

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 4. APRIL 1972R
AUSGABE III
REVIDIERT AM 21. JUNI 1975

Wiederver-
vielfältigen
STUDENTEN-HAT
MITARBEITER-HATS
Revisionen in
Schrägschrift

WICHTIG

ETHIK UND STUDIERTECHNOLOGIE

(Hebt die revidierte Ausgabe
vom 7. April 1972 auf.)

Das grundlegende WARUM in der Mehrheit von Fällen, in denen Mitarbeiter ihren Posten nicht angemessen ausüben oder OUT-TECH in einer Organisation vorliegt, sind mißverständene Wörter.

Der wichtigste Punkt, den man „in“ bekommen muß, ist die Studiertechnologie.

Dies ist auch unsere Brücke zur Gesellschaft.

Die Studiertechnologie ist jedoch die Tech, welche die Tech für mißverständene Wörter mit einschließt.

Wenn also die Studiertechnologie nicht „in“ ist, sehen Leute, die als Mitarbeiter angestellt sind, nichts Falsches daran, Befehle zu hören oder zu lesen, die Wörter enthalten, welche sie nicht verstehen, und haben keinen Drang, diese Wörter nachzuschauen. Des weiteren haben sie oft das Gefühl, Wörter schon zu kennen, die sie tatsächlich gar nicht kennen.

Wenn diese Situation besteht, ist es fast unmöglich, die Studiertechnologie und Wortklärungstechnologie „in“ zu bringen. Denn die Befehle, welche die Anwendung der Studiertechnologie anstreben, können Wörter enthalten, die die Person nicht versteht. Somit befolgt die Person die Befehle nicht wirklich, und die Studiertechnologie wird nicht „in“ gebracht. Somit ist die Fähigkeit, etwas zu hören oder zu lesen und zu verstehen, weiterhin nicht vorhanden.

Deshalb werden die folgenden Ethik-Aktionen in die standardgemäße Ethik mit aufgenommen.

1. JEMAND KANN VOR EIN ETHIK-GERICHT ODER EIN ETHIK-GERICHT FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE GELADEN WERDEN, WENN HERAUSGEFUNDEN WIRD, DASS ER ÜBER EIN NICHT VERSTANDENES WORT HINWEGGEGANGEN IST (SOFERN DIES DAZU FÜHRTE, DASS ER PFLICHTEN SEINES POSTENS NICHT ODER UNRICHTIG AUSFÜHRTE), ALS ER IRGEND EINEN BEFEHL, EIN HCOB, EINEN POLICYBRIEF, EINEN TONBANDVORTRAG ODER JEGLICHE HANDGESCHRIEBENEN ODER GEDRUCKTEN MATERIALIEN VON LRH (EINSCHLIESSLICH BÜCHERN, PABS, MITTEILUNG SZETTELN, TELEXEN UND MIMEOAUSGABEN) EMPFING, HÖRTE ODER LAS, OHNE SOFORT EINE EFFEKTIVE ANSTRENGUNG ZU UNTERNEHMEN, DIE WÖRTER

VON SICH AUS ZU KLÄREN, GANZ GLEICH, OB ER SICH DESSEN BEWUSST WAR, DASS DIE URSACHE SEINER UNTÄTIGKEIT ODER SEINER SCHÄDLICHEN HANDLUNGEN IM NICHTVERSTEHEN DIESER WÖRTER LAG.

Die Anklage ist DAS VERSÄUMNIS, NICHT VERSTANDENE WÖRTER ZU KLÄREN.

2. EIN MITARBEITER, DER DIE STUDIERTECHNOLOGIE NICHT ANWENDET ODER WÄHREND DES STUDIERENS ODER DER INSTRUKTION NICHT DAFÜR SORGT, DASS SIE BEKANNT WIRD, KANN VOR EIN ETHIK-GERICHT ODER EIN ETHIK-GERICHT FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE GELADEN WERDEN.

Die Anklage ist DAS VERSÄUMNIS, DIE STUDIERTECHNOLOGIE EINZUSETZEN.

3. EIN STUDENT, DER HINSICHTLICH DER VERWENDUNG DER STUDIERTECHNOLOGIE ALTER-IS MACHT ODER ANDEREN FALSCHER RATSCHLÄGE ERTEILT, KANN VOR EIN ETHIK-GERICHT GELADEN WERDEN.

Die Anklage ist BEFÜRWORDEN EINER FEHLANWENDUNG ODER VERNACHLÄSSIGEN DER KORREKTEN STUDIERTECHNOLOGIE.

4. EIN AUDITOR, DER ES VERSÄUMT, JEDES EINZELNE WORT JEDER VERWENDETEN ANWEISUNG ODER LISTE ZU KLÄREN, KANN VOR EIN ETHIK-GERICHT GELADEN WERDEN.

Die Anklage ist OUT-TECH.

5. WENN VON EINEM MITARBEITER DER ÖFFENTLICHKEITSABTEILUNG ODER IRGENDINEM ANDEREN MITARBEITER ODER SCIENTOLOGEN FESTGESTELLT WIRD, DASS ER GEGENÜBER NEUEN LEUTEN AUS DER ÖFFENTLICHKEIT BEI ÖFFENTLICHEN VORTRÄGEN, IN DER WERBUNG ODER IN DER PUBLIC-RELATIONSARBEIT AUSDRÜCKE, SACHVERHALTE ODER DATEN VERWENDET, DIE ÜBER DAS VERSTEHENSNIVEAU DER ÖFFENTLICHKEIT HINAUSGEHEN, OHNE NACHDRÜCKLICH DIE STUDIERTECHNOLOGIE HERVORZUHEBEN ODER SOFORTIGE EFFEKTIVE MASSNAHMEN ZUR KLARSTELLUNG ZU ERGREIFEN, ODER DASS ER MATERIALIEN AN EINE FALSCHER ZIELGRUPPE VERBREITET, SO KANN DER BETREFFENDE VOR EIN ETHIK-GERICHT GELADEN WERDEN, WENN IRGENDINE AUSEINANDERSETZUNG ODER VERSTIMMUNG DARAUS RESULTIERT.

Die Anklage ist NICHTANWENDUNG DER STUDIERTECHNOLOGIE BEI DER VERBREITUNGSARBEIT.

UNTERDRÜCKER

Des weiteren, da die Studiertechnologie unsere grundlegende Brücke zur Gesellschaft ist und die Grundlage dafür bildet, Out-Tech und Out-Admin zu verhindern, gilt folgendes: Wenn jemand irgendeines Vergehens aus der obigen Liste bereits in zwei Ethik-Gerichten für schuldig befunden wurde und dieses Vergehen ein weiteres Mal WIEDERHOLT wird, so kann er vor ein Komitee der Beweisaufnahme geladen werden. Die Anklage ist EINE HANDLUNG ODER UNTERLASSUNG, DIE BEWUSST DARAUF ABZIELT, DIE SCIENTOLOGY ODER SCIENTOLOGEN ZU UNTERDRÜCKEN, EINZUSCHRÄNKEN ODER ZU BEHINDERN; ist die Schuld der Person ohne jeden Zweifel erwiesen, so kann sie zur UNTERDRÜCKERISCHEN PERSON erklärt und unter Anwendung der vollständigen Strafen ausgestoßen werden.

AXIOM 28

Versäumnisse darin, die Studiertechnologie beizubringen oder anzuwenden, oder Abänderungen der Studiertechnologie sind tatsächlich Verstöße gegen das AXIOM 28, wie es intern bei Verwaltung und Tech in einer Organisation und von der Organisation zur Gesellschaft hin Anwendung findet.

Die Studiertechnologie - einschließlich der dazugehörigen Technologie des Wortklärens - ist eigentlich die Technologie des Axioms 28.

Das Axiom (verbessert) lautet wie folgt:

AXIOM 28. KOMMUNIKATION IST DIE BETRACHTUNG UND HANDLUNG, EINEN IMPULS ODER EINE PARTIKEL VOM URSPRUNGSPUNKT ÜBER EINE ENTFERNUNG ZUM EMPFANGSPUNKT ZU SCHICKEN, MIT DER ABSICHT, AM EMPFANGSPUNKT EINE DUPLIKATION UND EIN VERSTEHEN DESSEN ZU ERZEUGEN, WAS VOM URSPRUNGSPUNKT AUSGESANDT WURDE.

Die Formel für Kommunikation ist: Ursache, Entfernung, Wirkung, mit Absicht, Aufmerksamkeit und Duplikation MIT VERSTEHEN.

Die Bestandteile von Kommunikation sind: Betrachtung, Absicht, Aufmerksamkeit, Ursache, Ursprungspunkt, Entfernung, Wirkung, Empfangspunkt, Duplikation, Verstehen, die Geschwindigkeit des Impulses oder der Partikel, ein Nichts oder ein Etwas. Eine Nichtkommunikation besteht aus Barrieren. Barrieren bestehen aus Raum, etwas Dazwischengesetztem (z.B. Wände oder Schirme aus sich schnell bewegenden Partikeln) und Zeit. Eine Kommunikation braucht per Definition nicht in beide Richtungen zu gehen.

Wenn eine Kommunikation erwidert wird, wird die Formel wiederholt, wobei der Empfangspunkt nun zu einem Ursprungspunkt und der frühere Ursprungspunkt nun zu einem Empfangspunkt wird.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:ldv;
Übers.:GS/EJ:lb:rg
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm EU

- f) Täuschst du etwas vor? _____
- g) Stimmst du mit etwas nicht überein? _____
- h) Hast du Overts? _____
- i) Hältst du etwas zurück? _____
- j) Weißt du von Out-Ethik in deiner Umgebung? _____
- k) Weißt du nicht, was das Produkt deines Postens ist? _____
- l) Weißt du nicht, was die Produkte von anderen um dich herum sind? _____
- m) Gibt es Dinge bezüglich deines Postens, die du nicht verstehst? _____
- n) Gibt es Wörter auf deinem Posten, die du nicht verstehst? _____
- o) Kennst du dich in Grammatik nicht aus? _____
- p) Gibt es einen Grund, warum du nicht ganz auf deinem Posten bist? _____
- q) Gibt dir jemand Orders, die du nicht verstehst? _____
- r) Bekommst du Orders von zu vielen Leuten? _____
- s) Hast du keinen Posten? _____
- t) Weißt du nicht, was dein Posten ist? _____
- u) Hast du deinen Hat nicht wirklich gelesen? _____
- v) Bist du aus einem anderen Grund hier, als du sagst? _____
- w) Hast du geplant wegzugehen? _____
- x) Machst du deinen Posten nur vorübergehend? _____
- y) Gibt es irgendwelche Schwierigkeiten mit dem Zweck deines Postens? _____
- z) Bist du in irgendeiner Weise über deinen Posten mißemotional oder verstimmt? _____
- aa) Kommst du in Wirklichkeit gut zurecht? _____

Wenn diese Liste an einem E-Meter assessiert worden ist, nimmt man dann den größten Read oder TA-Blowdown und handhabt ihn.

Dies wird gemacht, indem man den Buchstaben der Frage und die Antworten der Person aufschreibt.

Über jede Frage, die einen Read ergeben hat, wird Zweiwegkommunikation gemacht, bis man auf eine jede Frage, die einen Read ergeben hat, eine F/N erhalten hat.

Das verwendete Formular und die Worksheets werden in den Folder der Person gelegt, so daß nach Notwendigkeit ein Programm für weitere Handhabung aufgestellt und durchgeführt werden kann.

Name der Person, die das
Assessment durchgeführt hat

Vermutliches WARUM: _____

WARUM

Die obigen Fragen können auch als Hilfe verwendet werden, um ein WARUM zu finden (sie werden nicht direkt ein Warum finden, da das Warum für jede Person spezifisch formuliert werden muß).

Bei einer Person, die sich im Zustand Danger befindet, sollte immer ein WARUM gefunden werden.

KURZES FORMULAR

ZUM FESTSTELLEN DES BEREICHES,

IN DEM DIE PERSON SCHWIERIGKEITEN HAT

Name der Person

Posten

Datum

Bei jemandem, der ein „alter Hase“ ist und weiß, worum es geht, kann ein kurzes Formular (SF für engl. „short form“) verwendet werden.

SF 1. Out-Ethik? _____

SF 2. Overts? _____

SF 3. Withholds? _____

SF 4. Nichtübereinstimmungen? _____

SF 5. Falsche Berichte? _____

SF 6. Produkt nicht bekannt? _____

HCO PL 9.4.72R
korr. und wiederhrsg.
am 10.10.85

- 6 -

- SF 7. Produkte von anderen nicht bekannt? _____
- SF 8. Zweck des Postens? _____
- SF 9. Situationen nicht verstanden? _____
- SF 10. Mißverstandene Wörter? _____
- SF 11. Mißverstandene Grammatik? _____
- SF 12. Falsches WARUM? _____
- SF 13. Ausgelassene Materialien? _____
- SF 14. Mißemotional? _____
- SF 15. Falsches Bestehen? _____
- SF 16. Abwertung? _____
- SF 17. Falsche Orders? _____
- SF 18. Nicht verstanden? _____
- SF 19. Keine Situation? _____
- SF 20. Kommst in Wirklichkeit gut zurecht? _____

(Die Handhabung ist dieselbe wie bei dem langen Formular.)

Vermutliches WARUM: _____

Person, die das Assessment
durchgeführt hat

DAS BEENDEN EINES DANGER-ZUSTANDES

Wenn die Produktion wieder angestiegen ist, sollte der Zustand Danger offiziell beendet, der Zustand Emergency zugewiesen und seiner Formel gefolgt werden.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Als offizielle Richtlinie
der Kirche angenommen
von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:mes:kjm:gm;
Übers.:ED/ST/WR:EJ:rg/ej:ej
Übersetzung genehmigt
vom I/A Officer CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 9. APRIL 1972R
REVIDIERT AM 1. DEZEMBER 1979
KORRIGIERT UND WIEDERHERAUSGEGEBEN
AM 10. OKTOBER 1985

Wiederver-
vielfältigen

(Hebt den HCO PL vom 7. Febr. 70,
2. FORMEL FÜR DEN ZUSTAND DANGER, auf)

(Die Revision vom 1.12.79 umfaßte die
Bezugsmaterialien und Punkt „4R“.)
(Korrektur und Revisionen in Schrägschrift)

ETHIK

DIE KORREKTE HANDHABUNG DES ZUSTANDES DANGER

Vgl.: HCO PL 16. Jan. 66R DER ZUSTAND DANGER
 rev. 29.11.79
 HCO PL 19. Jan. 66 III DIE VERANTWORTUNG DES ERKLÄRENS
 DES ZUSTANDES DANGER

Wenn die korrekte Formel zur Handhabung des Zustandes Danger nicht angewendet wird, kann eine Organisation, eine Unternehmung oder eine Person danach nicht leicht über diesen Zustand hinausgelangen.

Als wir die zweite Danger-Formel hatten, wurde diese anscheinend angewendet, aber die wirkliche Danger-Formel wurde nicht angewendet. Dies hatte zur Folge, daß einige Orgs und einige Leute im Zustand Danger oder darunter blieben und es für sie sehr schwierig war, über diesen Zustand hinauszukommen.

Ein lang anhaltender Zustand Emergency (Notlage), eine Gefährdung der Existenzfähigkeit oder des Überlebens oder eine lang anhaltende „Einmannarbeit“ (Single-Handing) wird sich nicht bessern, wenn nicht die tatsächliche Danger-Formel angewendet wird.

DANGER-FORMEL

Die ursprüngliche Formel lautet:

1. Übergehen Sie (ignorieren Sie den oder die untergeordneten Mitarbeiter, die normalerweise für den Arbeitsbereich verantwortlich sind, und bringen Sie diesen Bereich persönlich in Ordnung).
2. Bereinigen Sie die Situation und jegliche Gefahr in ihr.
3. Weisen Sie dem Bereich, in dem die Handhabung erforderlich war, den Zustand Danger zu.

- 4R. Weisen Sie jeder Person, die mit dem Zustand Danger in Verbindung stand, den Zustand Danger auf der 1. Dynamik zu, und setzen Sie durch und stellen Sie sicher, daß sie der Formel vollständig folgen. Wenn sie dies nicht tun, führen Sie eine vollständige Ethik-Ermittlung durch, und ergreifen Sie alle angezeigten Maßnahmen.
5. Organisieren Sie den Arbeitsbereich neu, damit sich die Situation nicht wiederholt.
6. Empfehlen Sie feste Richtlinien, die von nun an das Wiederkehren des Zustandes aufdecken und/oder verhindern werden.

Die anwesende vorgesetzte Führungskraft handelt, und zwar gemäß obiger Formel.

Der Zustand Danger wird normalerweise zugewiesen, wenn:

1. Ein Zustand Emergency zu lange angedauert hat.
2. Eine Statistik sehr steil abfällt.
3. Eine vorgesetzte Führungskraft plötzlich feststellt, daß sie den Hat des Leiters des betreffenden Arbeitsbereiches trägt, weil dieser Bereich in Schwierigkeiten ist.

DIE FORMEL FÜR DIE ERSTE DYNAMIK

Die Danger-Formel wird für die Erste Dynamik wie folgt umgewandelt:

1. Dyn. 1. Übergehen Sie Gewohnheiten oder normale routinemäßige Abläufe.
1. Dyn. 2. Bereinigen Sie die Situation und jede Gefahr in ihr.
1. Dyn. 3. Weisen Sie sich selbst den Zustand Danger zu.
1. Dyn. 4. Stellen Sie Ihre eigene, persönliche Ethik wieder her, indem Sie herausfinden, was an Ihrem Tun unethisch ist, wenden Sie Selbstdisziplin an, um es zu berichtigen, und werden Sie ehrlich und aufrichtig.
1. Dyn. 5. Organisieren Sie Ihr Leben neu, so daß Ihnen die gefährliche Situation nicht andauernd zustößt.
1. Dyn. 6. Formulieren und befolgen Sie feste Richtlinien, die von nun an die gleiche Situation aufdecken werden und verhindern werden, daß sie immer wiederkehrt.

DANGER-FORMEL

FÜR DEN UNTERGEORDNETEN MITARBEITER

Wo einem untergeordneten Mitarbeiter der Zustand Danger zugewiesen wird, verlangen Sie, daß er oder sie oder der ganze Arbeitsbereich seine Overts und Withholds und jede bekannte Out-Ethik-Situation aufschreibt und bis zu einem bestimmten festgelegten Zeitpunkt einreicht. Dies geschieht auf der Grundlage, daß sich dadurch die Strafe für diese Verstöße verringert; die Strafe verdoppelt sich jedoch, falls nach dem Ablauf der Frist ein solcher Verstoß entdeckt wird, der nicht aufgeschrieben wurde.

Wenn das getan ist, verlangen Sie von dem untergeordneten Mitarbeiter und dem Personal, das übergangen werden mußte und dessen Arbeit für sie getan oder fortwährend korrigiert werden mußte, daß jeder von ihnen die DANGER-FORMEL FÜR DIE ERSTE DYNAMIK für sich persönlich aufschreibt, vollständig durchführt und einreicht.

ASSESSMENT

Wenn es weiterhin notwendig ist, zu übergehen, oder wenn ein Arbeitsbereich oder eine Person das Obige nicht befolgt hat, dann verwenden Sie ein E-Meter und assessieren die folgende Reihe von Fragen oder lassen sie von jemandem assessieren.

FRAGEN ZUM FESTSTELLEN DES BEREICHES,
IN DEM DIE PERSON SCHWIERIGKEITEN HAT

<u>Name der Person</u>	<u>Posten</u>	<u>Datum</u>
------------------------	---------------	--------------

Dieses Assessment an der Person muß von jemandem gemacht werden, der ein E-Meter richtig bedienen kann.

Die Liste wird gemacht, indem Sie der Person sagen, daß Sie ihr einige Fragen am E-Meter stellen werden, und dann diese Liste einfach nach Reads assessieren.

Notieren Sie jeden Read richtig.

- a) Tust du irgend etwas Unehrlisches? _____
- b) Bist du an etwas anderem mehr interessiert als an deiner Arbeit? _____
- c) Gibst du über irgend etwas falsche Berichte? _____
- d) Tust du etwas Schädliches? _____
- e) Tust du wenig oder gar nichts, was von Nutzen ist? _____

HCO-RICHTLINIENBRIEF VOM 24. APRIL. 1972

Wiedervervielfältigen

Esto-Serie Nr. 16

DEM PRODUCT OFFICER DER ABTEILUNG HATTING GEBEN

Estos wird gesagt, sie sollten „von oben nach unten Hatting geben“.

Warum? Weil der Leiter der Abteilung oder der Organisation oder der Product Officer der Organisation derjenige ist, der andere Leute zum arbeiten bringt.

Wenn der Product Officer kein Hatting dafür hat, Leute zum Arbeiten zu bringen, dann wird es keine Produkte geben, die Statistiken werden unten sein und dieser Esto würde sehr im Dunklen herumtappen und als Esto ein schlechtes Bild abgeben.

Da alles, was er sonst noch tut, umsonst sein wird, wenn er dieses Eine nicht als erstes macht.

Ein Esto, der von einem Abteilungsleiter einbezogen wird und der von ihm Anweisungen bekommt, oder der den Abteilungsleiter nicht konfrontieren kann, wird damit enden, daß er sich von der Abteilung zurückzieht oder einfach inaktiv ist.

Das erste größere Versäumnis eines Esto wäre das Versäumnis, dem Product Officer der Organisation Hatting zu geben.

ERSTE SITUATION: Es gibt keinen Leiter der Abteilung (oder Organisation). Richtige Aktion: *schnell* einen Leiter der Abteilung (oder Organisation) bekommen und *schleunigst* ein Org-Board für die Abteilung aufstellen. Die Anzahl der Leute in der Abteilung (oder Organisation) spielt in diesem Stadium keine Rolle. Die wichtigsten Dinge zuerst. Bekommen Sie einen Leiter der Abteilung (oder einen Leiter für die Organisation). Und stellen Sie schnell ein Org-Board für den Bereich auf.

ZWEITE SITUATION: Sie haben einen Abteilungsleiter (oder Organisationleiter). Richtige Aktion: Geben Sie ihm mit HCO PL 28. Juli 71, Admin Knowhow Nr. 26, Hatting. Sagen Sie ihm, daß Sie sich um das Hatting kümmern werden, *wenn* er sie zum Produzieren bringt. *Er* ist für die Produktion verantwortlich. Bringen sie ihn dazu, daß er diese Richtlinie kennt. (Methode-4-Wortklären). Sagen Sie ihm, daß er in Phase I ist. Achten Sie also darauf, daß etwas produziert wird.

DRITTE SITUATION: Der Leiter der Abteilung oder Organisation schwirrt umher, schaut geschäftig aus oder sitzt einfach da. Er bringt keine Produktion zustande. Er wird Ihnen alles über „kein Hatting“, „die Technologie nicht kennen“ usw. erzählen, eine Ausrede nach der anderen. Aber von ihm und den Mitarbeitern gibt es keine Produktion. Richtige Aktion: Es muß ihm klar gemacht werden,

daß er seinen Job nicht tut, egal wie *geschäftig* er aussieht oder wie viele Gründe er hat. Er hat möglicherweise nicht bemerkt und weiß nicht, daß er Arbeit vortäuscht. Leute mit niedrigem Konfrontiervermögen sehen nicht. Wenn er wirklich seinen Job tut, Produkte zustande bringt und jeden Mitarbeiter zwingt, die seinen hervorzubringen, dann haben Sie ein Goldstück vor sich. Hegen und pflegen Sie ihn und erwägen Sie nicht, die dritte Aktion an ihm auszuführen. Man wird jedoch leicht getäuscht. Nur wirkliche Produkte sagen Ihnen, was gespielt wird. Eine geschäftige Führungskraft oder eine geschäftige Abteilung ist nicht notwendigerweise eine produzierende Führungskraft oder eine produzierende Abteilung. Wenn es also von ihr oder vom Mitarbeiter keine Produkte gibt, egal aus welchem Grund, dann ist sie unterhalb von Danger. Sie haben keinen Leiter einer Abteilung oder Organisation, wenn Sie keine Produkte haben, die hervorgehen und wenn kein Austausch entsteht. Nur diese, keine Ausreden oder Körperbewegungen, sprechen eine klare Sprache. Sie können „PR“ und glänzende (aber falsche) Berichte bekommen. Sie können alles Mögliche bekommen. Aber wo sind die Produkte? Sie reizen (sticheln) und hetzen (hacken auf ihm herum) den Leiter der Abteilung (oder Organisation), um IHN AUFZURÜTTELN, bis er schimpft, schreit oder brüllt UND EINEN OUT-POINT AUSSPUCKT. Sie fragen nicht in der Art wiederholender Anweisungen, „Warum arbeiten Sie nicht?“ Sie fragen auf unterschiedliche Art und Weise. „Wo sind die Produkte?“ Und er wird Ihnen schließlich einen Outpoint sagen. Wie z. B. „aber ich kann keine Produkte bekommen, weil es keine Produkte sind, bis sie zu Hause erzählen wie gut wir sind, also wie kann ich .“ Oder „Ich renne ja dauernd hier herum, aber nichts passiert.“ Oder irgendeinen anderen Unsinn, der wirklich *Unsinn* ist. Das ist sein WARUM. Sie sagen also zum ihm, „Schauen Sie, Sie bekommen keine Produkte, weil Sie nicht glauben, daß Sie sie bekommen können!“ Oder „Sie versuchen einfach geschäftig auszusehen, damit Sie niemand für faul hält.“ Und wenn Sie schlau und am Ball sind, dann war es das. Die Führungskraft wird sofort erkennen und sofort zu einer reibungslosen 2WC übergehen und Sie haben sie aus dem Zustand der Esto-Serie Nr.13 herausgeholt und in einen Zustand des Konfrontierens gebracht. Dies ist „Reizen und Hetzen“, um ihn aus dem Nichtkonfrontieren herauszubrechen. Das ist alles, was mit ihr wirklich falsch ist. Sie schaut nicht.

SITUATION VIER: Die Führungskraft will einen Esto nicht in ihre Nähe lassen. Sie fährt Sie an und schimpft. Gehen Sie ihr nicht aus dem Weg. Richtige Aktion: „Reizen und Hetzen“. Sie ist bereits halb durch obige Situation drei hindurch. Bringen Sie es zu Ende.

SITUATION FÜNF: Die Führungskraft geht in einen Schockzustand. Dies ist ein Symptom für Nichtkonfrontieren. Sie wird sich nicht zur Wehr setzen. Sie wird sich um Gunst bemühen. Aber sie wird sonst nichts tun. Richtige Aktion: Besorgen Sie eine neue Führungskraft. Zahme Führungskräfte, die nicht kämpfen wollen und nicht arbeiten können, werden niemals einen Mitarbeiter zum Arbeiten bringen. Nachdem Sie eine neue Führungskraft besorgt haben, retten Sie die alte mit Auditing. Führen Sie die Schritte eins bis vier mit der neuen durch.

SITUATION SECHS: Nachdem Sie die ursprüngliche oder die neue Führungskraft soweit gebracht haben, werden Sie gewöhnlich herausfinden, daß es Outpoints in ihren Aktionen gibt, selbst wenn sie produziert. Richtige Aktion: Auditieren Sie Konfront in ihrem Bereich mit ihr. Auditieren Sie Hingreifen und Zurückziehen in ihrem Bereich. Dann machen Sie mit ihr Produktklären in bezug auf jede Sektion und jede Unterabteilung, die sie hat, als sei sie Leiter derselben.

SITUATION SIEBEN: Sie bringt eine Menge zustande, aber die Qualität leidet. Das ist ein allgemeines Nichtkonfrontieren. Richtige Aktion: Bringen Sie sie persönlich hoch durch jede Dynamik und durch die Zustände per Esto-Serie Nr. 14. Bringen Sie sie auf jeder Dynamik bis Normal oder höher. Nun machen Sie Dynamik-Austausch, Esto-Serie Nr. 14.

SITUATION ACHT: Sie ist aktiv, produziert, zwingt aber die Mitarbeiter nicht, zu produzieren. Richtige Aktion: Überprüfen Sie sie noch einmal auf HCO PL 28. Juli 71 Admin Knowhow Nr. 26 und schauen Sie nach einem Warum, daß sie sich selbst nicht aus Phase I herausziehen und in Phase II gehen kann. Bekommen Sie sie diesbezüglich zu VGIs. Sagen Sie ihr: „Predige ihnen, daß Erledigtes von effektivem Tun (Doingness) kommt. Wenn sie nichts effektives tun, werden sie nichts bekommen, was erledigt ist. Fordern Sie ERLEDIGTES.“

SITUATION NEUN: Sie kennt wirklich ihren Job nicht. Richtige Aktion: Beginnen Sie, ihr Hatting zu geben. Beginnen Sie nicht, ihr mehr als einen Instant-Hat zu geben, bevor Sie nicht bis zu Situation Acht gekommen sind. Ihr *Konfrontiervermögen* wird noch nicht gut genug sein, um das Material anzuwenden, selbst wenn sie es kennt. Sie beginnen also erst in dieser Phase, ihr wirklich Hatting zu geben. Und in dieser Phase geben Sie ihr durch *Beobachtung* dessen, was sie nicht weiß und wissen muß, Hatting, und Sie suchen und wählen PLs für sie aus, die zu ihrem momentanen Zustand von „Kein Hatting haben“ passen und geben ihr nur darauf Checkouts. Sie führen darüber Buch, wozu Checkouts gegeben wurden, so daß sie sie angerechnet bekommt.

SITUATION ZEHN: Die Führungskraft rutscht zurück. Sie „fährt Achterbahn“ oder wird krank. Richtige Aktion: Erkennen Sie dies als PTS-Situation. Veranlassen Sie, daß sie vom D of P ein Interview erhält. Sorgen Sie dafür, daß die PTS-Situation GEHANDHABT wird und kaufen Sie ihr ein „Es ist nur die Grippe“ oder sonst irgend etwas nicht ab. Sie ist PTS und das ist der Ärger. (Siehe HCOB 17. Apr. 72, C/S-Serie Nr. 76.)

SITUATION ELF: Die Führungskraft scheint sich nicht an das zu erinnern, worauf sie Checkouts erhalten hat oder wendet das, was sie kennt, nicht an. Sie ist entweder oberflächlich oder verwirrt. Richtige Aktion: Lassen Sie ihr Methode-Eins-Wortklären geben. Dann machen Sie mit ihr Wortklärungsmethode 4 auf alle Materialien, die sie studiert hat. (Siehe HCOBs der Wortklärungs-Serie.)

WIEVIEL ZEIT

Wieviel Zeit verbringen Sie mit einer Führungskraft?

Nun, effektiv oder nicht, ihre Zeit ist kostbar.

Nehmen Sie nicht Postenzeit mit Spitzenbelastung, da sie sonst wegen des PTP der nicht gehandhabten Aktionen, die noch gemacht werden müssen, verrückt wird. Sie würden also nirgendwohin kommen.

Versuchen Sie, diese Aktionen mit einer Führungskraft in ihrer Studierzeit zu machen.

Beobachten Sie sie auf Posten, damit Sie wissen, was in ihrer Studierzeit zu tun ist.

Wenn sie keine Studierzeit hat, müssen Sie veranlassen, daß die Studier-Korrekturliste (HCOB 14. Jan. 72, Studierserie Nr. 7) mit ihr gemacht wird, und wie in Situation Dreizehn gehandhabt wird. Eine Führungskraft, die nicht studieren kann, kann auch nicht sehen.

Wenn dies mit Ihrer eigenen Studierzeit im Widerspruch steht, dann treffen Sie für Ihren Teil andere Vereinbarungen. Aber nehmen Sie ebenfalls Ihre eigene Studierzeit IN ANSPRUCH.

SITUATION ZWÖLF: Hat zusätzlich zu den Arbeitsstunden Studierzeit, aber studiert nicht. Richtige Aktion: Schauen Sie danach, daß die Studierzeit per HCO PL 16. März 71 WAS IST EIN KURS und HCO PL 16. März 72 WAS IST EIN KURS - SCHWERVERBRECHEN und LRH ED 174 INT 72 gegeben wird.

SITUATION DREIZEHN: Obwohl ein Mitarbeiter-Kurs existiert, studiert sie nicht. Richtige Aktion: Veranlassen Sie, daß eine Studier-Korrekturliste gemäß HCOB 14. Jan. 72, Studierserie Nr. 7, gemacht und korrekt gehandhabt wird.

DER REST DER MITARBEITER

Was machen Sie mit dem Rest der Mitarbeiter?

Diese dreizehn Situationen finden auch bei jedem Mitarbeiter Anwendung.

Sie können gar nichts falsch machen, wenn Sie diese Dinge bei jedem als Anfangsaktion durchführen.

Es gibt viele Esto-Aktionen, die gemacht werden können, aber wenn Sie diese hier nicht getan bekommen können, werden Sie nicht weit kommen.

Aber bei Mitarbeitern unterhalb des Leiters einer Unterabteilung finden die Situationen Eins, Zwei und Acht keine Anwendung.

SITUATION-EINS-MITARBEITER: Hauptposten ist nicht besetzt. Richtige Aktion: Erzwingen Sie über den Exec Esto, daß eine Unterabt. Eins ins Dasein gerufen wird und veranlassen Sie, daß sie Mitarbeiter hervorbringt und bekommen Sie den Posten besetzt. (Machen Sie keine unkorrekte Aktion, indem Sie andere Teile der Organisation als Fundgruben für Personal benutzen und dadurch funktionierende Einrichtungen oder die Technische Abt. ausrauben.) Bringen Sie das Org-Board zustande und bekommen Sie die Person darauf.

SITUATION-ZWEI-MITARBEITER: Sie haben eine Person auf Posten. Richtige Aktion: Geben Sie ihr Instant-Hatting. Veranlassen Sie, daß sie ein Programm für Ausbildung auf Posten bekommt. Bringen Sie ihre Studierzeit zum Laufen. Sorgen Sie dafür, daß sie per Programm studiert.

SITUATION-ACHT-MITARBEITER: Sie ist aktiv und produziert, hat aber ihre Produkte nicht in Bewegung, oder macht Rückstände und/oder gerät in Stockungen. Richtige Aktion: Band 0 des OEC-Kurses, bekommen Sie ihre Abschnitte über Kommunikation in Anwendung, drillen Sie sie auf das Org-Board und zeigen Sie ihr die anderen Terminale, mit denen sie in Kommunikation sein sollte. Veranlassen Sie sie, ihrem Produkt physisch durch die Linien zu folgen und dann veranlassen Sie, daß sie den Wegen der Dinge nachgeht, die zu ihr kommen sollten. Während Sie das tun, werden Sie Fehler in den Linien oder in ihren eigenen Linien finden. Bügeln Sie sie aus. Drillen Sie die Person weiter.

DIESE RICHTLINIE ALS CHECKLISTE

Sie können diesen Richtlinienbrief als Checkliste verwenden.

Beschaffen Sie sich einen Folder aus stärkerem Karton. Schreiben Sie den Namen der Person darauf.

Schreiben Sie den Namen der Person oben auf diesen Richtlinienbrief.

Schreiben Sie jedes Mal, wenn eine einzelne Aktion durchgeführt wird, das Datum, an dem daran gearbeitet wurde, mit Ihren Initialen neben die Situation.

Wenn es vollständig erledigt ist, dann markieren Sie es mit ERLEDIGT und Datum. Achten Sie auf NICHT ERLEDIGTES, HALB ERLEDIGTES oder RÜCKSTÄNDE. (Siehe Admin Knowhow Nr. 29, Führungs-Serie Nr. 5, beides HCO PL 26. Jan. 72, Ausgabe I.)

Gehen Sie nicht darüber hinweg.

DAS ALLGEMEINE WARUM VON INAKTIVITÄT ODER NICHT-PRODUKTION IST: TIEFE ZUSTÄNDE AUF EINER ODER MEHREREN DYNAMIKEN, DIE ZU EINEM MANGELNDEM EINKLANG MIT ANDEREN DYNAMIKEN FÜHREN UND SO EINE UNFÄHIGKEIT ZU KONFRONTIEREN VERURSACHEN.

Die meisten Wesen sind als Wesen nicht da, da sie unterhalb von Existenz sind. Als Wesen mit Körper haben sie soziale Reaktionen und können Anweisungen ausführen oder sie werden etwas an Dingen tun, wenn Aufmerksamkeit darauf gelenkt wird. Ansonsten sind sie mit weit geöffneten Augen blind. Sie sind nicht böartig. Sie SEHEN einfach nicht.

Wenn sie nicht da sind, wollen sie nicht verantwortlich sein müssen für das, was sie tun, oder? Sie denken nicht, daß sie schon einmal gelebt haben oder daß sie noch einmal leben werden. Dies ist der Grund, warum die Bevölkerung so auf die Idee fixiert ist, daß es nur ein Leben gibt.

Als Ergebnis geschehen die obigen Situationen wirklich. Und die Handhabung wurde getestet und funktioniert.

Sagen Sie nicht „Warum hast du nicht _____ gesehen?“ - diesen oder jenen Mangel. Sagen Sie: „Sehen Sie diesen _____ Mangel.“ Und sie werden in diese Richtung schauen. Aber manchmal müssen ihnen weitere Beweise gezeigt werden. Dann sehen sie es. Bevor die obigen Situationen nicht gehandhabt sind, arbeiten Sie mit einer sozialen Maschinerie.

Wenn Sie diese Situationen oben korrekt, wie sie beschrieben sind, handhaben, werden Sie in Richtung der vollständigen Anwendung des HCO PL 5. Mai 59 RICHTLINEIN ÜBER SECEDs UND HATs, OEC-Band 0, kommen. Nennen Sie die obigen „richtigen Aktionen“ die modernen Prozesse plus viele andere Esto-Aktionen und Sie können die Führungskraft zur URSACHE machen, so daß sie ihren Posten ERSCHAFFT.

Bis Sie es gemäß den obigen Situationshandhabungen gehandhabt haben, indem Sie ihre soziale Maschinerie verwenden, ist sie nicht schlecht, sie kann einfach nicht sehen.

Auf diese Weise können Sie eine Führungskraft zum Funktionieren bringen.

Es ist kein Overt, sie zum Funktionieren zu bringen, da sie erst, wenn Sie es gemacht haben irgendeine Arbeitsmoral haben kann.

SITUATION VIERZEHN: Eine Führungskraft oder ein Mitarbeiter könnte versuchen, den Esto als Org-Officer zu benutzen, oder ihn in die Produkte der Abteilung zu verwickeln. BEIDES sind fatale Esto-Fehler. Richtige Aktion: Erklären Sie ihnen kurz Esto-Funktionen, so daß sie wissen, daß das Produkt des Estos SIE sind.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 3. MAI 1972R
REVIDIERT AM 18. DEZEMBER 1977

Wiedervervielfältigen
Hats von Führungs-
kräften

WICHTIG

Führungsserie Nr. 12

ETHIK UND FÜHRUNGSKRÄFTE

Jede Person, die einen Führungsposten innehat (Leiter einer Unterabteilung oder darüber), wird als Führungskraft betrachtet.

Eine Auswertung hat gezeigt, daß der Zusammenbruch in vielen Organisationen ein Versagen von seiten der Führungskräfte ist, ihre Ethik- und Justiz-Hats auszuführen.

Es wurde festgestellt, daß unter den administrativen Warum gewöhnlich auch eine Ethik-Situation existiert, die ungehandhabt ist oder so verursacht, daß das gefundene administrative Warum die Dinge nicht zum Funktionieren und die Statistiken nicht nach oben bringt.

In einem Bereich mit niedrigen Statistiken ist es die Pflicht einer Führungskraft, zu ermitteln und jede Out-Ethik-Situation zu finden und sie korrigieren zu lassen.

Ethik ist eine persönliche Sache in bezug auf eine Gruppe. Unethische Leute sind jene, die persönlich bei sich selbst Ethik nicht „in“ haben.

Es ist die Verantwortung der Führungskraft, sich darum zu kümmern, daß Personen, die unter ihrer Kontrolle stehen und in ihrem Bereich sind, bei sich persönlich Ethik zur Anwendung bringen und dies beibehalten.

Man sollte nach Unehrlichkeit, falschen Berichten, einem out-ethischen persönlichen Leben suchen und die Person überzeugen, dies zu korrigieren.

Wenn eine Führungskraft solche Dinge sieht, dann muß sie alles tun, was in ihrer Macht steht, um zu bewirken, daß die Person bei sich selbst Ethik zur Anwendung bringt.

Wenn ein Bereich niedrige Statistiken hat, muß die Führungskraft sofort Verdacht schöpfen, daß eine Out-Ethik-Situation bei einem oder mehreren der Mitarbeiter vorhanden ist, und muß über die Person Nachforschungen anstellen und sie überzeugen, ehrlicher und ethischer zu sein und den gefundenen out-ethischen Zustand zu korrigieren.

Wenn dies die Sache nicht korrigiert und wenn die Person oder der Bereich weiterhin niedrige Statistiken hat, dann muß die Führungskraft der Person oder dem Bereich einen Danger-Zustand zuweisen und den HCO PL vom 9. April 72, DIE KORREKTE HANDHABUNG DES ZUSTANDES DANGER, anwenden.

Wenn sich die Situation nicht löst, dann wird sie danach zu einer Angelegenheit vollständiger Gruppenjustiz, mit Gerichten und Komitees der Beweisaufnahme. Personen, deren Ethik „out“ geblieben ist, müssen ersetzt werden.

Die Vorgesetzten einer Führungskraft müssen diese Policy durchsetzen und sie bei jeglichen Führungskräften verwenden, deren persönliche Ethik „out“ ist und die versäumen, diese Policy anzuwenden. Man wird feststellen, daß jene, die diese Policy nicht anwenden, selbst in bestimmten Bereichen unehrlich sind oder out-ethische Situationen haben.

UM STARK UND EFFEKTIV ZU SEIN, IST ES FÜR JEDE ORGANISATION LEBENSWICHTIG, ETHISCH ZU SEIN.

DER WICHTIGSTE BEREICH ETHISCHEN VERHALTENS IN EINER ORGANISATION IST AN ODER NAHE DER SPITZE.

Ethik-Versagen an der Spitze oder gerade darunter kann eine Organisation zerstören und in ihr sinkende Statistiken verursachen.

Die Geschichte ist voll von Beispielen dafür.

DESHALB IST ES POLICY, DASS EINE FÜHRUNGSKRAFT BEI SICH SELBST UND BEI JENEN, DIE IHR UNTERSTELLT SIND, ETHIK „IN“ HALTEN MUSS; ANDERENFALLS WIRD SIE EINER DISZIPLINARMASSNAHME ODER EINEM KOMITEE DER BEWEISAUFNAHME UNTERZOGEN UND VON JEDEM EINFLUSSREICHEN POSTEN ENTHOBEN, UND ES WIRD JEMAND GEFUNDEN, DER SELBST ETHISCH IST UND DER BEI DENEN, ÜBER DIE ER AUTORITÄT HAT, ETHIK „IN“ HALTEN KANN.

In jedem solchen Fall lautet die Anklage für einen Mitarbeiter oder eine Führungskraft: EIN VERSÄUMNIS, HOHE ETHISCHE STANDARDS AUFRECHTZUERHALTEN ODER EIN BEISPIEL FÜR HOHE ETHISCHE STANDARDS ZU SETZEN.

Solche Vergehen bestehen aus:

1. UNEHRLICHKEIT;
2. Gebrauch von falschen Erklärungen, um eine Situation zu vertuschen;
3. eine Situation anders darstellen, als sie tatsächlich ist, um Verbrechen zu vertuschen und einer Bestrafung zu entgehen;
4. unmoralische Beziehungen und Praktiken auf der Zweiten Dynamik;
5. Drogensucht oder Alkoholabhängigkeit;
6. Ermutigung zu unethischem Verhalten;

7. Eine Out-Ethik-Situation bei sich selbst oder bei anderen als ein Verantwortlicher ("In Charge"), Beauftragter (Officer) oder als Führungskraft zu entschuldigen oder versäumen, sie effektiv in Ordnung zu bringen.

TECHNISCHES

Leute mit Withholds aufgrund ihres unethischen Verhaltens können nicht sehen. Bewiesen wird dies durch die Tatsache, daß Leute, die effektiv und über längere Zeit auf Withhold-Prozessen auditiert werden, eine strahlend klare Wahrnehmung der Umwelt wiedererlangen.

Solche Leute sind ebenfalls bestrebt, eine falsche Umwelt hinzustellen, und sie sehen tatsächlich eine falsche Umwelt.

Leute, die nicht sehr ethisch sind, werden eine Gruppe enturbulieren und durcheinanderbringen, weil sie ihre schädlichen Handlungen gegen die Gruppe zu rechtfertigen suchen. Und das führt zu weiteren schädlichen Handlungen.

Unethische Leute fallen sehr schnell in Treason ("Verrat") gegen die Gruppe.

Jemand, der über eine lange Zeitperiode hinweg out-ethisch war, geht „aus der Valenz heraus“. Er ist „nicht er selbst“.

Glücklich werden nur diejenigen, die EHRlich gegen sich selbst und andere sind.

Eine Gruppe gedeiht nur, wenn jedes einzelne Gruppenmitglied seine eigene, persönliche Ethik „in“ hat.

Selbst im Fall einer PTS-Person muß es ein unethisches Verhalten gegenüber der unterdrückerischen Persönlichkeit, mit der sie in Verbindung steht, gegeben haben, damit die Person überhaupt erst PTS werden konnte.

Leute, die physisch krank sind, sind PTS und sind unethisch gegenüber der Person oder Sache, zu der sie PTS sind!

Damit eine Gruppe gesund und glücklich ist, gedeiht und Bestand hat, müssen somit ihre einzelnen Mitglieder ihre persönliche Ethik „in“ haben.

Es ist Sache der Führungskraft oder des Beauftragten, dafür zu sorgen, daß dies der Fall ist, und das Notwendige zu TUN, da-

mit dies zustande kommt und die Gruppe zu einer ethischen Gruppe wird.

SCHRITTE EINER FÜHRUNGSKRAFT ODER EINES BEAUFTRAGTEN,
UM BEI EINEM MITARBEITER DIE ETHIK „IN“ ZU BRINGEN

SCHRITT EINS

Unterrichten Sie persönlich die Person davon, daß sie sich im Zustand Gefahr befindet, aufgrund von Taten, Unterlassungen, sinkenden Statistiken, falschen Berichten, Fernbleiben von der Arbeit, Zweiter Dynamik oder was auch immer die Umstände sein mögen.

Sie ist tatsächlich IN Gefahr (= Gefahr), denn früher oder später wird irgend jemand etwas unternehmen, um ihr einen Schlag zu versetzen.

Vielleicht ist sie bereits in die Zuweisung eines anderen Zustandes hineingeraten.

Die Zuweisung des Zustandes Gefahr geschieht jedoch zwischen Ihnen und der Person.

SIE IST IN GEFahr, WEIL SIE SIE ÜBERGEHEN MÜSSEN, DAMIT SIE WIEDER ETHISCH WIRD - EINE SACHE, DIE SIE SELBST TUN SOLLTE.

Wenn sie mitarbeitet und diesen Rundown abschließt, und wenn alles gut endet, werden Sie ihr helfen.

Wenn sie nicht mitarbeitet, werden Sie die Verfahren des Gruppenrechts anwenden müssen.

Dies ist für jemanden eine Chance, mit Ihrer Hilfe wieder ethisch zu werden, bevor er wirklich total Schiffbruch erleidet.

Wenn er diese Tatsache akzeptiert, ist Schritt Eins getan. Gehen Sie zu Schritt Zwei über.

SCHRITT ZWEI

Man stellt bei der Person Ethik dadurch wieder her, daß man sie Definitionen klären läßt.

SORGEN SIE DAFÜR, DASS DIE DEFINITIONEN VOLLKOMMEN VERSTANDEN WERDEN.

Die folgenden Wörter müssen alle mit Methode 4 bei der Person, die gehandhabt wird, geklärt werden, wie auch die

Wörter in ihren Definitionen.

„ETHIK: Das Studium der allgemeinen Natur der Sittenlehre (Sittenlehre: die Prinzipien von richtigem und falschem Verhalten) und der spezifischen moralischen Wahlentscheidungen, die der einzelne in seiner Beziehung zu anderen treffen muß.

Die Regeln oder Normen, die das Verhalten der Mitglieder eines Berufsstandes bestimmen.“

„RECHT: 1. (sittliche) Richtigkeit, Gerechtigkeit, das, was richtig und gut ist; 2. berechtigter, von Rechts wegen zuerkannter Anspruch; Berechtigung oder Befugnis; 3. gerechte Behandlung: zustehende Belohnung oder Behandlung; 4. Rechtsordnung, Gesamtheit der Gesetze und Normen; 5. Ausübung und Verfahren des Gesetzes.“

„FALSCH: 1. (einer echten Sache gleicher Art) künstlich und meist täuschend ähnlich nachgebildet; 2. dem tatsächlichen Sachverhalt widersprechend, der realen Gegebenheit nicht entsprechend; nicht so, wie es sein sollte; 3. einer gegebenen Situation nicht angemessen; unangebracht, unpassend, ungerechtfertigt; 4. nicht der Wahrheit, Rechtlichkeit entsprechend; unwahr, unredlich; irreführend, betrügerisch; 5. sein wahres Wesen, seine eigentlichen Absichten in heuchlerischer Weise verbergend; unaufrichtig und hinterhältig.“

„UNEHRlich: geneigt, zu lügen, zu betrügen, zu veruntreuen oder zu täuschen.“

„VORWAND: ein falscher Grund oder eine Ausrede; ein vorgeschützter, nicht wirklicher Grund.“

„VERRATEN: untreu oder treulos sein gegen jemanden; die Treue brechen.“

„UNETHISCH: eine Aktion oder Situation, in die der einzelne verwickelt ist, die im Widerspruch zu den Idealen und Interessen seiner Gruppe steht; eine Tat oder Situation oder Beziehung, die im Widerspruch zu den ethischen Normen, Kodizes oder Idealen der Gruppe oder anderer Mitglieder der Gruppe steht; eine persönliche Unterlassung oder Tat, die die allgemeine Effektivität einer Gruppe oder ihrer anderen Mitglieder vermindern könnte oder vermindert hat; eine persönliche Unterlassung oder Tat, die das allgemeine Wohlergehen einer Gruppe beeinträchtigt oder sie in der Erreichung ihrer Ziele behindert.“

Gehen Sie nicht zu Schritt 3 weiter, bis sämtliche vorstehende Wörter mit Methode-4-Wortklären geklärt worden sind.

SCHRITT DREI

Fragen Sie die Person, in welche Out-Ethik-Situation sie verwickelt ist.

Die Person könnte einige Zeit darüber nachdenken müssen oder sie könnte es unterdrücken oder Angst haben, es zu sagen, weil sie Konsequenzen fürchtet. Versichern Sie ihr, daß Sie nur versuchen, ihr zu helfen.

Sie könnte es in einer Session zur Sprache gebracht haben, hat es aber nicht als Out-Ethik-Situation gehandhabt. Bringen Sie sie durch gutes Zureden da hindurch.

Wenn ihr Verhalten und ihre Aktionen dürftig sind oder niedrige Statistiken ergeben, dann wird die Person ganz sicher in der Lage sein, eine persönliche out-ethische Situation zu finden und zu erzählen.

Manchmal ist die Person im geheimen PTS und mit einer unterdrückerischen oder antagonistischen Person oder Gruppe oder Sache in Verbindung. In einem solchen Fall wird die Person als Fall oder auf dem Posten Roller-Coaster-Phänomene zeigen, Unfälle haben oder häufig krank sein. (Siehe PTS-Tech für diesbezügliches Material und zur weiteren Handhabung; Checksheet BPL 31. Mai 1971RG, Ausgabe IV, CHECKSHEET FÜR DIE ENTDECKUNG, WEITERLEITUNG UND HANDHABUNG VON PTS-PERSONEN UND SPs; setzen Sie die Handhabung aber mit diesen Schritten fort.)

Manchmal verwendet die Person einfach nur PR (versucht, es mit überheblichem Gerede zu vertuschen und ist nicht bereit, ehrlich und aufrichtig zu werden). In diesem Fall ist eine Auditing-Session notwendig.

Wenn die Person in Selbst-Listing hineingerät, dann lassen Sie sie gemäß dem HCOB vom 20. April 1972, C/S-Serie Nr. 78, auditieren; dort wird das Verfahren der Auditing-Session angegeben. Jemand kann über ein falsches Item sehr verstimmt werden. Es läßt sich leicht reparieren, aber es muß repariert werden, wenn es geschieht.

Mit Ihrer eigenen 2WC, irgendwelchen anderen Mitteln oder einer Reparatur machen Sie diesen Schritt Drei so lange, bis eine eindeutige out-ethische Situation klar formuliert ist. Vergessen Sie nicht, schließlich damit fortzufahren, für den Fall, daß es eine Verzögerung dabei gibt, diesen Schritt abzuschließen. Gute Indikatoren werden auftreten, wenn die korrekte Situation gefunden wird.

SCHRITT VIER

Lassen Sie die Person ausarbeiten, wie die out-ethische Situation, in die sie verwickelt ist, ein Verrat gegenüber der Gruppe sein würde oder sie untreu gegenüber der Gruppe oder ihren Idealen machen würde.

Veranlassen Sie nicht, daß die Person sich schuldig fühlt. Bringen Sie sie einfach dazu, es selbst einzusehen.

Wenn sie es klar gesehen und voll erkannt hat, gehen Sie zum nächsten Schritt.

SCHRITT FÜNF

Die Person ist jetzt dafür bereit, die DANGER-FORMEL FÜR DIE ERSTE DYNAMIK auf sich selbst anzuwenden.

Geben Sie ihr diese Formel und erklären Sie sie ihr.

FORMEL FÜR DIE ERSTE DYNAMIK

Die Formel wird für die Erste Dynamik wie folgt umgewandelt:

1. Dyn. 1. Übergehen Sie Gewohnheiten oder gewohnte routinemäßige Abläufe.
1. Dyn. 2. Bereinigen Sie die Situation und jede Gefahr in ihr.
1. Dyn. 3. Weisen Sie sich selbst den Zustand Danger zu.
1. Dyn. 4. Stellen Sie Ihre eigene, persönliche Ethik wieder her, indem Sie herausfinden, was an Ihrem Tun unethisch ist, wenden Sie Selbstdisziplin an, um es zu berichtigen, und werden Sie ehrlich und aufrichtig.
1. Dyn. 5. Organisieren Sie Ihr Leben neu, so daß Ihnen die gefährliche Situation nicht andauernd zustößt.
1. Dyn. 6. Formulieren und befolgen Sie feste Richtlinien, die von nun an die gleiche Situation aufdecken werden und verhindern werden, daß sie immer wiederkehrt.

Nun ist die Person gewöhnlich bereits in einer anderen Gruppensituation von niedrigen Statistiken, Overt-Produkten, unordentlichem Aussehen oder tieferen Zuständen, Ethik-Gerichten oder Komitees der Beweisaufnahme für irgend etwas verwickelt.

Es spielt dabei keine Rolle, in welchem anderen Zustand sie sich befindet. Von Ihnen aus ist sie im Zustand Danger.

Also gelten die obigen Punkte 1. Dyn. 1. und 1. Dyn. 2. für die Gruppensituation, in der sie sich befindet.

Sie muß sich selbst den Zustand Danger zuweisen, da sie jetzt erkennt, daß sie sich selbst in einen Gefahrenzustand gebracht hat.

Punkt 1. Dyn. 4. wurde mit diesem Rundown begonnen.

Es liegt an der Person selbst, Punkt 1. Dyn. 4. abzu-

schließen, indem sie das Material aus den Schritten Zwei und Drei anwendet. Sie muß sich Selbstdisziplin auferlegen, um ihre eigene Situation mangelnder Ethik zu korrigieren, und sie muß ehrlich und aufrichtig gegen sich selbst und ihre Gruppe werden.

Punkt 1. Dyn. 5. ist offensichtlich. Wenn sie ihn nicht anwendet, wird sie einfach wieder Schiffbruch erleiden.

Punkt 1. Dyn. 6. Bei der Formulierung und Befolgung der festen Richtlinien muß sie sicher sein, daß sie mit den Gruppenbemühungen in Einklang stehen.

Wenn sie all dies ausgearbeitet hat und DIE ANWENDUNG DAVON IM LEBEN DEMONSTRIERT HAT, hat sie den persönlichen Danger-Rundown abgeschlossen.

Sie kann sich dann den Zustand Emergency zuweisen und der Emergency-Formel folgen (HCO PL 23. Sept. 67, S. 189-190 in OEC-Band 0, EMERGENCY).

SCHRITT SECHS

Überprüfen Sie die Person und ihre Statistiken sowie ihre Erscheinung und ihr persönliches Leben.

Stellen Sie sicher, daß die obigen Schritte und die gefundene Situation mangelnder Ethik wirklich alles erfaßten, daß kein falsches Item gefunden wurde und die Person nicht PTS ist.

Bringen Sie, was Sie finden, in Ordnung. Wenn Sie aber feststellen, daß die Person sich nicht verbessert hat und das Ganze nur oberflächlich gemacht hat, dann müssen Sie jetzt den Standpunkt der Gruppe einnehmen und Gruppenjustiz anwenden.

Ihr Schutz der Person ist zu Ende, denn sie hatte ihre Chance und ist offensichtlich einer jener Leute, die sich auf andere verlassen, um ihre eigene Ethik aufrechtzuerhalten, und ihre eigene Ethik nicht selbst aufrechterhalten können. Verwenden Sie danach also die Justizverfahren der Gruppe.

Wenn die Person es geschafft hat, nicht auf die Nase gefallen ist und jetzt auf dem Weg nach oben ist, SO WIE ES EHR- LICHE STATISTIKEN UND DER ZUSTAND IHRES POSTENS ZEIGEN, dann haben Sie einen netten Gewinn gehabt, und die Dinge werden viel besser laufen.

Und das ist ein Gewinn für alle.

LRH:PB:dr; Übers.:ED/RH/LB/ST:hl
Copyright © 1972, 1977, 1983
by L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Pubs

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Bei der Revision unterstützt
von Pat Brice
LRH Comps Unit I/C
(Verantwortlicher der Einheit
für Zusammenstellungen von
LRH-Materialien)

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 12. MAI 1972R
REVIDIERT AM 27. OKTOBER 1982

Wiedervervielfältigen Internationales Finanz-Netzwerk zur Durchsetzung (Revidiert, um den Verteilerschlüssel auf den neuesten Stand zu bringen, was das neue Finanz-Netzwerk betrifft.)

ETHIK

Führungsserie Nr. 13R

Finanzserie Nr. 12R

Personalserie Nr. 25R

PERSONAL, DAS PTS IST, UND FINANZEN

"PTS" bedeutet potentielle Schwierigkeitsquelle (engl. Potential Trouble Source). Dies ist eine Person, die mit einer unterdrückerischen Person, Gruppe oder Sache in Verbindung steht. (Zwecks vollständiger Information in bezug auf PTS siehe HCO PL 31. Mai 1971, Ausgabe IV, Revidiert am 5. Mai 1972, ein Checksheet*.)

N.C.G. (engl. No Case Gain) bedeutet „kein Fallgewinn“ trotz guten und ausreichenden Auditings.

Man wird immer feststellen, daß eine chronisch kranke Person - ob von der Person bekannt ist, daß sie mit einem Unterdrücker in Verbindung steht oder nicht - eine solche Verbindung gehabt hat und PTS ist.

VON JETZT AN IST ES UNUMSTÖSSLICHE POLICY, DASS KEINE PERSON, DIE PTS ODER CHRONISCH KRANK IST ODER KEINEN FALLGEWINN ERZIELT, AUF FINANZ- ODER REGISTRAR-LINIEN ODER AUF HÖHEREN FÜHRUNGSPOSTEN ODER AUF DEM POSTEN DES HAS, ETHIK-OFFICERS ODER MAA SEIN DARF.

TECHNISCHE TATSACHE

Jemand, der mit einer unterdrückerischen Person, Gruppe oder Sache in Verbindung steht, wird in bezug auf eine Organisation oder Mitarbeiter ein „Nichthabenkönnen“ oder ein „erzwungenes Overt-Haben“ dramatisieren.

Ein „Nichthabenkönnen“ bedeutet genau das: ein Vorenthalten oder Entziehen von Substanz oder Aktion oder Dingen.

Ein „erzwungenes Overt-Haben“ bedeutet, einem anderen eine Substanz, eine Aktion oder ein Ding aufzuzwingen, das der andere nicht will oder zurückweist.

Die technische Tatsache besteht darin, daß eine PTS-Person

* Anm. d. Übers.: Dies ist das Checksheet des Kurses für die Entdeckung, Weiterleitung und Handhabung von PTS-Personen und SPs, das jetzt der BPL vom 31. Mai 71RG IV ist.

so wurde, weil der Unterdrücker unterdrückerisch war, indem er der Person Dinge vorenthalten oder entzogen hat oder unerwünschte Dinge aufgezwungen hat.

Die PTS-Person wird dieses Charakteristikum als Reaktion auf die Unterdrückung dramatisieren.

Deswegen wird eine PTS-Person als ED, als C/O, als Produkt-Officer, als Org-Officer, als Sekretär der Finanzabteilung, als Kassierer oder Personen-Registrar gegenüber der Organisation und ihren Mitarbeitern ein „Nichthabenkönnen“ betreiben, indem sie:

- a) Einnahmen verweigert,
- b) Einnahmen, die gemacht wurden, verschwendet,
- c) falsche Kunden akzeptiert (wie z.B. Psychotiker) und diese der Org aufzwingt,
- d) es unterläßt, Mitarbeiter oder Dienstleistungen zur Verfügung zu stellen und
- e) Overt-Produkte befürwortet.

HISTORISCHES

Als die Mitarbeiter in den späten 50er Jahren anteilmäßige Bezahlung erhielten, bekamen sie, solange ich die Organisationen direkt leitete, mehr Geld als zuvor.

Als ich von diesen Linien wegging, begannen die Mitarbeiter persönlich weniger Geld zu bekommen.

Damals schien es mir, daß die anteilmäßige Bezahlung für einige Leute in einer Organisation als Entschuldigung dafür diente, gegenüber den Mitarbeitern ein „Nichthabenkönnen“ zu betreiben.

Wir wußten, daß einige Registrare leicht Geld einnehmen konnten und daß andere niemals dazu in der Lage zu sein schienen.

Der technische Grund dafür ist gerade eben in einem anderen Bereich der Forschung vollständig ans Licht gekommen.

Beim Abschließen von Materialien und der Forschungsarbeit über Expanded Dianetik beschäftigte ich mich mit dem Mechanismus, wie eine PTS-Person krank bleibt.

Ich stellte fest, daß Unterdrücker für eine Person ein Unterdrücker wurden, indem sie ein „Nichthabenkönnen“ und ein „erzwungenes Overt-Haben“ betrieben. Dies hielt die PTS-Person beim Unterdrücker fest.

Nach weiterer Arbeit stellte ich fest, daß eine PTS-Person in bezug auf den Unterdrücker ein Roboter war. (Siehe dazu das HCOB vom 10. Mai 1972, ROBOTISMUS.)

Diese Forschung war darauf ausgerichtet, Leute gesund zu machen.

Plötzlich war es offensichtlich, daß eine PTS-Person, da sie in bezug auf SPs ein Roboter ist, gegenüber anderen ein „Nichthabenkönnen“ und ein „erzwungenes Overt-Haben“ betreiben wird.

Bei einer raschen Überprüfung wurde festgestellt, daß dort, wo die Finanzlinien sehr schlecht liefen, eine PTS-Person auf diesen Linien war.

WIEDERHERSTELLUNG

Die PTS-Tech, objektive Prozesse, PTS-Rundowns, Geld-Prozesse und Expanded Dianetik werden den Zustand in Ordnung bringen.

Man kann jedoch in Organisationen, wo ein „Nichthabenkönnen“ in bezug auf Geld betrieben wurde, nicht sicher sein, daß dies auf fachmännische Weise gehandhabt worden ist, da die Qualität der Tech dieser Organisationen aufgrund eines bereits bestehenden Mangels an Finanzmitteln niedrig sein wird.

Nur Statistiken würden zeigen, ob die Situation vollständig in Ordnung gebracht worden ist.

Somit bleibt die Policy bestehen. Gehandhabt oder nicht gehandhabt - keine Person, die PTS ist oder keinen Fallgewinn erzielt, darf oben an der Führungsspitze oder auf irgendwelchen Linien, die die Finanzen beeinflussen, verbleiben.

Jede Organisation, die ständig niedrige Einnahmen hat, sollte unverzüglich unter dem Verdacht stehen, daß PTS-Personen oder N.C.G.-Personen auf den entscheidenden Finanzposten sitzen, und es sollten unverzüglich Aktionen unternommen werden, um den Zustand von PTS oder N.C.G. zu entdecken und solche Personen durch andere zu ersetzen, die nicht mit unterdrückerischen Personen in Verbindung stehen bzw. die tatsächlich Fallgewinn erzielen.

Nichts in diesem Policybrief gestattet, daß irgendeine PTS-Person in einer Organisation ist, oder hebt irgendeine Policy bezüglich PTS-Personen auf.

Dieser Policybrief verlangt direkte Überprüfung, sorgfältige Untersuchung und Handhabung von PTS- bzw. SP-Situationen auf diesen Posten, die ansonsten unentdeckt bleiben könnten.

NICHTS IN DIESEM POLICYBRIEF ERLAUBT, DASS IRGEND EIN SCHLÜSSELPOSTEN IN DER ORGANISATION UNBESETZT BLEIBT.

AUF NATIONALER EBENE

Hier noch ein Kommentar über etwas, das auf Organisationen einwirken und sie in Mitleidenschaft ziehen könnte: Der HAUPT-

SÄCHLICHE Grund für ein Dahinsiechen des nationalen Wohlstands und für Inflation ist eine Einkommensteuerbehörde, die Steuern von Privatpersonen eintreibt. Dies betreibt ein heimtückisches „Nichthabenkönnen“ bei jedem Bürger und macht diesen zur Regierung PTS. Die einzelnen Leute beginnen sogar ein „Nichthabenkönnen“ bei sich selbst zu betreiben und produzieren nicht. Dies IST die Ursache für eine scheiternde Volkswirtschaft. Es kann einen Faktor in einer Organisation darstellen und muß bei den so betroffenen Personen in Ordnung gebracht werden.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Revision geschrieben
auf Verlangen der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

Als offizielle Richtlinie
der Kirche angenommen von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

CSI:LRH:iw; Übers.:GZ/LB/ST:hl/lb
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm New Era

Wiederverviel-
fältigen
Ethik

(Wiederherausgegeben, um dieses HCO PL als Teil
der Auditoren-Verwaltungs-Serie einzuschließen.)

Auditoren-Verwaltungs-Serie Nr. 5

FALLÜBERWACHEN UND AUDITING OHNE FOLDER-STUDIUM

Ein Verlust von Bezahlung für zwei Wochen und eine Suspendierung von Zertifikaten sind die Strafe für jeden Fallüberwacher oder Auditor, die einen Fall wie folgt handhaben:

- (1) Ohne eine auf den neuesten Stand gebrachte Folder-Zusammenfassung (FS),
- (2) ohne daß eine FES auf das Auditing gemacht wurde und
- (3) ohne vorausgehendes Studium des Folders vor dem Fallüberwachen oder dem Auditing.
- (4) Wer für einen "Abschluß" auf jeglichem Grad Quickie-Auditing liefert oder dafür fallüberwacht.
- (5) Wer nicht für das Produkt eines vollen und vollkommenen PC-Abschlusses auf diesem Grad arbeitet.
- (6) Wer eine Statistik oder ein Worksheet fälscht.

Für Fallüberwacher müssen FES-Einheiten vorhanden sein, um Folder zu FESen.

WIR MÜSSEN MIT ALLEN QUICKIE-TENDENZEN BEI FALLÜBERWACHERN UND AUDITOREN SCHLUSS MACHEN.

Das Verfehlen eines vollen und vollkommenen PC-Abschlusses auf jeglichem Grad kann uns unsere Freunde kosten.

Bonusse an Fallüberwacher und Auditoren dürfen nur bezahlt werden bei 25 SESSION-STUNDEN ODER MEHR PRO WOCHE, PLUS EINEM GERINGEREN BONUS FÜR ADMIN-ZEIT, DIE OHNE SESSION-STUNDEN NICHT GÜLTIG IST.

KEINE Bonusse jeglicher Art dürfen von nun an Fallüberwacher oder Auditoren für "Abschlüsse" gezahlt werden, da dies zu Quikie-Aktionen führt, welche die dem Auditing innewohnende Macht verringern.

Auditing kann Wunder bewirken. Aber nur in EHRlichen HÄNDEN.

Im Fall einer falschen Anschuldigung kann ein Komitee der
Beweisaufnahme verlangt werden, und es muß gewährt werden.

L. RON HUBBARD
Gründer

Angenommen
als offizielle
Kirchenrichtlinie

von der

CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:mes.rd.cn; Übers.:CN/MJ/ST/RK:mb.mj
Übersetzung genehmigt vom I/A Off CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONS BÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 23. MÄRZ 1972

Wiedervervielfältigen

EstO-Serie Nr. 11

VOLLSTÄNDIGES PRODUKTKLÄREN
LANGES FORMULAR

(Vergleiche HCO PL 13. März 72,
EstO-Serie Nr. 5)

MUSS AN EINEM ESTO GEMACHT WERDEN,
BEVOR ER ES AN MITARBEITERN MACHT.

Wenn Sie einige Leute fragen, was ihr Produkt ist, werden sie Ihnen normalerweise eine DOINGNESS nennen.

Es gibt drei Umstände des Daseins. Sie sind SEIN, TUN und HABEN.

Alle Produkte fallen unter die Kategorie HABEN.

Es gibt viele merkwürdige Dinge, die Sie anstatt eines richtigen Produktes bekommen werden.

Daher ist es möglich, „Produkte zu klären“, ohne irgendein wirkliches Resultat zu erhalten.

FORMULAR FÜR DAS PRODUKTKLÄREN

Org

Name der Person

Datum

Posten

Die 14 Punkte der EstO-Serie Nr. 5 werden auf diese Weise gemacht, wobei ein E-Meter verwendet wird, um Wörter zu überprüfen.

SCHRITT EINS

NEHMEN SIE NICHT EINFACH AN, DASS DIE PERSON WEISS, WAS „PRODUKT“ BEDEUTET. LASSEN SIE DIE PERSON DAS WORT „PRODUKT“ UND JEDES WORT IN DER DEFINITION NACHSCHLAGEN.

a) Klären Sie das Wort PRODUKT. Wörterbücher geben eine Vielzahl von Definitionen. Stellen Sie sicher, daß Sie eine brauchbare Definition bekommen, die die Person versteht UND IN DER SIE ALLE WÖRTER VERSTEHT. Sie kann mit den Wörtern „das“ oder „ist“ der Definition selbst Schwierigkeiten haben - ob Sie es nun glauben oder nicht. _____

b) Lassen Sie die Person das Wort PRODUKT 10 mal in selbst ausgedachten Sätzen VERWENDEN (und zwar jedesmal richtig). _____

c) Klären Sie jetzt SEIN, TUN, HABEN, die Umstände des Daseins. Die Leute denken oft, daß ein SEIN oder ein TUN ein Produkt sei. Ein Produkt ist immer etwas, was jemand HABEN kann.

Klären Sie die Wörter SEIN, TUN, HABEN (insbesondere letzteres) mit einem Wörterbuch. _____

d) Schreiben Sie auf ein Blatt Papier:

SEIN

TUN

HABEN

Sagen Sie der Person, sie soll Ihnen ein Beispiel für ein Produkt draußen in der Welt nennen (ein Auto, ein Buch, ein geheilter Hund usw.).

Zeichnen Sie einen Pfeil, der auf das Wort TUN zeigt, wenn die Person Ihnen ein „Tun“ gibt, und einen, der auf das Wort SEIN zeigt, wenn sie Ihnen anstatt eines HABENS ein „Sein“ gibt.

Markieren Sie jedesmal HABEN mit einem Pfeil, wenn die Person Ihnen ein richtiges Produkt gibt, das ein HABEN ist.

Wenn sie Ihnen schnell und ohne Kommunikationsverzögerung ein Produkt nennen kann, das etwas ist, was man HABEN kann, gehen Sie zum nächsten Schritt. _____

e) Säubern Sie die folgende Frage an einem E-Meter mit Methode 4 (siehe HCOB 22. Feb. 72, Wortklärungsserie Nr. 32, „Wortklären Methode 4“):

„Habe ich bis jetzt irgendein Wort benutzt, das du nicht verstanden hast?“

Säubern Sie jegliche Reads. _____

f) Geben Sie der Person jetzt ein Exemplar des HCO FLs vom 29. Oktober 70, Organisierungsserie Nr. 10.

Lassen Sie sie den Policybrief lesen. _____

- g) Säubern Sie folgende Frage mit Wortklären Methode 4:

"Gibt es in diesem Policybrief irgendwelche Wörter, die du nicht verstanden hast?"

Säubern Sie sie gründlich. Falls es irgendwelche nicht verstandenen Wörter gab, lassen Sie die Person den Policybrief noch einmal lesen, bis sie sagt, daß sie ihn verstanden hat.

- h) Machen Sie mit der Person eine Übung über die Produkte 1, 2, 3 und 4.

Schreiben Sie

Produkt 1	Produkt 2
Produkt 3	Produkt 4

auf ein Blatt Papier.

Geben Sie ihr ein Exemplar des HCO PLs vom 29. Okt. 70, Organisierungsserie Nr. 10, das sie im folgenden zu Rate ziehen kann.

Zeigen Sie mit der Spitze Ihres Kugelschreibers auf eines der Produkte (Produkt 1, 2, 3 oder 4) und sagen Sie: "Nenne mir ein Produkt 1." "Nenne mir ein Produkt 3." "Nenne mir ein Produkt 4." "Nenne mir ein Produkt 2." Machen Sie dies so lange, bis die Person es begriffen hat.

Nehmen Sie ihr jetzt den Policybrief weg und wiederholen Sie die Übung.

Wenn Ihre Produkte 1 usw. völlig mit Punkten von Ihrem Kugelschreiber übersät sind und die Person Ihnen schnell antwortet, danken Sie ihr. Sagen Sie ihr, daß sie das beherrscht, und gehen Sie zum nächsten Schritt.

SCHRITT ZWEI

- a) Schauen Sie sich den Hat des Postens der Person, die Produktklären erhält, und ihre Position auf dem Org-Board an, und bekommen Sie eine ungefähre Vorstellung davon, was das Produkt des Postens sein müßte, um in den Rest der Szene hineinzupassen. Das Produkt wird nicht notwendigerweise in früheren Hat-Niederschriften angegeben sein. Man muß erst ausarbeiten, was der Posten produziert. Schreiben Sie auf, was dies möglicherweise sein könnte.
- b) Lassen Sie sich von der Person sagen, was ihr Posten produziert. Lassen Sie sie so lange an der Formulierung arbeiten, bis sie damit vollkommen zufrieden ist und die Formulierung nicht gemäß Schritt 2a inkorrekt ist.

Passen Sie wirklich sehr auf, daß Sie kein falsches Produkt erhalten; ansonsten könnten Sie die ganze Struktur der Org durcheinanderbringen.

Nehmen Sie sich vor Antworten wie „eine hohe Statistik“ oder „ein Bonus“ oder „GI“ in acht, denn dies sind Dinge, die als Gegenleistung empfangen werden, sie sind nicht das von der Person hervorgebrachte Produkt.

Benutzen Sie noch einmal SEIN
TUN
HABEN,

um sicherzugehen, daß die Person Ihnen keine Doingness gibt. Und weisen Sie so lange darauf hin, bis sie wirklich ein HABEN hat.

Notieren Sie das Produkt auf dem Worksheet. _____

- c) Fragen Sie, ob es noch irgendwelche anderen Produkte des Postens gibt. Wenn die Person mehrere Hats trägt, hätte sie für jeden Hat ein Produkt.

Erstellen Sie eine Liste aller Hats, und schreiben Sie hinter jeden sein Produkt. _____

- d) Nehmen Sie jetzt das Hauptprodukt des Postens und schauen Sie, ob es wirklich aus 3 verschiedenen Produktschritten oder -arten besteht. (Beispiel: Ein Auditor hat A. einen gesunden PC (einer, der von einer psychosomatischen Krankheit geheilt worden ist), B. jemanden, der körperlich aktiv und gesund ist und gesund bleiben wird und C. ein Wesen, dessen Fähigkeiten in großem Maße gestiegen sind. Ein Überwacher hat A. einen ausgebildeten Studenten, B. einen Kursabsolventen und C. jemanden, der die ihm beigebrachten Fertigkeiten erfolgreich anwendet.) (Anmerkung: Das Obige sind grobe Formulierungen.)

Sie werden bemerken, daß A, B und C sich grob unter A. SEIN, B. TUN und C. HABEN einordnen lassen.

Wenn die Person Schwierigkeiten damit hat, schreiben Sie SEIN, TUN und HABEN auf das Worksheet. _____

- e) Finden Sie heraus, ob die Person diese miteinander verwechselt hat, oder ob sie A zu erreichen versuchte, als ihr Produkt C war, oder ob es irgendeine andere Verwirrung gibt.

Schauen Sie, ob die Person zuerst ein SEIN und dann ein TUN erreichen muß, um schließlich zu einem HABEN zu gelangen.

Wenn ihr dies alles klar ist, sollte sie erkennen, welches Produkt sie auf ihrem Posten anstrebt, und sie sollte VGIs haben. _____

- f) Sagen Sie der Person, daß dieser Schritt hiermit beendet ist, und vergewissern Sie sich bei einem Produkt-Officer, daß die Produkte korrekt sind. (Stellen Sie sicher, daß es ein Produkt-Officer ist, der sein Produktklären gehabt hat. Wenn er DER Produkt-Officer der Org ist, schauen Sie, ob das Produkt zu den wertvollen Endprodukten einer Org paßt - siehe HCO PL 8. Nov. 73RA, rev. 9. März 74, „Die wertvollen Endprodukte (VEPs) und Abteilungsgesamtstatistiken (GDSes) der Abteilungen einer Org“.)

Wenn die Produkte nicht in Ordnung sind, überprüfen Sie am E-Meter, ob die Person Mißverständnisse hat, und machen Sie die Schritte 1 und 2 noch einmal. Wenn die Produkte in Ordnung sind, fahren Sie mit Schritt 3 fort.

SCHRITT DREI


- a) Geben Sie der Person HCO PL 27. Nov. 71, Führungskraftserie Nr. 3, und HCO PL 3. Dez. 71, Führungskraftserie Nr. 4. Lassen Sie sie diese HCO PLs lesen.
- b) Nehmen Sie das Produktklären wieder auf, machen Sie Methode 4 auf die Policybriefe und klären Sie jegliche mißverständenen Wörter darin. Wenn diese Wörter gefunden, nachgeschlagen und in Sätzen verwendet worden sind, lassen Sie die Person die Policybriefe erneut lesen.
- c) Nachdem die Person die Policybriefe jetzt verstanden hat, tauschen Sie mit ihr Gegenstände aus.

Lassen Sie sie jetzt erklären, was Austausch ist, bis sie klar erkennt, was es ist.

SCHRITT VIER

- a) Schreiben Sie jetzt an den linken Rand Ihres Worksheets das Produkt der Person, und zeichnen Sie von dort aus einen Pfeil nach rechts:

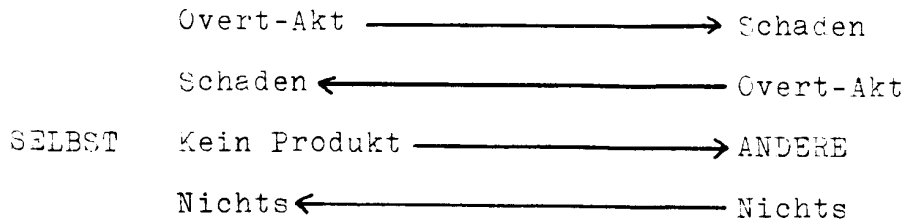
Ihr Produkt 

Und dann zeichnen Sie darunter einen Pfeil nach links 

Lassen Sie sich von der Person sagen, was sie innerhalb der Org im Austausch dagegen, daß sie ihr Produkt produziert und hinausbekommt, erhalten könnte.

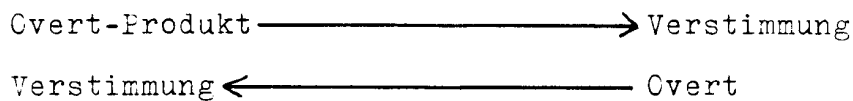
Lassen Sie sie klären, warum sie das vielleicht nicht erhält.

- b) Lassen Sie die Person folgende Skizze auf dem Worksheet als einen Zyklus anschauen:



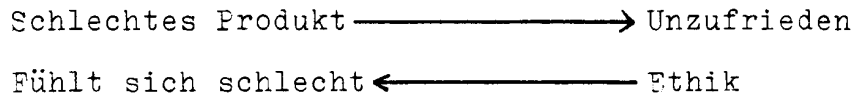
Stellen Sie sicher, daß sie das versteht. _____

- c) Lassen Sie sie folgende Skizze auf dem Worksheet anschauen:



Lassen Sie sie diesen Zyklus verstehen. _____

- d) Lassen Sie jetzt die Person verschiedene solche Zyklen zeichnen, die mit den Produkten zu tun haben, die sie herausgebracht hat. Beispiel:



Sie soll dabei jedoch verschiedene Arten von Produkten verwenden.

Machen Sie dies so lange, bis es ihr vollkommen klar geworden ist und sie sich gut fühlt. _____

- e) Lassen Sie sie links auf das Blatt ihr Produkt schreiben, einen Pfeil nach rechts ziehen, rechts hinschreiben, was zurückkommt, und links, was daraufhin passiert.

Wenn sie das jetzt verstanden hat, sagen Sie ihr, daß es okay ist. _____

SCHRITT FÜNF

(alles als große Knetdemonstrationen)

- a) Lassen Sie die Person ausarbeiten, was Diebstahl im Hinblick auf Austausch ist; lassen Sie sie die entsprechenden Pfeile darstellen. _____
- b) Lassen Sie sie zeigen, wie ihr Produkt zum Produkt der Org beiträgt. _____
- c) Lassen Sie sie ausarbeiten, wie das Produkt der Org, so wie es mit der Abteilung der Person zusammenhängt, dann mit der Gesellschaft außerhalb der Org und der

Scientology ausgetauscht wird, und was die Gesellschaft im Austausch dagegen an die Org zurückgibt. _____

- d) Lassen Sie sie ausarbeiten, wie ihr Produkt zum Produkt der Org beiträgt, das hinausgeht und sich dann außerhalb der Org und der Scientology befindet, und zu dem, was von der Gesellschaft draußen zur Org und von der Org zu ihm zurückkommt.

Dies kann in beiden Richtungen mehr als 2 Vias haben. _____

- e) Lassen Sie die Person ausarbeiten, wie sich die Produkte der Mitarbeiter zum Produkt der Org verbinden, wie dieses Produkt dann hinaus in die Gesellschaft geht, und was dann im Austausch dagegen an die Org, die FOLOs und das höhere Management und an die Org-Mitarbeiter zurückkommt. _____

- f) Wenn die Demonstrationen alle in Ordnung sind und GROSS sind, sagen Sie ihr, daß es okay ist, und gehen Sie zum nächsten Schritt weiter. _____

SCHRITT SECHS

(am E-Meter)

- a) Finden Sie heraus, ob die Person ihr Produkt will? (nicht das, was sie im Austausch dagegen erhält)

Falls dies nicht der Fall ist, finden Sie heraus, wer es unterdrücken könnte, und gehen Sie früher ähnlich.

Wer könnte es abwerten? und gehen Sie früher ähnlich.

Machen Sie damit 2WC bis zu F/N, Cog, VGIs. _____

- b) Stellen Sie jetzt fest, ob die Person ihr Produkt will. _____

(Wenn Sie hier steckenbleiben, übergeben Sie den PC an einen C/S und einen Auditor, damit die Rudimente in Ordnung gebracht werden und diese Sache abgeschlossen wird.)

SCHRITT SIEBEN

(am E-Meter)

- a) Kann die Person ihr Produkt hinausbekommen? _____

- b) Handhaben Sie es mit 2WC E/S bis zur F/N. _____

SCHRITT ACHT

(am E-Meter)

- a) In welcher Menge wird sie ihr Produkt hervorbringen?

Ist das genug, daß sich die Sache lohnt, oder müßte es mehr sein?

Wie groß müßte die Menge sein, um Existenzfähigkeit zu garantieren?

Bereinigen Sie „ZU SCHNELL GEMACHT“ und „Fehlschläge“.

Machen Sie dies bis zu F/N, Cog, VGIs. _____

SCHRITT NEUN

(am E-Meter)

- a) Welche Qualität wäre notwendig?

Lassen Sie sich verschiedene Qualitätsabstufungen nennen.

Was müßte die Person tun, um diese Qualität zu erreichen?

Welche Menge könnte sie erreichen?

Was müßte sie tun, um dies zu erreichen?

Machen Sie dies bis zu F/N, Cog, VGIs. _____

SCHRITT ZEHN

(am E-Meter)

- a) Kann die Person andere dazu bringen, die Produkte, die sie hervorgebracht hat, zu wollen?

Was müßte sie tun, um dies zu erreichen? _____

SCHRITT ELF

(in einer GROSSEN Knetdemonstration)

(Dies ist eine sich entwickelnde Knetdemonstration, wobei bei jedem Schritt etwas hinzugefügt wird.)

- a) Wie fügt sich das Produkt (bzw. die Produkte) der Person in den Rahmen ihrer Sektion ein? Hierzu ist es notwendig, daß die Person, wenn ihr Produkt nicht mit dem der Sektion identisch ist, das Produkt der Sektion ausarbeitet und dann ihr Produkt einfügt. _____
- b) Wie fügt sich ihr Produkt in die Unterabteilung ein? Hierzu ist es notwendig, daß die Person, wenn ihr Produkt nicht mit dem der Unterabteilung identisch ist, das Produkt der Unterabteilung ausarbeitet und dann ihr Produkt einfügt. _____
- c) Wie fügt sich ihr Produkt in das der Abteilung ein? Sie wird das Produkt der Abteilung ausarbeiten oder das HCO PL vom 8. Nov. 73RA, „Die VFPs und GDSes der Abteilungen einer Org“ zu Rate ziehen müssen. _____
- d) Wie wird das Produkt der Abteilung mit der Öffentlichkeit ausgetauscht? Und wogegen wird es ausgetauscht? _____

- e) Was passiert mit der Org bei diesem Austausch? _____

SCHRITT ZWÖLF

(in einer großen Knetdemonstration)

- a) Auf welche Hindernisse könnte die Person stoßen, wenn sie ihr Produkt hinausbringen will? _____
- b) Was kann SIE dagegen unternehmen? _____

SCHRITT DREIZEHN

(2WC)

- a) Was muß sie haben, um ihr Produkt hinauszubekommen? (Sehen Sie sich vor, daß die Person nicht zuviel haben muß, bevor sie etwas tun kann. Bringen Sie sie dazu, das, was sie haben muß, zu reduzieren, damit sie mehr Ursache ist.) _____

SCHRITT VIERZEHN

(von der Person selbst geschrieben)

- a) Was ist ihr Produkt auf der 1. Dynamik - Selbst?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____
- b) Was ist ihr Produkt auf der 2. Dynamik - Familie und Sex?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____
- c) Was ist ihr Produkt auf der 3. Dynamik - Gruppen?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____
- d) Was ist ihr Produkt auf der 4. Dynamik - Menschheit?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____
- e) Was ist ihr Produkt auf der 5. Dynamik - Tier- und Pflanzenreich?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____
- f) Was ist ihr Produkt auf der 6. Dynamik - das Universum von Materie, Energie, Raum und Zeit?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____
- g) Was ist ihr Produkt auf der 7. Dynamik - geistige Wesen - Thetans?
Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____

h) Was ist ihr Produkt auf der 8. Dynamik - Gott oder die Unendlichkeit oder Religion?

Wie fügt es sich in das ein, was sie tut? _____

i) Was ist das Produkt ihres Postens? _____

j) Kann sie es jetzt hinausbekommen? _____

EstO oder Produktklärer

Beachten Sie, daß dieses lange Formular an höheren Führungskräften und schließlich an allen Mitarbeitern gemacht werden muß. Das kurze Formular in EstO-Serie Nr. 5 dient mit seinen 14 Punkten als schnelle Aktion. Wenn es bei dem kurzen Formular irgendwelche Schwierigkeiten gibt, schicken Sie die Person zu einem Auditor. Wenn es bei dem langen Formular irgendwelche Schwierigkeiten gibt, schicken Sie die Person zu einem Auditor. Die Auditing-Aktion besteht daraus, die Rudimente hinsichtlich des Rundowns in Ordnung zu bringen, jegliche Schlüsselwörter zu assessieren, über die der PC verstimmt ist, und einen aus 18 Buttons bestehenden Prepcheck zu machen, wobei jeder Prepcheck-Button zur F/N gebracht wird.

Wenn der TA bereits hoch ist, versuchen Sie weder das kurze noch das lange Formular.

Wenn die Person einen Rockslam zeigt, überprüfen Sie, ob sie Ringe an den Händen hat. Wenn dies der Fall ist, entfernen Sie die Ringe. Notieren Sie es, wenn der Rockslam bestehenbleibt.

In beiden Fällen sollte ein Programm für die Person erstellt werden, damit zur Beseitigung ihrer TA-Schwierigkeiten eine C/S 53 gemacht und gehandhabt wird, die Person dann eine GF 40 erhält (wobei jede Frage, die einen Read ergibt, zur F/N gebracht wird) und dann bei ihr die Engramme auditiert werden, wobei Drogen zuerst behandelt werden.

Produktklären wird am besten gemacht, nachdem Wortklären Methode 1 erfolgreich abgeschlossen wurde.

Ein EstO, der ein E-Meter bedienen kann, der Wortklären Methode 4 beherrscht und über Knetdemonstrationen Bescheid weiß, kann es machen.

Es ist geplant, HCOBs über diesen Rundown herauszugeben, um ihn bei schwierigen Fällen durchführen zu können oder ihn, falls nötig, mit Hilfe eines erfahrenen Auditors reparieren zu können.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:mes:rd; Übers.:ST/WR:st
Copyright © 1972, 1981
by L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN
Übersetzung genehmigt vom LRH Comm PDK

HCO-POLICYBRIEF VOM 3. APRIL 1972

Wiedervervielfältigen

EstO-Serie Nr. 13

ARBEITEN

Das grundlegende Problem eines EstO besteht darin, jemanden dazu zu bringen, seine Arbeit zu machen.

Dabei geht es nicht nur um Führungskräfte oder "schlechte Mitarbeiter". Es neigt dazu, in unserer modernen Kultur ein ziemlich vorherrschendes Problem zu sein.

Die grundlegende Frage ist tatsächlich: "Warum kannst du das, was von dir erwartet wird, nicht tun?"

Ein EstO wird viele "beschäftigte" Leute finden, die aber nicht wirklich den Hat ihres Postens ausführen.

Da die eigene Statistik eines EstO davon abhängt, daß Leute tatsächlich ihren Job machen, und da die Bezahlung und das Wohlergehen dieser Leute auch davon abhängen, ergibt sich daraus ein ziemliches Problem.

Sie können einen Produkt-Rundown bis zu Cognitions hin machen. Aber in einigen Fällen geschieht dann nichts.

Sie bilden sie in ihrem Hat aus, und noch immer geschieht nichts.

ABERRATION

Um dies zu verstehen, müssen Sie verstehen, was "Aberration" ist.

Stellen Sie sich ein Wesen vor, das ganz und gar das tut, was es tut. Das sieht so aus:

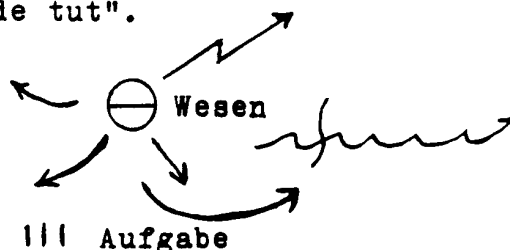


Es ist eine gerade Linie der Aufmerksamkeit.

Stellen Sie sich nun jemanden vor, der "einen Job macht, aber nicht tut, was er gerade tut".

Dies ergibt:

B.



Dies ist Aberration, d.h. „nicht in einer geraden Linie“.

In Beispiel A tut die Person also, was sie tut.

In Beispiel B tut sie auch etwas, aber GEISTIG tut sie nicht das, was sie tut. Geistig tut sie etwas anderes, während sie das tut, was sie scheinbar tut.

SCHIZOPHRENIE

Die am weitesten verbreitete „Geistesstörung“ ist angeblich Schizophrenie. Dies ist verwandt mit „SCHERE“ (engl. „scissors“), und bedeutet zwei + „Kopf“. Andersgesagt, ein „Zweiköpfiger“. Und in diesem Fall sind zwei Köpfe nicht besser als einer (Witz).

Man sieht dies in Anstalten. Jemand wechselt die Valenzen (Persönlichkeiten), klick-klick-klick, von einer zur anderen.

Aber dieser Zustand verschlechtert sich auf einem Gradienten, der von geistiger Gesundheit bis zum unteren Ende der Skala reicht.

Der Zustand im mittleren Bereich dieser Gradientenskala ist häufig, wird aber fast nie bemerkt. Er ist heute so gewöhnlich, daß man ihn als normal-menschenartig durchgehen läßt.

Die Person tut nicht, was sie tut.

Beispiele davon sind: Leute, die keine Arbeit mit Verantwortung mögen, weil sie „gern mechanische Dinge tun, damit sie von etwas anderem träumen können, während sie arbeiten“; Leute, die „etwas anderes tun müssen, bevor sie tun können“; Leute, die wo anders sind; Leute, die ständig Dev-T machen.

Es gibt auch die Person, die anderen durch „Fehler“ und „Forderungen“ bei der Arbeit in die Quere kommt, und sie daran hindert, zu tun, was sie tun, während sie selbst nicht tut, was sie tut.

Man kann nicht sagen, daß diese Leute verrückt sind. Heutzutage nicht. Aber man kann sagen, daß sie Probleme schaffen, die sehr schwierig zu lösen sind, außer man weiß, wie man diese Nuß knackt.

HINDERNISSE

Mit dem HCOB der Studier-Serie Nr. 2, dem HCOB vom 2. Juni 1971 I, KONFRONTIEREN, und den in der EstO-Tonbandserie angegebenen Übungen kann man seinen Weg durch eine erstaunliche Menge von Hindernissen durchboxen.

Denn dies ist eben der Zustand - eine Anstrengung, durch Hindernisse hindurchzukommen.

Der Grund dafür, daß das vorher angegebene Beispiel B vorkommt, liegt darin, daß die Aufmerksamkeit der Person jedesmal, wenn sie A zu machen versucht, durch mentale Hindernisse in eine verkehrte Richtung gelenkt wird.

Jedoch nur dann, wenn sie A machen kann, wird sie überhaupt Selbstbestimmung und Macht haben.

Das bedeutet nicht, daß sie verrückt ist. Es bedeutet, daß sie nicht in der Lage ist, ihre Aufmerksamkeit geradlinig auszurichten. Jedesmal, wenn sie es macht, stößt sie auf etwas, was die Aufmerksamkeit beugt (in einem Winkel ablenkt und woanders hinschickt).

All dies wird ihr sehr verständlich erscheinen, denn es ist ja schon immer so gewesen. Und genauso wie das kleine Mädchen, das nie wußte, daß sie seit ihrer Geburt Kopfschmerzen hatte, und dies erst bemerkte, als diese plötzlich verschwanden, bemerkt eine solche Person nicht, daß sie ihre Aufmerksamkeit kontrollieren kann.

Solche Leute denken an viele andere Dinge, während sie scheinbar an das denken, was sie tun. Und sie tun viele andere Dinge.

MISSVERSTÄNDNISSE

Mißverstandene Wörter hindern sie daran, mit Materialien oder anderen in Kommunikation zu sein. Daher lesen sie nicht und hören nicht zu. Sie träumen herum, d.h. sie wandern geistig umher.

Dies ist die Inflow-Seite davon.

Die Outflow-Seite sind Hindernisse in Form von eigenartigen Ängsten und komischen Vorstellungen.

Solche Leute scheinen ziemlich schwach und zerstreut zu sein. Oder übermäßig schwerfällig und stur, um den Zustand auszugleichen.

Sie haben fixe Ideen und andere Outpoints, weil ihre Gedanken Umwege machen, statt auf einer Autobahn entlangzuschießen.

GLÜCKLICHSEIN

Jemanden dazu zu bringen, wirklich zu tun, was er tut, wenn er es tut, wird für einige Leute grausam klingen. Das kommt daher, daß sie es schmerzhaft finden, zu konfrontieren, und es vorziehen würden, sich zurückzuziehen und herumzuträumen, sich sozusagen in einer Art ständigem Selbstauditing durchs Leben zu wursteln.

Sie sind nicht glücklich.

Glücklichsein kommt durch Selbstbestimmung, Produktion und Stolz.

Glücklichsein ist Macht, und Macht bedeutet fähig zu sein, das zu tun, was man tut, wenn man es tut.

KOMPETENZ

Wenn jemand kompetent ist, kann nichts seinen Stolz erschüttern. Die ganze Welt kann brüllen. Aber das erschüttert ihn nicht.

Bei Kompetenz geht es nicht darum, ob das eine Wesen gescheiter ist als ein anderes. Das eine Wesen ist einfach fähiger als das andere, das zu tun, was es tut.

Beispiel A ist Kompetenz.

Beispiel B ist Inkompetenz.

„MEHR DA“

Man könnte sagen, daß eine kompetente Person „mehr da“ ist. Aber eigentlich ist sie „fähiger, ihre Aufmerksamkeit auf das zu richten, worauf ihre Aufmerksamkeit liegt“.

WARUM

Jeder, der auf seinem Posten kein rascher Arbeiter ist, könnte mit folgendem WARUM beschrieben werden:

Unfähig, seinen Posten zu machen, aufgrund eines individuellen Warums für jede Person.

Daher gibt es zwei rasche Abhilfen, die ein EstO verwenden kann.

1. Er kann das WARUM finden, weswegen eine Person ihren Posten nicht machen kann, und es in Ordnung bringen.
2. Er kann mit der Person EstO-Übungen machen.

Beim Finden des Warums kann alleine schon die Beobachtung dessen, daß ihre Statistiken niedrig sind, die Person ein bißchen in eine verteidigende Haltung bringen.

Es könnte ja auch sein, daß sie das tut, was sie tut. Aber wenn dies der Fall wäre, wären ihre Statistiken hoch und sie würde sich schnell bewegen.

Daher muß man ihr persönliches WARUM finden. Wenn es das richtige ist, sollte sie sehr gute Indikatoren haben, schneller werden und ihren Job machen. Wenn es nicht ganz das richtige ist, könnte die Person sich entwürdigt oder beschämt fühlen.

Das Kriterium eines jeden richtigen WARUMs ist: Bringt es die

existierende Szene in Richtung der Idealen Szene mit den vorhandenen Mitteln hinauf?

Somit könnten Sie ein WARUM erhalten, das nicht völlig akzeptabel ist, bis es in Ordnung gebracht wurde. Aber wenn Sie wirklich das richtige treffen, sollte es eine Menge der Hindernisse zum Verschwinden bringen.

Ein wirkliches WARUM bringt also, wenn es in Ordnung gebracht wird, eine Menge der Hindernisse, die zwischen dem Wesen und seiner Arbeit liegen, zum Verschwinden.

Die Übungen knacken dann den Rest.

Manchmal bringen die Übungen allein das WARUM in Ordnung. Manchmal beseitigt das gefundene WARUM auch die Notwendigkeit für irgendwelche Übungen.

Diese zwei Aktionen wirken also aufeinander.

Wenn Sie jemanden sehen, der sich sehr schuldig fühlt, nachdem das WARUM „gefunden wurde“, dann überprüfen Sie das besser nochmal. Es könnte ein falsches WARUM sein, in welchem Fall Sie einfach ein neues finden sollten.

DIE DRITTE AKTION

Der Grundlegende Rundown, HCOB 30. März 72, sollte bei einem Mitarbeiter gründlich gemacht werden.

Andernfalls wird er zu einem gewissen Grad „aus der Kommunikation heraus“ bleiben. Er wird nicht in der Lage sein, Daten schnell aufzunehmen, wenn er mit Wörtern nicht kommunizieren kann.

PROZESSING

Natürlich beseitigt Prozessing schließlich alle Hindernisse. Aber es zielt nicht notwendigerweise auf die Durchführung eines Jobs ab.

Das Fähigkeitspotential wird durch Prozessing enorm gesteigert.

Aber traditionsgemäß verlassen wir uns nicht auf Prozessing, um Mitarbeiter in Ordnung zu bringen.

Wir bringen Leute in Ordnung, und wir bringen Fälle in Ordnung.

Aber Auditoren und Mitarbeiter dürfen keinen Fall auf ihrem Posten haben, einfach weil wir tatsächlich Leute und Fälle in Ordnung bringen. Wir gestatten es nicht, daß sie einen Fall haben. Dies erhöht die Notwendigkeitsstufe.

Und es ist ziemlich erstaunlich, wie weit diese Notwendigkeitsstufe erhöht werden kann und wie eine Person trotz ihres Falles arbeiten kann.

Wenn wir gestatten würden, daß Mitarbeiter einen Fall haben, dann könnten wir nicht die Fälle von Leuten aus der Öffentlichkeit in Ordnung bringen. So einfach ist das.

Somit empfiehlt oder verwendet ein EstO Auditing von Mitarbeitern nicht als Abhilfe für Schwierigkeiten auf dem Posten; er akzeptiert „Fall“ auch nicht als WARUM.

Natürlich ist „Fall“ ein WARUM. Aber wenn Sie es akzeptieren, dann ziehen Sie sich von Beispiel A oben zurück und erhalten sofort B.

Sie werden erstaunt sein, wie eine Person beginnen kann, das zu tun, was sie tut, wenn man ihr WARUM findet und Übungen macht.

Und natürlich müssen Sie auch die Burschen handhaben, die sich bei jeder Gelegenheit von der Seite hineinquetschen und die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter zerstreuen. Auch diese Leute (und vor allem sie) tun nicht das, was sie tun.

Das gleiche Verfahren (WARUM und Übungen) bringt auch sie in Ordnung.

Kurz gesagt, wenn ein Mitarbeiter nicht das tut, was er tut, tut er etwas anderes. Es ist nie der Fall, daß sie nichts tun.

Fragen Sie: „Was ist der Grund, warum du deinen Posten nicht vollständig machst?“ oder irgendeine ähnliche Version. Finden Sie das wirkliche WARUM. Und bringen Sie die Person in Ordnung.

Dies ist der größte Teil der Aufgaben eines EstOs.

Und seien Sie nicht überrascht, wenn Sie die fröhliche Antwort bekommen: „Aber ich mache ihn ja!“, und feststellen, daß es stimmt.

Aber jemandes Statistiken und Geschwindigkeit sagen schon alles.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:mes:bh; Übers.:LB/EJ/ST:hl
Copyright © 1972, 1983
by L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Prinstead, Sussex

HCO-POLICYRIEF VOM 2. MAI 1972R
REVIDIERT AM 24. MÄRZ 1977

(REVISIONEN - im englischen Original, Anm.
d. Übers. - IN SCHRÄGDRUCK)

Niedervervielfältigen
Teile des Führungspersonals
vervielfältigung

HCO

NUMERIEREN VON ZU VERVIELFÄLTIGENDEN AUSGABEN

HCOB-Listen, Führungsanweisungen, Ethik-Orders, Projekt-Orders, Zustands-Orders, Flag-Zustands-Orders, Auswertungen, Flag-Bureaux-Daten-Briefe, UND ALLE SOLCHE VERVIELFÄLTIGUNGS-AUSGABEN, DIE EINE NUMMER HABEN; müssen so nummeriert sein, daß zwei oder mehr Ausgaben, die sich auf die gleiche Situation beziehen, dieselbe Nummer plus Bindestrich und Ziffer (-1 oder -2) haben, so daß sie vom Leser auf das Original zurückbezogen werden können.

Beispiel: Nehmen wir an, ein Komitee der Beweisaufnahme ist Nr. 1304. Die Ermittlungsergebnisse dieses Komitees der Beweisaufnahme bekommen keine neue Nummer. Die Ermittlungsergebnisse sind Nr. 1304-1. Wenn dann ein Überprüfungs-Komitee der Beweisaufnahme gemacht wird, dann wird es mit Nr. 1304-2 nummeriert. Der Leser weiß sofort (durch den Bindestrich und die 2), daß zwei frühere Ausgaben existieren (das Original und -1) und welches die Nummer ist.

Wenn eine Ausgabe aufgehoben ist, folgt der Nummer auf der nächsten Ausgabe ein „R“, was REVIDIERT heißt.

Beispiel: HCOB-Liste 12 (es gibt keine solche Liste) würde HCOB-Liste 12R werden, wenn sie revidiert würde, um zu sagen: „Dies ist eine neue Ausgabe von Liste 12, und Liste 12 ist aufgehoben, und wir haben jetzt eine REVIDIERTE Liste 12.“

Wenn eine Liste (Liste 12R) weiter revidiert wird, wird es unhandlich, damit fortzufahren die Rs zu erweitern. (Liste 12RRRRRR.) Ein Fallüberwacher und ein Auditor haben es bald satt, lauter Rs zu schreiben! Deshalb fügt man hinter das erste R A, B, C usw. hinzu. Also würde Liste 12RRRRRRR Liste 12RA sein.

Ursprünglich wurden HCOB-Listen nur durch Buchstaben verändert. Also hat man L-1-C, die eine Ausgabe vorher Liste L-1-B war, eine vorher L-1-A. Und eine davor einfach L-1. Jetzt wird L-1-C, wenn sie jemals revidiert wird, L1RD. Das soll verhindern, daß Leute denken, es gäbe verschiedene Listen.

ZUSAMMENFASSUNG

Die ED 201 SEATTLE, die sich auf Einstellung bezieht und ein Programm darlegt, ist aufgehoben, und ein neues Programm ist herausgebracht. Die neue Nummer ist deshalb die ED 201R SEATTLE. Wenn etwas hinzugefügt wird, wird es ED 201R-1 SEATTLE. Würde das aufgehoben und ein neues Programm herausgebracht, würde sie ED 201RA SEATTLE.

Eine Flag-Status-Order (=Flag Conditions Order, oder Ethik-Order) für ein Komitee der Beweisaufnahme wäre vielleicht POC 3021. Die Ermittlungsergebnisse wären dann POC 3021-1. Ein Überprüfungs-Komitee der Beweisaufnahme darüber wäre POC 3021-2.

Ein HCOB, das eine Liste enthält, wäre vielleicht "C/S 105". Eine revidierte Version wäre "C/S 105-RA". Eine neue Revision wäre "C/S 105-RB" usw.

HCOBs UND -POLICYBRIEFE

Wenn ein HCOB oder Policybrief revidiert wird, wird sein ursprüngliches Datum beibehalten. Dem Datum folgt das Wort revidiert. Wenn es wieder aufgehoben und ersetzt worden ist, würde es "RA" sein. Beispiel: HCO-Policybrief vom 2. Mai 72 würde "HCO P/L vom 2. Mai 72R, 12. Juli 73", wenn er aufgehoben und wieder neuherausgegeben würde. - Wenn er wieder aufgehoben und neuherausgegeben würde, wäre er "HCO P/L vom 2. Mai 72RA, 18. Juni 74". Wenn er lediglich nur aufgehoben würde, wäre er "HCO P/L vom 2. Mai 72, Aufgehoben 27. Mai 82". Das Datum wird nicht verändert.

So bekommen Neuherausgaben einen Standard, und sie helfen dem Leser beim Zurückverfolgen früherer Ausgaben.

ZUSATZ

Dem Original wird eine Ziffer hinzugefügt (____-1).

REVISION

Dem Original wird "R" hinzugefügt (____ R).

R-REVISION

Dem R wird ein Buchstabe hinzugefügt (____ RA).

AUFHEBUNG

Man fügt "Aufgehoben" + Datum hinzu".

WIEDER EINGESETZT

Wenn eine aufgehobene Ausgabe neuherausgegeben wird, wird sie mit einem neuen Datum versehen und einer Angabe darunter.

H10 PL 2. Mai 1972R
Rev. 24.3.77

- 3 -

welches die alte war, herausgegeben.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Bei der Revision unterstützt von
Vervielfältigungs-Adjutanten PB

LHH:NE:nes:fr.Übers.:GH/EH:bp
Englisches Original Copyright © 1972, 1977,
deutsche Übersetzung © 1977
by L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 28. MAI 1972
WIEDERHERAUSGEGEBEN AM 24. JULI 1979

Wiedervervielfältigen

WICHTIG

BOOM-DATEN

DIE GRUNDFUNKTION EINER PUBS-ORG
ODER UNTERABTEILUNG FÜR VERÖFFENTLICHUNGEN

Durch eine lange und gründliche Auswertung des Booms von 1971 ist festgestellt worden, daß das Geschäft in die Orgs hineingetrieben werden muß, damit sie einen Boom erleben. Dies wird ebenfalls durch frühere Daten bekräftigt.

Die Orgs werden die Lieferung handhaben, wenn das Geschäft auf sie hineingetrieben wird.

Daher ist DIE GRUNDFUNKTION EINER PUBS-ORG ODER UNTERABTEILUNG FÜR VERÖFFENTLICHUNGEN, BEI DER ÖFFENTLICHKEIT UND DEM ZENTRALARCHIV REKLAME FÜR BÜCHER ZU MACHEN UND IHNEN BÜCHER ZU VERKAUFEN, UM GESCHAFTE AUF DIE ORG HINEINZUTREIBEN UND DIE ORGS MIT TONBÄNDERN, TEXTEN UND MATERIALIEN ZU VERSORGEN, SO DASS SIE LIEFERN KÖNNEN.

Sie werden sofort erkennen, daß dies eine Doppelaktion ist, wobei die Veröffentlichungsunternehmung mit BUCHANZEIGEN und BUCHVERKAUFEN nach der Öffentlichkeit und dem Zentralarchiv hinausgreift.

Es ist in Pubs-Orgs eine beliebte Entschuldigung gewesen, daß sie angeblich „nur Bücher an Orgs und nicht an Einzelpersonen verkaufen sollten“. Solch eine Einstellung ruiniert natürlich die Vorstellung, daß man LEUTE IN DIE ORGS HINEINTREIBT.

BÜCHER

Bücher sind die ERSTE Werbe- und Kontaktlinie.

Soweit durch Tests jetzt wirklich nachgewiesen ist, ist der Versuch, Dienstleistungen durch Anzeigen zu verkaufen, nicht einträglich.

Die Öffentlichkeit muß Bücher lesen, um so gestimmt zu werden, daß sie in die Org kommt, um Dienstleistungen zu nehmen.

Reklame für Bücher bedeutet BUCHVERKÄUFE AN EINZELPERSONEN DURCH BRIEFLICHE BESTELLUNGEN BEI PUBS-ORGS BZW. DER UNTERABTEILUNG FÜR VERÖFFENTLICHUNGEN.

UMFRAGEN

Es wird Umfragematerial verwendet, um BUCHANZEIGEN auf korrekte Weise zusammenzustellen, so daß die Anzeige die Person, die die Anzeige sieht, wirklich dazu bringt, das Buch zu bestellen.

TECHNOLOGIE ZUR HANDHABUNG VON SPs
UND PTS-PERSONEN

Unterdrückerische Personen (Leute ohne Fallgewinn, mit niedriger OCA-Testkurve, schlechtem Ethik-Register und niedrigen Produktionsstatistiken) oder PTS-Personen (Leute, die mit unterdrückerischen Personen oder Gruppen in Verbindung stehen und Potentielle Schwierigkeitsquellen sind) SOLLTEN NIEMALS IN DIE NÄHE VON BUCHVERKAUFSLINIEN GELASSEN WERDEN. Warum? Solche Leute betreiben an anderen ein NICHTHABENKÖNNEN und werden BÜCHER nicht drucken lassen, keine Umfragen und keine Reklame dafür machen, sie nicht verkaufen oder liefern, denn sie betreiben an der Öffentlichkeit ein Nichthabenkönnen verkaufter und gelieferter Bücher und an der Org ein Nichthabenkönnen ankommender Personen.

Die Leute auf solchen Linien müssen begierig darum bemüht sein, andere Leute Scientology und Bücher haben zu lassen und ihre Org und ihre Mitarbeiter große Mengen hereinkommender Leute und hereinkommenden Geldes haben zu lassen.

Es ist daher ein Schwerverbrechen, SPs und PTS-Personen in Pubs-Orgs oder Unterabteilungen für Veröffentlichungen oder in Unterabteilung 16 (Abteilung 6, Reklame) zuzulassen, denn diese Leute werden sowohl die Öffentlichkeit als auch die Org verhungern lassen.

TOUREN

Flags Kontinentale Verbindungsbüros trieben durch ihre Touren Leute in die Orgs hinein und schufen den Boom von 1971.

Diese Touren trieben sowohl in die lokale Org als auch in die Sea-Org-Orgs Leute hinein.

Als diese Flag-Einheiten zu arbeiten aufhörten, kam der Boom zum Stopp.

Die ursprünglichen Touren waren klar umrissene persönliche Kontaktarbeit. Dann wurden sogenanntes „Crush-Sell“¹ und soge-

1 Crush-Sell („Überwältigungsverkauf“, von engl. „to crush“ = zermalmen, zerschmettern, überwältigen, niederschmettern): Übertreibt man die Hard-Sell-Technik, so gelangt man zu „Crush-Sell“ (körperliche Kraftanwendung, Druck, Drohungen usw.) und einem ARC-gebrochenen Feld. Geht man ins andere Extrem über, das „Soft-Sell“ („behutsames Verkaufen“) genannt wird, so hat man keinen Umsatz, kein Einkommen und ein ARC-gebrochenes Feld.

nannte „Postulat-Schecks“² und wiederholte Kongresse in ihrer Arbeitsweise eingeführt und schufen soviel Trubel, daß das Gute, das getan wurde, verdeckt wurde.

Unterdrückerische falsche Berichte über die Touren wurden auf die Szene gebracht und der Boom klappte zusammen.

Davor beging die Mission „Bücher International“ den Fehler, das Personal Bücher verkaufen zu lassen und FSM-Aktionen einzuschränken, während sie sich ausschließlich mit FSMs hätte beschäftigen und das Personal in Ruhe lassen sollen.

Es sind Buchreklame und Buchverkauf und persönliche Kontaktarbeit durch Touren nötig, um Booms zu schaffen.

Dies sind die ZWEI außerhalb der Org betriebenen Aktionen, durch die Leute in Orgs hineingetrieben werden und Statistiken nach oben getrieben werden.

Schlecht organisierte Touren, die durch unausgebildete Leute geführt werden, oder Touren, die darin geschult sind, falsche Dinge zu tun, verschaffen Touren daher einen schlechten Ruf.

Tourenfunktionen sollten daher unter einem Flag-Operationen-Verbindungsbüro, Abteilung 6, stehen und sollten koordiniert sein. Und sie sollten, wie die Auswertung ergibt, von Orgs unabhängig sein.

BUCHANZEIGEN

Unterabteilung 16 sollte Buchanzeigen handhaben.

Es soll in öffentlichen Publikationen keine allgemeinen Dienstleistungsanzeigen geben. Es soll darin nur Buchanzeigen geben.

Für diese Anzeigen sollen Umfragen gemacht werden, und die Umfragematerialien sollen dazu verwendet werden, um ein Buch zu verkaufen. Und nicht immer das gleiche Buch. Man muß mit einem Buch vertraut sein, um an der richtigen Stelle Werbung dafür zu machen und es zu verkaufen.

MASSENPOSTSENDUNGEN

Es ist festgestellt worden, daß Massenpostsendungen eine teure, unproduktive Aktion sind, wenn für Dienstleistungen Reklame gemacht wird.

- 2 Postulat-Scheck: ein Scheck, der gegen ein nicht existierendes oder nicht ausreichendes Bankguthaben geschrieben wird. Er wird „Postulat-Scheck“ genannt, weil er auf der Grundlage des Postulates geschrieben wird, daß die Person später in der Lage sein wird, das Geld zu beschaffen, um den Scheck zu decken. Es läuft auf nichts weiter als ein Zahlungsverprechen hinaus. Es ist kein Geld. (CO 1 US, 22. Mai 71)

Ein MAGAZIN, das policygemäß herausgegeben wird, in dem ebenso Bücher wie Dienstleistungen vorgestellt werden und Veranstaltungen angekündigt werden, und Informationspacks, die Buchkäufer-Reaktionen beantworten, und Vorauszahlungspacks - daraus sollte eine Massenpostsendung bestehen UND AUS NICHTS ANDEREM.

Wenn das Geld, das törichterweise dafür ausgegeben wird, fünfmal in der Woche Dienstleistungswerbezettel zu verschicken, für das Obige ausgegeben würde und für BÜCHANZEIGEN, durch die Bücher wirklich verkauft werden, dann gäbe es üppige Zeiten für die Org.

FEHLER

Verschiedene Fehler, die auf diesen Linien (Buchverkauf, Touren) zustandegebracht werden, sind nicht zufällig. Sie bringen die Aktion in Verruf, und dann wird sie fallengelassen.

Und aus ist es mit den Bruttoeinnahmen.

ZUSAMMENFASSUNG

Nur eine Pubs-Org oder eine Unterabteilung für Veröffentlichungen, die sich wie hier angegeben verhält, kann als FUNKTIONIEREND betrachtet werden und als Unternehmung, die ihre Funktionen durchführt.

Und durch ein Nachlassen in diesen Aktionen fällt eine Pubs-Org oder eine Unterabteilung für Veröffentlichungen unter die Bezeichnung NICHTFUNKTIONIEREND.

Buchanzeigen und Buchverkäufe sind die Schlüssel zum Überleben von Orgs.

Touren, die Einzelpersonen kontaktieren und ihre Verstimmungen handhaben oder die Leute begeistern und sie einschreiben, sind der Schlüssel zu einem Boom.

BÜCHER sind dazu nötig, um ein neues Feld zu entwickeln, damit Touren arbeiten können.

FSMs sollen Bücher verkaufen, und das ist der von ihnen benutzte Eintrittspunkt.

Die Arbeitsregel lautet:

DAS GESCHÄFT MUSS AUF EINE ORG HEREINGETRIEBEN WERDEN.

Es sieht so aus, als ob es in den Orgs eine lange bestehende Unfähigkeit gibt, Geschäfte HEREINZUZIEHEN. Dies kann, anhand neuer technischer Entdeckungen über das Auditieren von

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBURO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 28. MAI 1972
WIEDERHERAUSGEGEBEN AM 24. JULI 1979

Wiedervervielfältigen

WICHTIG
BOOM-DATEN

DIE GRUNDFUNKTION EINER PUBS-ORG
ODER UNTERABTEILUNG FÜR VERÖFFENTLICHUNGEN

Durch eine lange und gründliche Auswertung des Booms von 1971 ist festgestellt worden, daß das Geschäft in die Orgs hineingetrieben werden muß, damit sie einen Boom erleben. Dies wird ebenfalls durch frühere Daten bekräftigt.

Die Orgs werden die Lieferung handhaben, wenn das Geschäft auf sie hineingetrieben wird.

Daher ist DIE GRUNDFUNKTION EINER PUBS-ORG ODER UNTERABTEILUNG FÜR VERÖFFENTLICHUNGEN, BEI DER ÖFFENTLICHKEIT UND DEM ZENTRALARCHIV REKLAME FÜR BÜCHER ZU MACHEN UND IHNEN BÜCHER ZU VERKAUFEN, UM GESCHAFT AUF DIE ORG HINEINZUTREIBEN UND DIE ORGS MIT TONBÄNDERN, TEXTEN UND MATERIALIEN ZU VERSORGEN, SO DASS SIE LIEFERN KÖNNEN.

Sie werden sofort erkennen, daß dies eine Doppelaktion ist, wobei die Veröffentlichungsunternehmung mit BUCHANZEIGEN und BUCHVERKAUFEN nach der Öffentlichkeit und dem Zentralarchiv hinausgreift.

Es ist in Pubs-Orgs eine beliebte Entschuldigung gewesen, daß sie angeblich „nur Bücher an Orgs und nicht an Einzelpersonen verkaufen sollten“. Solch eine Einstellung ruiniert natürlich die Vorstellung, daß man LEUTE IN DIE ORGS HINEINTREIBT.

BÜCHER

Bücher sind die ERSTE Werbe- und Kontaktlinie.

Soweit durch Tests jetzt wirklich nachgewiesen ist, ist der Versuch, Dienstleistungen durch Anzeigen zu verkaufen, nicht einträglich.

Die Öffentlichkeit muß Bücher lesen, um so gestimmt zu werden, daß sie in die Org kommt, um Dienstleistungen zu nehmen.

Reklame für Bücher bedeutet BUCHVERKÄUFE AN EINZELPERSONEN DURCH BRIEFLICHE BESTELLUNGEN BEI PUBS-ORGS BZW. DER UNTERABTEILUNG FÜR VERÖFFENTLICHUNGEN.

UMFRAGEN

Es wird Umfragematerial verwendet, um BUCHANZEIGEN auf korrekte Weise zusammenzustellen, so daß die Anzeige die Person, die die Anzeige sieht, wirklich dazu bringt, das Buch zu bestellen.

TECHNOLOGIE ZUR HANDHABUNG VON SPs
UND PTS-PERSONEN

Unterdrückerische Personen (Leute ohne Fallgewinn, mit niedriger OCA-Testkurve, schlechtem Ethik-Register und niedrigen Produktionsstatistiken) oder PTS-Personen (Leute, die mit unterdrückerischen Personen oder Gruppen in Verbindung stehen und Potentielle Schwierigkeitsquellen sind) SOLLTEN NIEMALS IN DIE NÄHE VON BUCHVERKAUFSLINIEN GELASSEN WERDEN. Warum? Solche Leute betreiben an anderen ein NICHTHABENKÖNNEN und werden BÜCHER nicht drucken lassen, keine Umfragen und keine Reklame dafür machen, sie nicht verkaufen oder liefern, denn sie betreiben an der Öffentlichkeit ein Nichthaberkönnen verkaufter und gelieferter Bücher und an der Org ein Nichthaberkönnen ankommender Personen.

Die Leute auf solchen Linien müssen begierig darum bemüht sein, andere Leute Scientology und Bücher haben zu lassen und ihre Org und ihre Mitarbeiter große Mengen hereinkommender Leute und hereinkommenden Geldes haben zu lassen.

Es ist daher ein Schwerverbrechen, SPs und PTS-Personen in Pubs-Orgs oder Unterabteilungen für Veröffentlichungen oder in Unterabteilung 16 (Abteilung 6, Reklame) zuzulassen, denn diese Leute werden sowohl die Öffentlichkeit als auch die Org verhungern lassen.

TOUREN

Flags Kontinentale Verbindungsbüros trieben durch ihre Touren Leute in die Orgs hinein und schufen den Boom von 1971.

Diese Touren trieben sowohl in die lokale Org als auch in die Sea-Org-Orgs Leute hinein.

Als diese Flag-Einheiten zu arbeiten aufhörten, kam der Boom zum Stopp.

Die ursprünglichen Touren waren klar umrissene persönliche Kontaktarbeit. Dann wurden sogenanntes „Crush-Sell“¹ und soge-

1 Crush-Sell („Überwältigungsverkauf“, von engl. „to crush“ = zermalmen, zerschmettern, überwältigen, niederschmettern): Übertreibt man die Hard-Sell-Technik, so gelangt man zu „Crush-Sell“ (körperliche Kraftanwendung, Druck, Drohungen usw.) und einem ARC-gebrochenen Feld. Geht man ins andere Extrem über, das „Soft-Sell“ („behutsames Verkaufen“) genannt wird, so hat man keinen Umsatz, kein Einkommen und ein ARC-gebrochenes Feld.

nannte „Postulat-Schecks“² und wiederholte Kongresse in ihrer Arbeitsweise eingeführt und schufen soviel Trubel, daß das Gute, das getan wurde, verdeckt wurde.

Unterdrückerische falsche Berichte über die Touren wurden auf die Szene gebracht und der Boom klappte zusammen.

Davor beging die Mission „Bücher International“ den Fehler, das Personal Bücher verkaufen zu lassen und FSM-Aktionen einzuschränken, während sie sich ausschließlich mit FSMs hätte beschäftigen und das Personal in Ruhe lassen sollen.

Es sind Buchreklame und Buchverkauf und persönliche Kontaktarbeit durch Touren nötig, um Booms zu schaffen.

Dies sind die ZWEI außerhalb der Org betriebenen Aktionen, durch die Leute in Orgs hineingetrieben werden und Statistiken nach oben getrieben werden.

Schlecht organisierte Touren, die durch unausgebildete Leute geführt werden, oder Touren, die darin geschult sind, falsche Dinge zu tun, verschaffen Touren daher einen schlechten Ruf.

Tourenfunktionen sollten daher unter einem Flag-Operationen-Verbindungsbüro, Abteilung 6, stehen und sollten koordiniert sein. Und sie sollten, wie die Auswertung ergibt, von Orgs unabhängig sein.

BUCHANZEIGEN

Unterabteilung 16 sollte Buchanzeigen handhaben.

Es soll in öffentlichen Publikationen keine allgemeinen Dienstleistungsanzeigen geben. Es soll darin nur Buchanzeigen geben.

Für diese Anzeigen sollen Umfragen gemacht werden, und die Umfragematerialien sollen dazu verwendet werden, um ein Buch zu verkaufen. Und nicht immer das gleiche Buch. Man muß mit einem Buch vertraut sein, um an der richtigen Stelle Werbung dafür zu machen und es zu verkaufen.

MASSENPOSTSENDUNGEN

Es ist festgestellt worden, daß Massenpostsendungen eine teure, unproduktive Aktion sind, wenn für Dienstleistungen Reklame gemacht wird.

2 Postulat-Scheck: ein Scheck, der gegen ein nicht existierendes oder nicht ausreichendes Bankguthaben geschrieben wird. Er wird „Postulat-Scheck“ genannt, weil er auf der Grundlage des Postulates geschrieben wird, daß die Person später in der Lage sein wird, das Geld zu beschaffen, um den Scheck zu decken. Es läuft auf nichts weiter als ein Zahlungsverprechen hinaus. Es ist kein Geld. (CO 1 US, 22. Mai 71)

Ein MAGAZIN, das policygemäß herausgegeben wird, in dem ebenso Bücher wie Dienstleistungen vorgestellt werden und Veranstaltungen angekündigt werden, und Informationspacks, die Buchkäufer-Reaktionen beantworten, und Vorauszahlungspacks - daraus sollte eine Massenpostsendung bestehen UND AUS NICHTS ANDEREM.

Wenn das Geld, das törichterweise dafür ausgegeben wird, fünfmal in der Woche Dienstleistungswerbezettel zu verschicken, für das Obige ausgegeben würde und für BUCHANZEIGEN, durch die Bücher wirklich verkauft werden, dann gäbe es üppige Zeiten für die Org.

FEHLER

Verschiedene Fehler, die auf diesen Linien (Buchverkauf, Touren) zustandegebracht werden, sind nicht zufällig. Sie bringen die Aktion in Verruf, und dann wird sie fallengelassen.

Und aus ist es mit den Bruttoeinnahmen.

ZUSAMMENFASSUNG

Nur eine Pubs-Org oder eine Unterabteilung für Veröffentlichungen, die sich wie hier angegeben verhält, kann als FUNKTIONIEREND betrachtet werden und als Unternehmung, die ihre Funktionen durchführt.

Und durch ein Nachlassen in diesen Aktionen fällt eine Pubs-Org oder eine Unterabteilung für Veröffentlichungen unter die Bezeichnung NICHTFUNKTIONIEREND.

Buchanzeigen und Buchverkäufe sind die Schlüssel zum Überleben von Orgs.

Touren, die Einzelpersonen kontaktieren und ihre Verstimmungen handhaben oder die Leute begeistern und sie einschreiben, sind der Schlüssel zu einem Boom.

BÜCHER sind dazu nötig, um ein neues Feld zu entwickeln, damit Touren arbeiten können.

FSMs sollen Bücher verkaufen, und das ist der von ihnen benutzte Eintrittspunkt.

Die Arbeitsregel lautet:

DAS GESCHÄFT MUSS AUF EINE ORG HEREINGETRIEBEN WERDEN.

Es sieht so aus, als ob es in den Orgs eine lange bestehende Unfähigkeit gibt, Geschäfte HEREINZUZIEHEN. Dies kann, anhand neuer technischer Entdeckungen über das Auditieren von

PTS-Personen, sehr wohl an der Duldung von SPs und PTS-Personen in Orgs liegen. Es werden weitere Auswertungen darüber gemacht werden müssen. In der Zwischenzeit sollten SPs (kein Fallgewinn) und PTS-Leute (Potentielle Schwierigkeitsquellen, weil sie mit unterdrückerischen Personen oder Gruppen in Verbindung stehen) nicht ins Personal aufgenommen werden, und ganz bestimmt sollten sie nicht auf Linien sein, die damit zu tun haben, Geschäft hereinzubringen, denn sie finden Gründe, um das nicht zu tun.

Aber wir wissen, daß das Geschäft in die Org hereingetrieben werden muß, damit die Statistiken in starkem Maße steigen oder irgendein Boom auftreten kann, und dies wird mit BÜCHERN und mit TOUREN erreicht.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:ne:rd:gal; Übers.:EJ/ST:hl
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Pubs

HCO-RICHTLINIENBRIEF VOM 15. JANUAR 1972RB
REVIDIERT AM 27. APRIL 1989

Wiedervervielfältigen
Flag Rep
COs
EDs
Sekretäre d.
Verbreitungsabt.
Mitarbeiter-Hat
Hats der Abt. 2

(Revidiert, um Änderungen zu löschen, die 1973 von einem anderen gemacht wurden, und um die Ausgabe gemäß modernen Org-Boards und LRH-Bezugsmaterialien auf den neusten Stand zu bringen. Revisionen in Schrägschrift.)

WICHTIG

WOHLSTAND ODER ARMUT

DIE QUALITÄT DER VERBREITUNGSABTEILUNG

EINE CHECKLISTE DER VERBREITUNGSABTEILUNG FÜR QUALITÄT

In den Händen der Verbreitungsabteilung liegt eine Hauptantwort zu der Frage, ob eine Organisation wohlhabend ist oder arm.

Die Qualität der Leistung dieser Abteilung kann darüber entscheiden, ob die Mitarbeiter gut bezahlt werden und die Organisation gedeiht oder ob Mitarbeiter schlecht bezahlt werden und es nichts zu tun gibt.

Eine Verbreitungsabteilung kann Gedeih oder Verderb einer Organisation sein. UND SIE IST ES!

Es gibt *drei* Qualitätsgrade.

MACHT-QUALITÄT

Die Charakteristiken der Macht-Qualität sind:

- (a) Die Planung jeder einzelnen Werbeschrift beruht auf Umfragen. _____
- (b) Die Werbung konzentriert Aufmerksamkeit (anstelle von vielen verschiedenen Themen). _____
- (c) Das Erscheinungsbild der Werbung ist ein guter Botschafter für die Org. _____

- (d) Sie richtet sich die richtigen Zielgruppe. _____
- (e) Sie geht an die richtigen Adressen. _____
- (f) Die Werbung löst eine Reaktion aus. _____
- (g) Das Magazin existiert. _____
- (h) Das Magazin entspricht Richtlinien. _____
- (i) Bücher, _____ E-Meter, _____ Tonbänder, _____
sind vorhanden. _____ Der Bestand ist regi-
striert, _____ wird prompt verschickt, _____
Werbung läuft, _____ ist gewinnbringend,
_____ wird richtliniengemäß eingesetzt. _____
- (j) Zentralakten existieren. Es gibt eine Akten-
mappe für jede Person, die jemals etwas von
der Organisation gekauft hat. _____ Jeder
Partikel und jede Kommunikation, die sich auf
diese Person bezieht, ist in korrekter Ord-
nung in dieser Akte abgelegt. Die Akten
verfügen über ein Vorsortiersystem. _____ Das
Ablegen ist auf dem neuesten Stand. _____ Das
Ablegen wird auf dem neuesten Stand
gehalten. _____
- (k) Die Adreßplatten sind ein Inhaltsverzeichnis
der Zentralakten _____ und werden auf dem
neuesten Stand gehalten. _____
- (l) Die Adreßplatten sind mit Reitern für ver-
schiedene Zielgruppen ausgerüstet (Buchkäufer,
Auditoren, PCs usw.). _____
- (m) Alle in den Zentralakten enthaltenen An-
schriften werden, ohne Rücksicht auf Beant-
wortung, in regelmäßigen Zeitabschnitten
angeschrieben. _____
- (n) Bei jedem Brief, der geschrieben wird, werden
die Aktenmappen der Zentralakten studiert und
die Fragen der Person behandelt. _____
- (o) Eingehende Post wird prompt beantwortet, und
zwar anhand der studierten Mappe aus den
Zentralakten. _____
- (p) PERSONEN, DIE SICH ANMELDEN, WIRD MITGETEILT,
DASS SIE FÜR DEN SERVICE HEREINKOMMEN MÖGEN. _____
- (q) REGISTRAR-INTERVIEWS ERFOLGEN PROMPT. _____
- (r) REGISTRARE WENDEN FAST-FLOW-EINSCHREIBUNG AN,
INDEM SIE EINZELPERSONEN EINSCHREIBEN UND VON
IHNEN GELD ANNEHMEN, UNABHÄNGIG DAVON, WER
ODER WAS SIE SIND. _____
- (s) DER REGISTRAR KANN GELD ANNEHMEN. _____

- (t) ES GIBT KEINE ERMÄSSIGTEN ODER NICHT RICHT-
LINIENGEMÄSSEN PREISE. _____
- (u) *VORAUSZAHLUNGEN WERDEN IN DAS LOGBUCH FÜR
ERHALTENE VORAUSZAHLUNGEN EINGETRAGEN.* _____
- (v) *VORAUSZAHLUNGEN WERDEN VERVOLLSTÄNDIGT.* _____
- (w) *PERSONEN MIT VORAUSZAHLUNGEN WERDEN FÜR
SERVICES HEREINGERUFEN.* _____
- (x) *REGISTRARE SIND IN DEN VERKAUFSABSCHLUSSTECH-
NIKEN DER GROSSEN MEISTER AUSGEBILDET, SIND DAR-
IN EINGEÜBT UND WENDEN DIESE TECHNIKEN AN.* _____
- (y) *VOR DER ENDGÜLTIGEN EINSCHREIBUNG WERDEN
TECHNISCHE EINSCHÄTZUNGEN EINGEHOLT.* _____
- (z) NACHDEM DER BEZAHLTE SERVICE ERBRACHT IST,
TAUCHEN DIE PERSONEN WIEDER BEIM REGISTRAR
AUF. _____
- (aa) ES WIRD KEIN UNBEZAHLTER ODER NUR ZUM TEIL
BEZAHLTER SERVICE INFOLGE EINES IRRTUMS ODER
EINES ÜBERSEHENS ERBRACHT. _____
- (ab) *ALLE MITGLIEDER WISSEN, WAS DIE ORGANISATION
VERKAUFT.* _____
- (ac) *REGISTRAREN WERDEN REGELMÄSSIG VOM TECHNI-
SCHEN SEKRETÄR UND DEM QUALIFIKATIONS-SEKRE-
TÄR ERFOLGSBERICHTE GEZEIGT, UND SIE WERDEN
ÜBER GEWINNE VON STUDENTEN UND PCs UNTERRICH-
TET, DAMIT SIE WISSEN, DASS SIE ETWAS VERKAU-
FEN, DAS DER MÜHE WERT IST, UND DAMIT SIE NEUE
DATEN HABEN, DIE SIE IN VERKAUFGESPRÄCHEN
EINBRINGEN KÖNNEN.* _____
- (ad) Alle Mitarbeiter haben Hatting und arbeiten. _____
- (ae) *Alle Mitarbeiter haben den Kurs "Erfolg durch
Kommunikation" gemacht und wenden die Trainings-
übungen an.* _____

Eine Verbreitungsabteilung, die Macht hat, besteht aus diesen
Aktionen und allen anderen, die sie herbeiführen.

Die Organisation, die eine solche Verbreitungsabteilung hat UND
das, was sie verkauft, in großer Menge und in guter Qualität ohne
Service-Rückstände gibt, wird reich sein.

DÜRFETIGE QUALITÄT

Wenn irgendwelche der nachfolgenden Punkte zutreffen, hat die
Verbreitungsabteilung eine schlechte Qualität.

Eine Verbreitungsabteilung mit schlechter Qualität:

- (bb) Macht Werbung ohne Umfragen. _____

- (cc) Richtet Werbung an falsche Zielgruppen _____
- (dd) Schickt Werbung an unrichtige Anschriften. _____
- (ee) Hat Arbeitsrückstände in ihren Zentralakten. _____
- (ff) Schreibt eine Art Formbriefe. _____
- (gg) Hat eine unzureichend versorgte Buch-, _____
E-Meter-, _____ Tonbänder-Abteilung _____
mit Rückständen. _____
- (hh) Entwickelt "Hot-Prospect"-Systeme und igno-
riert den Rest. _____
- (ii) Senkt Preise oder macht verrückte Angebote. _____
- (jj) Interviewt und schreibt Leute ein, wenn sie
hereinkommen. _____
- (kk) Verstößt gegen FAST-FLOW-EINSCHREIBUNG,
indem sie einige Leute abweist. _____
- (ll) Hat nur eine verschwommene Vorstellung davon,
was die Organisation verkauft. _____
- (mm) *Wird nicht regelmäßig über Gewinne von Stu-
denten und PCs unterrichtet.* _____
- (nn) Liest die Verkaufsabschlusstechniken der gro-
ßen Meister, aber verwendet davon - wenn
überhaupt - nur gelegentlich Häppchen und
Teile. _____
- (oo) *Hat die Übungen des Kurses "Erfolg durch
Kommunikation" gemacht, wendet sie aber -
wenn überhaupt - nur gelegentlich an.* _____

Eine Verbreitungsabteilung von diesem Typ kostet die Organi-
sation etwa zwei Drittel ihrer möglichen Einnahmen. Sie hat ge-
wöhnlich kein Hatting und versucht wie verrückt, zu copen.

VERRAT-QUALITÄT

Wenn irgendwelche der nachfolgenden Punkte zutreffen, dann
hat die Abteilung die Verrat-Qualität.

- (i) Macht Werbung in völliger Unrealität und
selten. _____
- (ii) Hat vollkommen durcheinandergebrachte Zen-
tralakten, mit Rückständen und nicht gehand-
habt. _____
- (iii) Schreibt, wenn überhaupt, Formbriefe. _____
- (iv) Hat keine realen Unterlagen von
Vorauszahlungen. _____

- (v) Verscheucht Leute mit *Vorauszahlungen* nach voller Bezahlung aus verschiedenen Gründen, falls sie überhaupt in Kontakt mit ihnen ist. _____
- (vi) Läßt es zu, daß die Organisation als Folge von Unaufmerksamkeit durch eine Menge von Rückerstattungen belastet wird. _____
- (vii) Beantwortet keine Anmeldungen für Ausbildung oder Prozinging. _____
- (viii) *Ist in den Verkaufsabschlußtechniken der großen Meister nicht ausgebildet, hat keine Übung darin und verwendet diese Techniken nicht.* _____
- (ix) Läßt zu, daß auf Registrar-Linien Stopps auftreten, und *Registrare schreiben nicht ein und nehmen* kein Geld von Einzelpersonen an, unabhängig davon, wer und was sie sind. _____
- (x) Hat keine Vorstellung, was die Organisation verkauft und/oder von den Gewinnen, die in der technischen Abteilung auftreten. _____
- (xi) Läßt unbezahltes, nicht in Rechnung gestelltes Training oder Prozinging geschehen und läßt Services weiterlaufen, nachdem die Einzahlung aufgebraucht ist. _____
- (xii) Bücher, _____ E-Meter, _____ Tonbänder _____ stehen nicht zur Verfügung oder erhalten keinen Nachdruck. _____
- (xiii) Die Organisation hängt hauptsächlich von den Einschreibungen der Öffentlichkeitsabteilung ab. _____
- (xiv) Macht Werbung oder sendet Magazine nur zu einem kleinen Teil der Zentralakten oder Anschriften. _____
- (xv) *Hat die Drills des Kurses "Erfolg durch Kommunikation" nicht gemacht oder wendet sie nicht an.* _____

Dieser Typ von Verbreitungsabteilung wird die Organisation zerstören, was - um auf die Tatsachen zu kommen - wahrscheinlich das ist, was sie zu tun versucht.

Solch eine Verbreitungsabteilung ist ein Verbrechen gegenüber jedem Mitarbeiter. Sie wird jede Führungskraft in Schwierigkeiten bringen. Sie wird die Organisation mit Sicherheit kaputt machen.

Die PRO-Gebietskontrolle wird entgleiten.

Das Verhältnis von Bargeld zu Rechnungen wird schlecht sein.

Die Kreditwürdigkeit der Organisation wird schwinden.

Die Finanzplanung wird ein ständiges Durcheinander sein.

Mitarbeiter werden abhauen.

Die Akademie und das HGC werden leer und die Leute der technischen Abteilung werden unbeschäftigt bleiben.

Jedem, der eine solche Verbreitungsabteilung führt, sollte der korrekte Zustand zugewiesen werden - Verrat.

OPTIMALE ARBEITSWEISE

Eine Organisation baut sich um die Öffentlichkeit herum auf, die sie bereits hat.

Das bedeutet eine vollständig arbeitende Verbreitungsabteilung.

Dazu kommt eine neue Öffentlichkeit. Das sind die *Öffentlichkeitsabteilungen*.

Im Band 2 des OEC-Kurses, erhältlich bei Pubs, ist alles enthalten, um eine Verbreitungsabteilung aufzubauen und zu leiten.

Eine Organisation kann sich mit ihren Öffentlichkeits-*Abteilungen* so lange hinhungern, bis sie ihre Verbreitungsabteilung errichtet oder wiedererrichtet. Aber sie wird mit den Öffentlichkeits-*Abteilungen* allein nie gut laufen.

Der Aufbau einer Verbreitungsabteilung mit Macht-Qualität verlangt Personal und Hatting und einen VERBREITUNGSSEKR., DER DAFÜR SORGT, DASS ALLE LEBENSWICHTIGEN AKTIONEN VOLLSTÄNDIG DURCHGEFÜHRT WERDEN. Ein Verbreitungs-Sekr. der zulässt, daß der HAS ihm zu wenig Personal gibt, und der Ungetanes und Halbgetanes duldet, dürfte bald in Verrat fallen und die Organisation zerstören.

Der Aufstieg und Fall von Organisationen hat wenig oder nichts mit äußeren Faktoren zu tun. Das ist wieder und wieder bewiesen worden.

Organisationen steigen und fallen mit der Vollständigkeit und Qualität einer Verbreitungsabteilung, unterstützt von unverzüglichen Services durch die technische und die Qualifikationsabteilung und die Öffentlichkeitsabteilungen.

Sie brauchen nur in eine Verbreitungsabteilung hineinzuschauen und anhand dieses Richtlinienbriefes können Sie - ohne einen weiteren Blick auf die Organisation - in etwa sagen, wie die Mitarbeiter bezahlt werden, wie der Kassenstand ist und die PRO-Gebietskontrolle.

Aber selbst eine gute Verbreitungsabteilung kann intern durch kleine Dinge ruiniert werden:

Registrar nicht verfügbar.

Registrar kann kein Geld annehmen.

Brief-Registrar ohne Interesse an Leuten.

Daten über *Vorauszahlungen* von einem Angestellten geheim gehalten.

Anträge durch einen SP verschwunden

Magazin "aus Kostengründen nur an 700 versandt, und die Zentralakten sind sowieso ARC-gebrochen".

SCHLUSSFOLGERUNG

Man schließt daraus, daß eine Führungskraft - ganz gleich, was sie sonst inspiziert, - die Verbreitungsabteilung inspizieren muß. Sie muß in die Schreibtische und Akten schauen, nach den Umfragen sehen, in der Finanzabteilung die *Vorauszahlungen* finden, um zu sehen, ob Dissem sich vertan hat usw. Die obige Liste für Macht-Qualität ist eine gute Checkliste für eine solche Inspektion. Man muß SCHAUEN, nicht fragen. Und die eingehende Post muß untersucht werden, um zu sehen, ob sie Anmeldungen enthält, die nicht gehandhabt werden.

Wenn Verstöße gefunden werden, kann man keine "Gründe, aus denen ..." akzeptieren. Man muß die volle Aktion in Gang bringen.

Dilettanten gehören nicht in die Verbreitungsabteilung. Und Leute, die von etwas anderem träumen möchten, während sie mechanische Arbeit leisten, gehören als PCs in das HGC, nicht in die Verbreitungsabteilung.

Die Leute von der Verbreitungsabteilung können einer Organisation JEDE WOCHE zehntausende von Dollars einbringen oder es sie kosten.

Wenn Leute von der Verbreitungsabteilung ihren Job nicht tun, dann spucken sie irgendwie auf den Rest der Mitarbeiter. Wenn sie gute Arbeit leisten, sind sie Diamanten wert.

Die Abteilung ist weit wichtiger und ihre richtigen Aktionen sind weit lebenswichtiger, als viele COs und EDs sich vergegenwärtigen.

Geringe Brutto-Einnahmen? Schauen Sie scharf, sehr scharf in die Verbreitungsabteilung, inspizieren Sie sie per Checkliste und räumen Sie die Patzer schnell aus.

Gute Brutto-Einnahmen? Spenden Sie der Verbreitungsabteilung Beifall, wenn sie es mit den Zentralakten geschafft hat. Klopfen Sie den Öffentlichkeits-*Abteilungen* auf die Schulter, wenn alles von neuen Aktionen stammte, und besorgen Sie einen neuen Verbreitungs-Sekr. und geben Sie ihm Hatting.

Wundervolle Brutto-Einnahmen? Geben Sie der Verbreitungs*abteilung* und den Öffentlichkeits-*Abteilungen* ein Essen, wenn sie das geschafft haben.

Die Verbreitungsabteilung, die technische und die Qualifikationsabteilung sind die arbeitenden Abteilungen, alle wichtig für

die Organisation. Die einzige, die der Organisation einen sicheren und anhaltenden Boom bereiten oder die Organisation völlig ruinieren kann, ist die Verbreitungsabteilung. Das beruht auf langer Erfahrung und tatsächlichen Unterlagen.

L. RON HUBBARD
Gründer

Revision mit Hilfe der LRH
Technical Research and
Compilations

Als offizielle
Kirchenrichtlinie angenommen
von der CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:RTRC:ms.pp; Übers.:CN/MJ:mj
Übersetzung genehmigt vom I/A Off CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 26. JANUAR 1972
AUSGABE I

Wiedervervielfältigen
Alle Hats von
Führungskräften Admin-Know-how Nr. 29
Führungsserie Nr. 5

NICHT-ERLEDIGTES, HALB-ERLEDIGTES
UND BACKLOGS

Es gibt eine ganz bestimmte, oft nicht vermutete Wirkung, die in einem Backlog (Arbeitsrückstand) verborgen ist. Und sie ist von einer derartigen Heftigkeit, daß sie die Statistiken eines Bereichs zusammenkrachen lassen kann, während in dem Bereich scheinbar krampfhaft gearbeitet wird.

BACKLOG (aus „Webster's“): Hauptwort, 3. eine zunehmende Anhäufung von nicht ausgeführten Aufgaben oder nicht verarbeiteten Materialien; (im Englischen auch als Verb verwendet - Anm. d. Übers.).

NICHT-ERLEDIGTES UND HALB-ERLEDIGTES

Backlogs entstehen aus verschiedenen Gründen. Aber die zwei Hauptkategorien sind 1) NICHT-ERLEDIGTES und 2) HALB-ERLEDIGTES.

Mangelndes Erkennen, daß ein Backlog existiert, mangelnde Überwachung des vorhandenen Personals, Personal mit anderweitigen Absichten, mangelndes Personal, um die normale Menge oder um Höchstmengen handzuhaben, mangelndes Know-how zur Handhabung, mangelnde Geldmittel und eindeutige Sabotage sind einige der Gründe für NICHT-ERLEDIGTES.

HALB-ERLEDIGTES ist genauso schlimm wie NICHT-ERLEDIGTES, da es einen Bereich dazu bringt, sich zu verzetteln, bis er in eine Klemme gerät. Nehmen Sie einmal an, daß man in Detroit beginnen würde, halbe Autos herzustellen. Alle ihre Geldmittel würden verschlungen werden, aber trotzdem würde nichts wirklich produziert, obwohl jeder höllisch beschäftigt aussehen würde; die Sorgen der Führungskräfte stiegen wie in einer unfaßbaren Fieberkurve an, bis der Faktor des Halb-Erledigten in Ordnung gebracht wäre.

Aber Halb-Erledigtes ist nicht immer so sichtbar wie halbe Autos. „Haben Sie die Unterlagen des Prozesses gegen Betz & Co. fertig gemacht?“ „Ja, natürlich.“ Aber das Verfahren wird verloren, da die Akten und Unterlagen nur zur Hälfte vorbereitet und abgelegt wurden.

Für HALB-ERLEDIGTES gelten die gleichen Gründe, wie sie oben für NICHT-ERLEDIGTES angegeben sind.

Als Warum für viele Mißerfolge stellen sich NICHT-ERLEDIGTES und HALB-ERLEDIGTES heraus.

Die erste Wirkung (es gibt noch andere) von NICHT-ERLEDIGTEM und HALB-ERLEDIGTEM besteht darin, daß Backlogs angesammelt werden.

Nun, kein Backlog liegt jemals ruhig da. Solange noch irgend etwas anderes davon abhängt, daß die Aktionen durchgeführt werden, wird es Druck oder Bedrohung von der einen oder anderen Art auf den Bereich mit dem Backlog geben.

Wenn eine Aktivität also in Rückstand gerät, BRINGT SIE NEUE ARBEIT HERVOR, DIE NICHTS MIT DEM VERRINGERN DER MENGE DES BACKLOGS ZU TUN HAT.

Beispiel: Eine Versicherungsgesellschaft gerät mit den Zahlungen von Ansprüchen in Rückstand. Ganze Sturzbäche von Rückfragen kommen dann, um den Grund dafür herauszufinden. Die Abteilung, die Ansprüche bearbeitet, verbringt ihre Zeit damit, die Rückfragen zu beantworten, nicht die Anzahl der Ansprüche zu verringern. Die Menge an Arbeit verdoppelt und verdreifacht sich, aber keine Ansprüche werden bezahlt.

DAS ENTSTEHEN VON BACKLOGS VERDOPPELT DIE ARBEIT UNMITTELBAR, DA MAN ZUSÄTZLICH ANFRAGEN UND FORDERUNGEN BEARBEITEN MUSS.

Beispiel: In den Zentralakten wird es versäumt, alles bis zum gegenwärtigen Zeitpunkt eingeordnet zu haben. Anforderungen von Sachen aus den Akten verursachen, daß andere die ganze Zeit des Archivbeamten damit verbrauchen, die Zentralakten in Stücke zu reißen, um Sachen zu finden.

EIN RÜCKSTAND KANN SICH SELBST VERGRÖßERN, INDEM ER UNORDNUNG HINZUFÜGT, DIE BEREITS ERLEDIGTE DINGE WIEDER ZUNICHTE MACHT.

Somit zerstört ein Backlog früher gemachte Arbeit, während er Arbeit für die Zukunft anhäuft.

Beispiel: Die Personalabteilung gerät mit ihrer Ablage in Rückstand, was verursacht, daß sie mit Verabredungen in Rückstand gerät. Das bringt Bereichen Überlastung. Diese Bereiche beginnen, die Personalabteilung haufenweise zu bestürmen und zu verlangen, daß Leute zur Verfügung gestellt werden. Die Personalabteilung ist dann so beschäftigt, Leute abzuwehren, daß sie keine Verabredungen treffen kann, sie ist aber hektisch in Aktion.

EIN BACKLOG HINDERT SICH SELBST DARAN, IN ORDNUNG GEBRACHT ZU WERDEN.

Eine Org, die mehrere Backlogs enthält, wird hektisch und geht dann in Apathie.

Die Abhilfe ist:

1. Leute zu bekommen und „ALL-HANDS“-Aktionen (Aktionen unter Mitwirkung aller Mitarbeiter) zu unternehmen, um zu erreichen, daß die wichtigsten Backlogs erledigt werden.

2. Das wirkliche WARUM des Backlogs zu finden und zu handhaben, damit es dann auf dem Laufenden bleibt. (Dies erfordert ein Programm, das befolgt und durchgeführt wird.)
3. Den Mitarbeitern einen Checkout auf das Buch PROBLEME DER ARBEIT zu geben.
4. Mitarbeiter dazu zu bringen, Training-Drill Null auf ihre Arbeitsbereiche zu machen.
5. Die Mitarbeiter mit ihren Arbeitsmaterialien oder Bereichen „Hingreifen und Zurückziehen“ machen zu lassen.
6. Eine Meinungsumfrage durchzuführen, die Klagen und Gründe für Nicht-Erledigtes, Halb-Erledigtes und Backlogs aufdeckt.
7. Aufgrund der Umfrage einen energischen Feldzug zu führen, um eine Abhilfe für Nicht- und Halb-Erledigtes zu schaffen.
8. Sehr streng bezüglich jeglicher Anfänge zukünftiger Backlogs zu sein.

Wenn Sie einen Bereich oder eine Org in Apathie sehen, erkennen Sie bitte, daß sie den Weg von Nicht-Erledigtem, Halb-Erledigtem und Backlogs gegangen ist, und handhaben Sie dies.

Wenn Sie einen Bereich hektisch werden sehen, erkennen Sie bitte, daß Sie auf nicht erledigte, halb erledigte Sachen und Backlogs schauen, und handhaben Sie ihn schnell, bevor er in den viel schlimmeren Zustand von Apathie gerät.

Produktion ist die Grundlage von Moral.

Nicht-Erledigtes und Halb-Erledigtes führen zu Backlogs.

Backlogs zerstören die Möglichkeit zukünftiger Produktion.

Somit wissen Sie, daß die Situation nicht erledigter und halb erledigter Sachen zu Backlogs führen wird.

Die Backlogs werden weitere Handhabungen verhindern.

Dieser Themenkreis ist der Themenkreis, der Führungskräfte aufreißt.

Hinter jeder Verstimmung werden sich Nicht-Erledigtes, Halb-Erledigtes und Backlogs finden.

Seien Sie also sehr wachsam.

Dynamit sieht neben diesem sehr explosiven Themenkreis wie Zuckerstäbchen aus.

Sagen Sie nicht, ich hätte es Ihnen nicht mitgeteilt.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:mes:rd; Übers.:LB/MS:lb

Copyright © 1972, 1983

by L. Ron Hubbard

ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Übersetzung genehmigt vom LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 3. FEBRUAR 1972

Wiederver-
vielfältigen
Franchise
Alle Auditoren

ILLEGALES PROZESSING

HCOB 3. Febr. 72, R6EW-OT III, 32 Non-Interferenz-Bereich wurde aufgrund eines Berichtes herausgegeben, daß Franchises manchmal AO-PCs auditieren.

Für Fälle ist es zerstörerisch, dieses HCOB zu verletzen.

Weiterhin bringt das Beschaffen und Auditieren von Org-PCs ein Auditoren-Zertifikat in Gefahr. Ein Auditor oder eine Franchise hat die allgemeine Öffentlichkeit als Klienten-Reserveau, nicht Scientology-Orgs.

Eine jede Franchise, von der herausgefunden wird, daß sie im Besitz einer AO- oder SH-Postversandliste oder im Besitz eines jeglichen Teiles davon ist, ist Gegenstand einer Aufhebung als Franchise und zivilrechtlicher Aktionen.

Der Flow verläuft von der Öffentlichkeit zur Franchise über die Orgs und zu SHs oder AOs. Wenn er umgekehrt verläuft, büßt es ein jeder.

FSM-Provisionen sind wertvoller als verlorene Zertifikate.

Zweckmäßig durchgeführte Umfragen und Standard-Verbreitung wird Franchises mit all den PCs versorgen, die sie brauchen.

L. RONHUBBARD
GRÜNDER

Übers.:GH/GH:gh
Übersetzung genehmigt vom
I/A Officer CLO EU

HCO-POLICYBRIEF VOM 18. FEBRUAR 1972

Wiedervervielfältigen

Führungsserie Nr. 8

DAS OBERE DREIECK

Die Erklärung des Scientology-Symbols, das S und die zwei Dreiecke, sollte allgemeiner bekannt sein.

Und Führungskräfte sollten darüber sehr gut Bescheid wissen.

Es gibt zwei Dreiecke, durch die das S geschlungen ist.

Das S steht einfach für Scientology, und dieses Wort leitet sich von „SCIO“ (wissen in der umfassendsten Bedeutung) ab.

Das untere Dreieck ist das ARC-Dreieck - die Ecken stellen AFFINITÄT, REALITÄT und KOMMUNIKATION dar. Dies sind die drei Elemente, die zusammen VERSTEHEN ergeben.

Das obere Dreieck gilt vor allem für eine Führungskraft, aber auch für alle Scientologen. Es war nicht allgemein bekannt und wird in einem alten LRH-Tonbandvortrag beschrieben, ich glaube in „Verantwortung und Regierungen“.

Es handelt sich um das KRC-Dreieck. Die Ecken stellen K für knowledge (engl. für Wissen), R für responsibility (engl. für Verantwortung) und C für control (engl. für Kontrolle) dar.

Es ist schwierig, für etwas verantwortlich zu sein oder etwas zu kontrollieren, wenn man kein WISSEN darüber hat.

Es ist Torheit, etwas ohne VERANTWORTUNG zu kontrollieren zu versuchen oder auch nur etwas zu wissen.

Es ist hart, etwas vollständig zu wissen oder für etwas verantwortlich zu sein, worüber man keine KONTROLLE hat; in diesem Fall kann das Ergebnis Überwältigung sein.

Natürlich kann ein Wesen vom Leben davonlaufen (abhauen) und sich auf der Rückseite des Mondes hinsetzen und nichts tun und nichts denken. In diesem Fall müßte es natürlich nichts wissen, für nichts verantwortlich sein und nichts kontrollieren. Es würde auch unglücklich sein und ganz sicher würde es tot sein, soweit es selbst und alles andere betreffen wäre. Aber da man einen Thetan nicht töten kann, läßt sich dieser Zustand unmöglich aufrechterhalten, und der Weg zurück kann grausam sein.

Der Weg hinauf von Tod, Apathie oder Untätigkeit besteht darin, etwas darüber zu WISSEN, etwas VERANTWORTUNG für den

Zustand, in dem man ist, und die Situation zu übernehmen, und sich selbst bis an einen Punkt hin zu KONTROLLIEREN, an dem etwas Kontrolle in die Situation gebracht wird, damit sie richtig läuft. Dann muß man WISSEN, warum sie verkehrt lief, VERANTWORTUNG dafür übernehmen und sie ausreichend KONTROLLIEREN, um sie weiter in Richtung einer idealen Szene zu verändern.

Nach und nach kann man alles dazu bringen, richtig zu laufen, indem man

WISSEN auf allen Dynamiken ERHÖHT,
 VERANTWORTUNG auf allen Dynamiken ERHÖHT und
 KONTROLLE auf allen Dynamiken ERHÖHT.

Wenn man irgendeine Situation, in der man sich befindet, auf dieser Grundlage bereinigt, wird man im allgemeinen Erfolg haben.

Feldmarschall Montgomery hat angeblich gesagt, daß Führerschaft sich aus „Wissen, Willenskraft, Initiative und Mut“ zusammensetzt. Diese Qualitäten werden bei einem Mann vorausgesetzt. Das war guter Rat, öffnete aber keinen Ausweg oder Zugang, wie Fähigkeiten ERHÖHT werden können.

Das KRC-Dreieck funktioniert wie das ARC-Dreieck. Wenn eine Ecke erhöht wird, dann steigen auch die beiden anderen.

Die meisten Thetans haben eine furchtbar schlechte Meinung über ihre Fähigkeiten, verglichen mit dem, was sie tatsächlich sind. Es gibt kaum einen Thetan, der glaubt, daß er zu dem fähig ist, was er tatsächlich zu erreichen fähig ist.

Indem jede Ecke des KRC-Dreiecks Stück um Stück hinaufgehoben wird, wobei die Verluste ignoriert und die Gewinne stabilisiert werden, wird ein Wesen schließlich seine Macht und Beherrschung über das Leben entdecken.

Es lohnt sich, das zweite Dreieck der Scientology zu kennen.

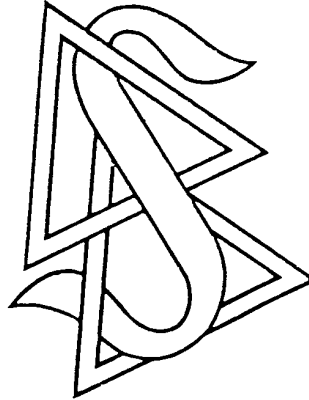
Es ergibt die beste Wechselwirkung, wenn es mit hohem ARC verwendet wird. Daher greifen die Dreiecke ineinander.

Es ist zur Verwendung bestimmt, wie auch alles andere in der Scientology.

L. RON HUBBARD
 GRÜNDER

LRH:ne:rd; Übers.:LB/MS:lb
 Copyright © 1972, 1983
 by L. Ron Hubbard
 ALLE RECHTE VORBEHALTEN
 Übersetzung genehmigt vom
 LRH Comm New Era Pubs

(Anm. D. Übers.: Die Abbildung des Scientology-Symbols finden Sie auf der nächsten Seite.)



HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE
Scint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO POLICY LETTER VOX 24. FEBRUAR 1972

Remimeo
All Staff
Stoff Hütte

UNGERECHTIGKEIT

Jeder Staffmember, der Ethik-Policy nicht kennt, ist eine Tontauben. "Tontauben" werden dazu verwendet, sie in die Luft zu werfen und auf sie zu schießen.

Der Zyklus ist wie folgt: Es werden Fehler gemacht. Das wirkliche WARUM wird nicht ermittelt oder gehandhabt. Und wenn dies geschieht, so beginnen zornige Exekutiven, die den Ball aufnehmen müssen, zu schießen.

Es wird von Staffmembers erwartet, dass sie ihre Aufgabe erfüllen, und es gibt überhaupt keine Entschuldigungen dafür, dies nicht zu tun.

Manchmal geschieht es jedoch, dass Ungerechtigkeiten auftreten. Es geschehen Fehler, dann werden Zustände zugeschrieben, Personen werden vom Posten entfernt, oder sonst herumgestossen.

Gewöhnlich geschieht das, weil der Staffmember erbärmlich wenig über seine Rechte Bescheid weiss.

Es wird Gerechtigkeit erwartet, und sie hat auch einen eindeutigen Nutzen. Wenn kein Zustand der Disziplin herrscht, so fällt die ganze Gruppe zusammen. Es ist andauernd festgestellt worden, dass das Versagen einer Gruppe mit einem Mangel oder einem Verlust an Disziplin beginnt. Ohne sie geht die Gruppe und ihre Mitglieder zugrunde.

Die meisten Leute denken, dass Disziplin schlecht ist, weil die meiste Wog-Disziplin einfach harte Ungerechtigkeit ist.

Die meisten Leute wissen nicht einmal, dass ^{Gerechtigkeit} gerechte und gleiche Behandlung sowohl für die Gruppe als auch für das Individuum bedeutet.

Handelsfirmen und Kreditgesellschaften weisen eine Stufe an Ungerechtigkeit auf, die man kaum fassen kann. Man wird nie seinen Anklägern gegenübergestellt, und weiss vielleicht nicht einmal, dass man angeklagt ist, bis man gefeuert wird.

Wie Dr. Szasz in seinem brillianten Buch "Manufacture of Madness" (Produktion von Verrücktheit) ^{aufdeckt}, benützt die Psychiatrie "Rechtssprechungs"-Verfahren, die in den Zeiten der Hexenverbrennung verwendet wurden: unbekannte Ankläger, nur Meinungen, Bestrafung vor der Verhandlung usw. Der Einfluss der Psychiatrie auf das heutige Denken an Gerichtshöfen mag sehr wohl ein Hauptgrund für den jetzigen gestörten Zustand der Gesellschaft sein.

Fallen wir nur um's Himmels willen nie selbst in solch einen Barbarismus.

Ungerechtigkeit ist es, die Disziplin zerstört.

Wenn man die falsche Uebergangene Ladung an einem Fall anzeigt, so wird der Fall zusammenkloppen. Klagt man fälschlicherweise an und bestraft ungerecht, so bricht die Gruppe zusammen.

Die Wahrheit ist folgende: Dem Menschen kann man mit "Bestrafung" nicht wirklich trauen. Dadurch sucht er nämlich nicht wirklich Disziplin, sondern bringt Ungerechtigkeit über andere.

Viele Regierungen sind hinsichtlich ihrer göttlichen Richtigkeit in Rechtssprechungsangelegenheiten so empfindlich, dass sie

Sobald man den Mund öffnet, in unkontrollierte Gewalt ausbrechen. In die Hände der Polizei zu kommen, ist schon ganz allein eine Katastrophe an vielen Orten, sogar wenn man nur der Kläger ist, und noch viel weniger der Angeklagte. Soziale Störungen sind in solchen Gebieten am stärksten.

Nur wenn eine Gruppe einen Puffer gegen Ungerechtigkeit hat, ist es möglich, Disziplin zu gebrauchen.

Festen sind für Staff wertvoll. Plötzliche Absetzungen, Zuschreibung von falschen Zuständen, und andere Aktionen können mehr schaden, als sie nützen.

Umgekehrt kann man vom Staff nicht verlangen, einem Staffmember um den Hals zu fallen, der Fehler macht und dessen mangelhafte Arbeit die Linien durcheinanderbringt sowie die Produktion. Es schadet viel mehr als es nützt, die Situation fortzuwirken zu lassen, ohne irgendetwas zu unternehmen.

Zwischen den Punkten harter Ungerechtigkeit und erforderlicher Disziplin gibt es ein glückliches Mittelfeld, wo Disziplin, ganz gleich wie streng, gerecht ist, und Fehler nicht geduldet werden.

Das Erreichen dieses Mittelfeldes hängt weniger davon ab, Exekutiven auszubilden und zurückzuhalten, als davon, dass der Staffmember seine Rechte kennt und sie selber benützt.

Dies ist schwierig, hinüberzubringen, denn irgendein Vorgesetzter kann sagen: "Diese Policy trifft in diesem Fall nicht zu", oder "Wenn du das berichtest, köpfe ich dich", oder "Mir ist es egal, was deine Rechte sind, du bist ENTHOBEN!"

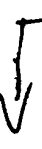
Dann wiederum kann ein Review-Eweiskomitee so langsam sein, dass es die Situation nie rechtzeitig handhabt, oder es wird nie abgehandelt.

*! Hier fehlt eine ganze Seite! Geht bitte zum Supervisor
am # 552 Persönliche Teilung in verschiedenen Aspekten mit dem:*

Seite 2

400 PL

24.2.72



Then again a Review Committee of Evidence can be so slow it never handles in time or it never gets held.

We are living—or trying to—in a very unjust culture. So most of our basic training was in injustice not in correct discipline.

So you cannot look for a total perfection of justice. But we can make it better and less unjust.

RECOURSE

“Recourse” means “A turning or applying to a person or thing for aid or security.”

Not only can one turn to a person but one can turn to a thing or a procedure to set the matter right.

In investigating why certain persons who had been posted did not do their post it was found they had been told to do something else instead. They had done this something else. They did not know they had any “recourse.” Because they sought no recourse it had to be assumed they had willingly accepted illegal orders and so were Comm Eved.

Now what is this point “they sought no correction” of this obviously illegal order? They simply did not make it known. They did not have to fly in the face of the person. They did not have to refuse.

The Comm Ev should have asked them “did you seek any recourse to being given an illegal order?” If the answer was NO, they were a party to the damage. If the

• Welche Form hätte der Rekurs angenommen?

Ein einfacher Wissensbericht an den Ethik-Officer oder den Master of Arms: "Mir wurden andere Befehle gegeben, die mit meiner Postenzuweisung in Konflikt stehen, und ich habe es bekennt gemacht, muss jedoch dem ungesetzlichen Befehl Folge leisten" hätte sie gegen schwere Massnahmen geschützt.

Indem er diesen Schritt NICHT unternähm, machte sich der Untergebene dadurch selber zu einem Beteiligten an der Handlung.

Das Obige ist nicht sehr wirksam, da es den Befehl nicht korrigiert, und es wäre eine gewisse Strafe an die Person ausgeteilt worden.

An anderen Ende von MAXIMALEM REKURS wäre ein Fernschreiben an den Assistant Aide in einem CLO oder an einen Gehilfen oder ein Aktionsbüro auf Flag mit folgenden Worten: "JOE BLOW, ED LAESST MICH NICHT WIE BEFOHLEN MEINEN POSTEN ALS HAS UEBERNEHMEN, SONDERN HAT MICH ZU EINEM AUDITOREN GEMACHT".

Ob darauf gehandelt würde oder nicht, es würde die Person freisprechen. Er oder sie hätten die Person, die ihm/ihre einen ungesetzlichen Befehl erteilt hatte, "verpiffen". Er könnte nicht dafür bestraft werden, oder dafür, den Auditoranposten anstelle des befohlenen HAS-Postens übernommen zu haben.

Um den REKURS zu verstehen, müsste man Vorrangigkeit von Befehlen kennen. Policy (in P/Ls) und HCO Es kommt zuerst. Dann kommt Flag, Kontinental und örtlich, in absteigender Reihenfolge.

Die Organe gibt es auf örtlicher Ebene an. Die höheren Nomen sind die übergeordneten.

Legt eine Person für einen falschen Zustand, eine Enthebung, einen ungesetzlichen Befehl, ein Gericht oder ein Fowaiskomitee

KEINEN REKURS EIN, so hat es die Person gehabt, ganz gleich wie ungerecht die Aktion ist.

Eine Meldung von einem untergeordneten Mitglied einer Mission:

"Lieber Action Aide, diese Mission wird versagen. Wir befolgen unsere Befehle nicht, der I/C macht von meinen Diensten keinen Gebrauch, Gezeichnet _____" würde die Person als Beteiligte Partei in einem Beweiskomitee entfernen, WENN SIE WAEHREND DER MISSION-ZEIT GESCHICKT WIRD.

Man kann nicht einen ungesetzlichen Befehl befolgen und/oder anderes Unrecht begehen, ein Beweiskomitee erhalten und viel Hilfe erwarten.

Aber irrt sich ein Gericht oder Beweiskomitee in seinen Ermittlungen, so hat eine Person REKURS. Sie kann ein REVIEW-BEWEISKOMITEE verlangen und MUSS eines erhalten.

AUS DER REIHENFOLGE HERAUS

Eine Person vom Posten entfernen und ihr dann ein Gericht oder Comm-Ev zu geben, ist nicht in der Reihenfolge.

Die Person muss ein Gericht oder Beweiskomitee haben, bevor sie entfernt werden kann.

Einen Zustand zuzuschreiben und dann ebenfalls ein Beweiskomitee durchzuführen, ist ebenfalls nicht in der Reihenfolge. Man schreibt einen Zustand oder ein Beweiskomitee zu.

EINTLASSUNGEN

Entlassungen oder Entfernungen benötigen ein Gericht oder ein Beweiskomitee, wenn eine Person einmal auf Staff angenommen worden ist.

Wird gegen die Ermittlungen Einspruch erhoben, so kann ein Review Beweiskomitee abgehalten werden.

Das Beweiskomitee kann die Person zu einem Tauglichkeits-Rat (Fitness Board) schicken, oder ein Tauglichkeits-Rat kann eine Person zu einem Beweiskomitee schicken.

Ein Tauglichkeits-Rat hat die Macht, zu verhindern, dass jemand überhaupt auf Staff genommen wird, oder dass jemand in eine Mannschaft aufgenommen wird. Dies braucht kein Beweiskomitee, um es zuzulassen.

ABE Person, die auf diese Weise abgelehnt wird, kann ein Review-Beweiskomitee verlangen.

Wenn die Person auf Staff ist, so kann man nicht "vom Posten entfernt, vor einen Tauglichkeits-Rat geschickt und entlassen werden". Es erfordert ein Gericht oder ein Beweiskomitee, um jemanden vom Posten zu entfernen und/oder vor einen Tauglichkeits-Rat zu schicken.

STATISTIKEN

Die beste Verteidigung gegen jede Ethik-Aktion sind gute Statistiken. Hat man keine persönliche Statistik, so ist man in einer schlimmen Lage, und eine sehr stark in Frage kommende Tontaube, wenn etwas schief geht.

Wenn die persönlichen Statistiken als "unreal" oder "nicht passend" oder "verfälscht" angefochten werden, so sollte man die Stat seiner Unterabteilung, Abteilung oder Division in wirklich sehr gutem Zustand haben und darauf hinweisen (und es nicht zulassen, dass sie schlecht sind) da es sichtbarer und verlässlicher ist.

VERLANGTES BEWEISKOMITEE

Jeder kann für irgendetwas über sich selber ein Beweiskomitee verlangen. Als Beispiel ist ein Praktikant anzuführen, der vom Kurs entfernt wird und der nicht glaubt, dass er versagt hat. Er kann ein Beweiskomitee verlangen. Wenn er beweisen kann, dass dies nicht

Der Fall ist, so muss er wiedereingesetzt werden.

Wird auf dich geschossen oder wirst du durch falsche Anschuldigungen mit Verachtung bedacht, so wäre deine erste "Anordnung, den Ethik-Officer um eine 3. Partei-Untersuchung zu bitten, oder den MA, und funktioniert dies ^{wird} so würdest du ein Beweiskomitee verlangen, um deinen Namen oder Ruf zu säubern. Oder dich rechtmässigerweise deswegen erschiessen zu lassen.

Beispiel: Jemand wird herumgestossen. Er kann dies nicht selber handhaben. So verlangt er ein Komm-Ev.

Dies MUSS ihm gegeben werden. Und es muss RASCH sein.

VORGESETZTE

Eine Person hat ein Recht, dass nur Vorgesetzte an Rang und Status die Verhandlung über sie führen.

Beispiel: Ein Komm-Ev, dessen Präsident Class Null ist, kann keine Verhandlung über einen Class VIII in einer Technischen Angelegenheit durchführen.

Beispiel: Ein Komm-Ev, dessen Präsident ein B of P ist, oder ein Bericht, das von einem der Auditoren des Tech Sec abgehalten wird, kann keine Verhandlung über den Tech Sec durchführen.

Ein Exekutiv-Direktor oder ein LRH-Komm müssen an der nächsthöheren Org vor Gericht gestellt werden, und können überhaupt nicht in ihrer eigenen Org vor Gericht gestellt werden.

Es sind flogrante Verletzungen all dieser Dinge aufgetreten. Ein C/O und LRH Comm wurden einmal beschwindelt und nach Hause geschickt, indem ihnen gesagt wurde, dass es ein "LRH-Befehl" sei, was nicht zutraf. Sie blieben nicht auf Posten und taten ^{wirklich} das Unehliche, nämlich: "Lass mal schauen, schriftlich, unterzeichnet." Oder "Wir müssen Flog anfragen" oder "Wir verlangen ein Comm-Ev."

Indem sie NICHT auf Posten blieben, indem sie sich täuschen liessen, indem sie KEINERLEI Rekurs benützten, waren sie tatsächlich des Desertierens von ihrem Posten schuldig. Sie erwischten es von allen Seiten, DA SIE IHRE RECHTE NICHT GEBRAUCHTEN.

ZUSTAENDE

Goldene und Grüne Sterne haben bestimmte Rechte im Zuschreiben ihrer eigenen Zustände. Wenn sie es zulassen, dass diese missachtet oder verachtet werden, ohne irgendeinen Rekurs einzulegen, so machen sie sich zweimal schuldig — sie erlaubten Ungerechtigkeit plus was immer sie sonst taten.

ZUSAMMENFASSUNG

Dies ist keine vollständige Liste von Verfahren und Gesetzmässigkeiten.

Alles, was hier ausgedrückt wird, das ist folgendes:

DISZIPLIN IST IN EINER GRUPPE VONNOETEN.

UNGERECHTIGKEIT SCHADET DER DISZIPLIN.

UNGERECHTIGKEIT TRITT DANN AUF, WENN DIE LEUTE UNGERICHTIGKEIT ZULASSEN, INDEM SIE IHRE RECHTE NICHT KENNEN ODER NICHT BEACHTEN UND NICHT REKURS EINLEGEN ODER RICHTIGSTELLEN VON UNRECHT VERLANGEN.

Es ist eine erbärmliche Szene, wo Exekutiven und Ethik-Offiziere die richtige Rechtssprechung nicht kennen oder anwenden, und wo Stoffmembers ihre Rechte nicht kennen oder sie nicht gebrauchen.

Das Ergebnis ist ein vollständiger Verlust an Disziplin, ganz gleich wieviele gehängt werden! Oder wieviele nicht gehängt werden.

Wo ETHIK OUT IST, braucht man somit eigentlich nur Execs und Ethik-Officers über Ethik-Policy und Stoff über ihre Rechte auszuchecken, und irgendein Anschein von Ordnung wird auch in der gestörtsten.

Szene erfolgen.

DIES ist die Abhilfe für bessere Disziplin und Geduld in einer Gruppe. Kein weiteres Tontaubenschiessen.

Man kann es zu einer ruhigen, zufriedenen Szene machen.

L. RON HUBBARD
GRUENDER

RH:ne.ei
Copyright (c) 1972
by L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN

HCO-POLICYBRIEF VOM 9. März 1972R
AUSGABE I
REVIDIERT AM 4. AUGUST 1983

Wiedervervielfältigen
FBO-HAT
Hatting Officer
muß den FBO diese
Ausgabe M4-wort-
klären, sternrangig
überprüfen und in
Knete darstellen
lassen

Finanzserie Nr. 11R

HERKUNFT UND VERLAUF VON EINNAHMEN

GELDMANAGEMENT, PRINZIPIEN

(Dieser PL korrigiert jeden früheren PL, falls es irgendeinen Widerspruch oder Konflikt gibt.)

(Revidiert, um Definitionen auf den neuesten Stand zu bringen und zu erweitern.)

POLICY

Wenn eine Managementeinheit wie ein Bureau, ein Continental Liaison Office, ein OT-Liaison Office oder ein als solches fungierender Vertreter wie der Guardian oder FBO oder Flag Rep überhaupt zu etwas taugt, WIRD DIE NÄCHSTLIEGENDE SERVICE-ORGANISATION HINREICHEND GELD ERARBEITEN, um die Einheit, die sie managt, ZU BEZAHLEN, UND NOCH VIEL ÜBRIG HABEN, UM DIE Sea Org Reserven ANSCHWELLEN ZU LASSEN.

Wenn die Managementeinheit oder Aktivität, die einer Zentralorganisation oder Service-Organisation am nächsten liegt, flüssig oder mittellos ist, so ist das der direkte Index der Managementqualität gemäß den Statistiken der nächstliegenden Service-Organisation.

HAUPTORGANISATION

Für ein OTL muß der Begriff ZENTRALORGANISATION aktiven Gebrauch haben, und zwar in bezug auf seine nächste Hauptorganisation.

Für ein CLO ist eine AOLA oder AOSH die nächste Organisation und damit seine Hauptorganisation.

Für Flag und Top-Management ist die Flag Service Organisation die nächste Service Organisation, wenn es um finanzielle Unterstützung geht

VERLAUF

Ein OTL oder CLO oder Bureaux muß untergeordnete Organisationen so managen, daß sie eine Zielgruppe aufbauen, die 1) vor Ort mit diesen untergeordneten Organisationen in einem Service-Verhältnis steht und 2) MITGLIEDER AN DIE HAUPTORGANISATION WEITERLEITET.

Infolgedessen sind Feldauditoren - Missionen - kleine Organisationen - ZENTRALORGANISATIONEN - SHs - AOs DER VERLAUF, ohne den eine Zentralorganisation oder Spitzenorganisation Pleite gehen wird.

Wenn bei diesen untergeordneten Aktivitäten stets für Erfolg und Wohlstand gesorgt wird und sie Leute über das FSM-System und andere Systeme hinauf schicken, geht es den ÖRTLICHEN, KONTINENTALEN und INTERNATIONALEN Managementeinheiten WIE DER MADE IM SPECK.

Wenn der Verlauf nicht so erfolgt, wird alles schrecklich sein. Wenn er so erfolgt, wird alles gut sein.

EINE ZENTRALORGANISATION MUSS AUS DIESEM GRUND HÖHERE (IM TYP) UND BESSERE SERVICES ALS ZULIEFERORGANISATIONEN GEBEN.

Eine AO muß höhere, bessere Services geben als eine SH.

Flag-Services müssen in der Klasse höher sein als die von AOs.

DEFINITIONEN

Ein Fehlen präziser Definitionen über das, was Einnahmen und was "Reserven" sind, hat Schwierigkeiten mit der Identifizierung von Aktivitäten bereitet sowie Schwierigkeiten beim Verlauf von Management und Einnahmen.

Der Haupttäter, der durch das Obige verursacht wurde, entstand dadurch, daß eine Managementeinheit, der es an präzisen Definitionen mangelte und die den obigen Verlauf nicht kannte, sich die falsche "Geldquelle" zwecks Unterstützung zum Ziel nahm.

(Beispiele: Ein kontinentales CLO versuchte, von den 10% Managementabgaben zu leben, die ihm nicht zustanden (UKLO, 1971). Ein CLO ließ die nahegelegene AOSH abstürzen und versuchte, von FLAG zu leben (USLO, 1971). Ein CLO ließ eine AO niedergehen und ignorierte sie vollständig und baute währenddessen nur seine am allerweitesten entfernte Organisation auf (USLO, 1971). Eine Abteilung III zog keine der gewaltigen Außenstände ein, denn sie konnte von den Reserven etwas ausborgen (FAO 1971). Ein OTL lag-

noriierte seine nahegelegene ZENTRALORGANISATION und versuchte immer wieder, Unterstützung von seinem CLO zu bekommen (ANZO, 1971). Das früheste Beispiel war ein Navy Admiral (Scoles), der die LA Foundation 1950 in Grund und Boden wirtschaftete, weil er der Meinung war, sie solle von Elizabeth, in New Jersey, unterstützt werden.) Das WHY hinter all diesen Dingen war ein Mangel an Verständnis der Verlaufslinien und ein Mangel an Definitionen über Einnahmen, Ausgaben und Reserven als unterschiedliche, präzise Geldquellen, und über unterschiedliche Arten von Organisationen.

DEFINITIONEN

Das folgende ist eine Zusammenfassung von Schlüsselbegriffen, die in bezug auf Finanzen innerhalb der Scientology-Kirche verwendet werden. Sie beziehen sich auf kirchliche Verwaltungsfragen von Finanzen verschiedener Aktivitäten oder Bereiche. Es ist nicht beabsichtigt, hiermit die körperschaftliche Struktur der Kirche zu definieren.

DIE SEA ORG: Sie stellt als religiöse Bruderschaft innerhalb der Kirche die Elite. Die Sea Org ist nicht körperschaftsrechtlich registriert und nicht Teil irgendeiner Körperschaft. Mitgliedschaft in ihr betrifft die Leitung der Kirche und das Geben von Service höherer Stufen der Kirche.

INTERNATIONALES MANAGEMENT: Es besteht aus dem International Watchdog Committee und den Führungskräften des International Managements (Führungsebene) und den Einheiten, die ihm DIREKT angeschlossen sind, wie das internationale Büro des Finanznetzwerkes. WDC befaßt sich mit SEKTOREN (Körperschaften wie Scientology Missions International, Sea-Org-Organisationen, Klasse-IV-Organisationen, die FSO usw.) und ist im Grunde genommen eine überwachende und untersuchende Organisation, die dafür sorgt, daß Dinge GEMANAGT werden. Die Führungsebene (und der ED International) leitet nicht die Organisationen; sie behandeln die FUNKTIONEN, die Organisationen wahrnehmen, unabhängig von Institutionen, aber sie koordinieren die Funktionen in ihnen.

FLAG: Das Hauptschiff der Sea Org. Die historische Bedeutung des Wortes "Flag" ist der Flottenkommandant mit seinen persönlichen Mitarbeitern, und sie ist im Gebrauch zeitlos und nichts Neues. Wenn Operationen und Crew von Flag auf Land stationiert sind, wird der Begriff manchmal geändert auf "Flag Land Base". Es besteht hauptsächlich aus einer Managementorganisation (Flag Bureau), einer Service-Organisation für die Öffentlichkeit, die die höchstmöglichen Service-Stufen gibt (Flag Service Org) und einer Hausverwaltungsorganisation, die Öffentlichkeit und Personal versorgt.

FLAG SERVICE ORG: Die Haupt-Service-Organisation für die Öffentlichkeit. Ihr Sitz ist die Flag Land Base. Sie ist Teil der Körperschaft mit der Bezeichnung Church of Scientology Flag Service Org.

FLAG BUREAUX: Die Managementkörperschaft mit Sitz auf der Flag Land Base, die verantwortlich ist für das Management der Flag Service Org (FSO), das von Sea-Org-Organisationen und von Klasse-IV-Service-Organisationen. Es ist im Grunde genommen eine taktische Einheit, die Organisationen anhand von Auswertungen leitet, die auf höheren Führungsebenen gemacht wurden, und es ist der ausführende Arm des Spitzenmanagements. Es arbeitet mittels FOLOs (Flag Operations Liaison Offices). Es ist Teil der Mutterkirche, d. h. der Church of Scientology International.

CONTINENTAL LIAISON OFFICE (CLO): Das SO-Büro eines Kontinentes, das diesen Kontinent managt. Ein CLO enthält zusammengefaßt die Repräsentanten aller Managementinstitutionen (z. B. SMI, GO usw.), die als Unterabteilungen auf dem Org-Board vertreten sind, und es hat eine Unterabteilung, ein FOLO, das als Management-Bindeglied zwischen dem FB (Flag Bureaux) und den Organisationen fungiert, die vom FB gemanagt werden. Ein CLO würde alle Managementeinheiten für diesen kontinentalen Bereich koordinieren. Continental Liaison Offices wurden als solche vom WDC etabliert und zum Laufen gebracht, um koordiniert zu arbeiten.

FLAG OPERATIONS LIAISON OFFICE (FOLO): Eine Unterabteilung in einem CLO, die sich mit der Ausführung von Planung und Programmen befaßt, die ihm von oder durch das Flag Bureaux übermittelt wurden. Die hauptsächliche Zielsetzung besteht darin, darauf zu achten, daß Planung von seiten Flag in Organisationen ihres Verantwortungsbereichs Wirklichkeit wird. Das FOLO achtet darauf, daß Organisationen hingestellt werden, und es managt sie.

OPERATION-TRANSPORT LIAISON OFFICE (OTL): Das Zweigbüro eines CLO, das einen Bereich oder eine ihm zugewiesene Organisationen managt.

SCIENTOLOGY MISSIONS INTERNATIONAL (SMI): Scientology Missions International ist eine Kirche, die als Mutterkirche für Missionen fungiert und die verantwortlich ist für das direkte Management des Mission-Netzwerkes. SMI-Missionen zahlen einen Zehnt, wovon ein Teil für die Deckung von SMI-Ausgaben verwendet wird. SMI-Reserven sind Teil der SO-Reserven.

INTERNATIONAL FINANCE NETWORK: Das International Finance NW ist direkt dem WDC untergeordnet. Das Netzwerk ist verantwortlich dafür, daß Finanzpolicy in der Kirche befolgt wird; daß Vermögen der Organisation wie Marketing, E-Meter, Bücher, Tonbänder, Kassetten, Abzeichen und Filme gesichert werden und eingesetzt werden, um Betrieb in die Organisationen zu bringen; dafür, daß Mitarbeiter der Organisation gut bezahlt werden; dafür, daß Management aufgrund der Tatsache, daß es Organisationen wohlhabend gemacht hat, gut bezahlt und mit der Bewahrung und Erweiterung von Rücklagen der Kirche betraut wird. Es hat Vertreter in allen kontinentalen Bereichen und Organisationen. Seine übergeordnete Zielsetzung besteht in der Sorge dafür, daß ein Überfluß an SO-Reserven vorhanden ist.

DER KONTINENTALE FBO: Der Flag Banking Officer und sein Büro befaßen sich mit dem Finanzmanagement eines kontinentalen Bereichs.

Er ist Teil des Continental Finance Office, dem der Continental Finance Director vorsteht.

ORG FLAG BANKING OFFICER: Der einer Organisation angeschlossene FBO, der helfen soll, sie finanziell zu managen. Er untersteht dem Continental FBO.

SO-RESERVEN: Oft fälschlicherweise als "Flag-Reserven" oder "Management-Reserven" bezeichnet, was sie NICHT sind. SO-Reserven sind: Die über Ausgaben hinaus eingezogene Geldmenge, die von verschiedenen Einheiten (via FBOs und das Finanznetzwerk) an die Bankkonten der zentralen Reserven von Scientology-Körperschaften und -Treuändern geschickt wird. Es wird für die vom Vorstand oder Treuändern derartiger Institutionen und Treuhandfonds eingesetzten Zwecke verwendet und FÜR KEINEN ANDEREN ZWECK. Es wird normalerweise im Falle von Krisensituationen oder zur Behebung von Notständen gebraucht. Es sind KEINE Gewinne. Es handelt sich hier auch nicht um Subventionen für "Flag" oder "Management". Es ist kein Geld für Betriebskosten (Beispiele: gewaltige Beträge wurden für WW gebraucht, als es unter Beschuß lag, und auch, um 1970 den Zusammenbruch von PUBS aufzufangen).

ZENTRALRESERVEN: Über die Ausgaben hinaus eingezogene Beträge, die in Bankkonten von Scientology-Körperschaften und -Treuändern in Reserve gehalten werden. Oft Sea-Org-Reserven genannt.

INTERNATIONALE MANAGEMENT-EINNAHMEN: Der gesamte Betrag, der für Service vom International Management und Flag-Bureaux-Management eingenommen wird, sei es nun direkt bezahlt oder an Scientology-Reserve-Treuhandfonds. Es beinhaltet Gelder, die für von internationalen Ausbildungs-Organisationen gelieferte Ausbildung und Processing eingezogen wurden, sowie Rechnungen für Missions, Werbematerial usw. Ein Teil dessen wird zur Unterstützung von Managementoperationen abgestellt, der Großteil geht jedoch an die Zentralreserven.

INTERNATIONALE MANAGEMENTAUSGABEN: Die Gesamtheit aller Ausgaben für Aktivitäten des international Managements und Flag Bureaux, einschließlich Datenverkehr, Missions, Ausbildungsprogrammen, Werbung, Versorgung der Crew plus jegliche anderen Kosten von Einheiten, die in Verbindung mit internationalen Managementinstitutionen stehen und von ihnen unterstützt werden.

CLO-EINNAHMEN: Ein CLO wird mit Mitteln seiner nächstliegenden höheren Service-Organisation unterstützt, durch Tours- und FSC-Provisionen und den entsprechenden Services an Organisationen und andere Aktivitäten wie Ausbildung und Packs. Ein Maximum von 10% des CGI der höheren Organisation sollte mehr als genug sein, um das CLO zu unterstützen, da es wesentlich mehr aus anderen Einnahmequellen bekommen sollte, und wenn es als solches überhaupt gutes Management bietet, sollten die Einnahmen in dieser höheren Organisation hoch sein. Von einem CLO wird erwartet, daß es weit mehr an die SO-Reserven schickt, als es verbraucht.

CLO-AUSGABEN: Die Gesamtheit aller Ausgaben für den Betrieb des CLO und jeglicher ihm angeschlossener Einheiten, einschließlich Ausgaben für Missions und Datenverkehr.

OTL-EINNAHMEN: Das gleiche wie beim CLO. Es sollte mit einem Maximum von 10% des CGI seiner nächstliegenden höheren Organisation plus Tours- und FSC-Provisionen und Einnahmen für andere Services unterstützt werden, die den Organisationen seines Verantwortungsbereichs gegeben werden. Wenn es zu etwas taugt, wird es die nächstliegende höhere Organisation boomern und andere ebenfalls. Es muß andere auch boomern, damit diese wiederum die nächstliegende höhere Organisation speisen. Von ihm wird erwartet, daß es weit mehr zu den SO-Reserven schickt als es verbraucht

OTL-AUSGABEN: Das gleiche wie bei einem CLO, jedoch nur für die eigenen Ausgaben und die der ihm angeschlossenen Einheiten.

CLO/OTL-RESERVEN: Jegliche Reserven, die man örtlich durch Einsparung früherer Zuteilungen oder aus gegenwärtigen Zuteilungen aufbauen kann.

AUSGABEN DES CONTINENTAL FINANCE OFFICE: Die Ausgaben des Continental Finance Office werden von dem CLO getragen, dem es angeschlossen ist. Infolgedessen muß es dafür sorgen, daß der Verlauf von Finanzen reibungslos erfolgt. Es zieht Gelder für die SO-Reserven und für Managementeinheiten ein.

AUSGABEN DES ÖRTLICHEN FBO: Werden von der Organisation gezahlt, der der FBO angeschlossen ist. Der Org-FBO zieht Gelder für die SO-Reserven und für Managementeinheiten ein.

ÖRTLICHE ORGANISATIONSRESERVEN: Die von einer Organisation durch die Einsparung früherer oder gegenwärtiger Zuteilungen aufgebauten Reserven.

MASSGEBLICHE POLICY

Die maßgebliche Policy für Finanzen ist:

- A. ERARBEITEN SIE GELD.
- B. Kaufen Sie mehr erarbeitetes Geld durch Zuteilungen zum Ausgeben (Bohnen-theorie).
- C. Lasten Sie sich keine Ausgaben auf, die Ihre zukünftige Zahlungsfähigkeit übersteigen.
- D. Leihen Sie sich nie etwas aus.
- E. Beherrschen Sie die unterschiedlichen Organisationsarten und was sie tun.

- F. Beherrschen Sie den Geldverlauf nicht nur innerhalb einer Organisation, sondern auch unter den Organisationen, da Klienten sich nach oben bewegen.
- G. Verstehen Sie AUSTAUSCH von Wertgegenständen oder Service gegen Geld (P/L Führungsserien Nr. 3 und 4).
- H. Beherrschen Sie die korrekten Geldquellen für jede beliebige Aktivität.
- I. Überwachen Sie den gesamten Verlauf fortlaufend.
- J. ERARBEITEN SIE GELD.
- K. ERARBEITEN SIE MEHR GELD.
- L. SORGEN SIE DAFÜR, DASS ANDERE LEUTE SO PRODUZIEREN, DASS GELD ERARBEITET WIRD.

Ein kleiner Sack Bohnen wird ein ganzes Feld mit Bohnen erbringen. Machen Sie Ihre Zuteilung nur mit dem Gedanken daran, und verlangen Sie, daß Geld erarbeitet wird.

Ein Finanzmanagement, was diese Prinzipien nicht versteht und VERWENDET, gleicht einem Autofahrer, der nicht über die Technologie verfügt, ein Auto zu steuern. Er wird es entweder zu Schrott oder überhaupt nicht fahren und so oder so keinen Transport haben.

Geld ist eine Technologie. ES FLIESST. Obwohl ein Dollar wie der andere aussieht, kann er von völlig unterschiedlichen Stellen kommen und eine völlig andere Bedeutung haben.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Revision wurde geschrieben
auf Anforderung der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

Angenommen als offizielle
Kirchenpolicy von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

CSI:LRH: iw; Übers.: MJ/ST: mj
Übersetzung genehmigt vom LRH COMM EU

HCO-POLICYBRIEF VOM 13. März 1972

Wiederver-
vielfältigen

EstO-Serie Nr. 5

PRODUKTION UND EINRICHTUNG

BEFEHLE UND PRODUKTE

In einer Org findet man oft die Situation, nachdem man zu einem gewissen Grad Dev-T bewältigt hat, daß LEUTE BEFEHLE BRAUCHEN.

Jahrelang fragte ich mich, warum das so ist. Nun, ich habe es gefunden.

WENN LEUTE NICHT GANZ KLAR WISSEN, WAS IHRE PRODUKTE SIND, BRAUCHEN SIE FORTLAUFEND BEFEHLE.

Für den Einrichtungs-Beauftragten (Establishment Officer, EstO) wird dies am offensichtlichsten, wenn er versucht, Programm-Targets ERLEDIGT zu bekommen.

Einige Leute müssen immer wieder und wieder Befehle bekommen und bedroht und angebrüllt werden. Dann, in einer konfusen Art, machen sie dann ein Target, manchmal halb, manchmal fast alles.

Hinter dieser anscheinenden Leere liegt ein fehlendes Datum. Wenn es sich so mit ihnen verhält, wissen sie nicht, was ihr Produkt ist oder wozu es sich zusammensetzt. Oder sie denken, es ist etwas anderes oder sollte etwas anderes sein.

Diese Leere kann zu Overts einladen.

Es ist sehr selten, daß Bösartigkeit oder Groll oder Arbeitsverweigerung hinter dieser Untätigkeit liegt. Die Leute sind selten so.

Gewöhnlich verstehen sie nur nicht, was gewollt wird oder warum.

Weil sie eben nicht wissen, was ein PRODUKT ist.

Eine ganze Beratende Versammlung (Ad Council) einer Org, deren Statistiken abwärts gingen, war sogar unfähig, dieses Wort zu definieren.

Sie hatten Befehle, Befehle, Befehle verlangt, und sogar dann haben sie sie nicht ausgeführt.

DURCHSUCHEN DER HATS NACH BEFEHLEN

Ein Mitarbeiter, der Befehle benötigt, kann auch denken, daß jeder Befehl Policy ist und ewig gilt. Wenn Sie in Hat-Folders schauen, werden Sie sogar beiläufige Befehle der Art wie „Schließe

die Tür" finden, die gegeben wurden, um eine einmalige Situation zu bewältigen, die in einen STÄNDIGEN (fortwährenden) BEFEHL umgesetzt wurden, eine bestimmte Tür für immer geschlossen zu halten.

Ein EstO, der Hats einer Einheit durchschaut, kann sehr gut alle möglichen Arten solcher Seltsamkeiten antreffen.

Es ist eine Standard-Aktion eines EstOs, Hats durchzuschauen.

In Hats werden Sie aufbewahrte Mitteilungszettel finden, die spezifische Befehle geben, oder zitierte Bemerkungen anstelle von Niederschriften von dem, was jemand wissen muß, um ein Produkt zu produzieren.

In Auditoren-Hats wurde wie der Teufel an Anweisungen festgehalten, die für einen speziellen PC im Jahre 1960 gedacht waren, die niemals veröffentlicht wurden und von keinem Tonband und keiner korrekten Quelle kamen, so als ob sie auf jeden PC dieser Welt zutreffen würden!

Ein Tellerwäscher-Hat kann Befehle enthalten, nur nichts darüber, wie man Teller schnell und gut wäscht.

Das sind alles Anzeichen einer Einheit oder Aktivität, die nicht weiß, was ihre Produkte sind.

FEHLENDE ETABLIERUNG

Wo man eine Menge Befehle findet, die herumschwirren, wird man auch fehlende Etablierung durch Übergehen, Nichteinhaltung der Kommunikation-Kanäle sowie Mitarbeiter finden, die Befehle von jedermann annehmen, nur nicht von denen, die die Autorität dazu haben - jeder, der vorbeigeht, könnte ihnen Befehle geben.

Das kommt dann häufig vor, wenn eine Führungskraft ihren Posten nicht gut ausgefüllt hat.

Indem man diese Befehle zusammenzählt und herausfindet, woher sie kommen, kann man das Ungehörtsein der Mitarbeiter, ihre Org-Board-Schwächen und grundsätzlich ihre Unkenntnis über die Produkte feststellen.

HATTEN, UM DAS PRODUKT ZU BEKOMMEN

Wenn ein EstO hatten muß, um ein Produkt zu bekommen, dann muß ein EstO wissen, wie man „Produkte“ klärt.

Nun, ein EstO ist ein Einrichtungs-Beauftragter? Es gibt Produkt-Officers. Das Produkt eines EstOs ist die Einrichtung. Was macht er dann mit Produkten?

Nun, wenn er Mitarbeiter nicht hattet, damit sie Produkte bekommen, dann wird die Org im Aufruhr sein, unglücklich sein und Abwärtsstatistiken haben.

Produktion ist die Grundlage für Moral.

Gehattet-Sein ist die Grundlage der geistigen Gesundheit auf der Dritten Dynamik.

Aber wenn man nicht so HATTET, DASS MAN DEN MITARBEITER, DEN MAN HATTET, ZUM PRODUZIEREN BRINGT, DANN WIRD MAN HATTEN UND HATTEN, UND ES WIRD ALLES UMSONST SEIN. Die Person wird nicht gehattet bleiben, wenn sie nicht daraufhin gehattet ist, produzieren zu können.

Der Produkt-Officer sollte daran arbeiten, die Produkte hinauszubringen.

Wenn man also nicht hattet, um das Produkt zu bekommen, wird der Mitarbeiter zwischen zwei Sets von Befehlen hin- und hergezogen werden; dem des EstOs und dem des Produkt-Officers.

Nur wenn man hattet, um das Produkt zu bekommen, wird man Übereinstimmung von Produkt-Officers bekommen.

Wenn man in Nichtübereinstimmung mit Produkt-Officers ist, dann hattet der EstO nicht, um Produktion zu bekommen.

DER RICHTIGE WEG DAHIN

Es gibt einen richtigen Weg, um zu hatten. Alle anderen sind nicht richtig.

1. KLÄREN SIE, WAS DAS PRODUKT FÜR DEN POSTEN IST, UND HATTEN SIE VON DORT AUS.
2. HATTEN SIE VON DER SPITZE DER ABTEILUNG (ODER ORG) ABWÄRTS.

Dies sind die zwei richtigen Wege.

Alle anderen Wege sind falsch.

Diese beiden Punkte sind so wichtig, daß das Versagen eines EstOs oft auf eine Verletzung von ihnen zurückzuführen ist.

Sie können eine höhere Führungskraft erleben, die fuchsteufelswild wird und sich solange sträubt, gehattet zu werden, bis Sie dadurch hatten, daß Sie als erstes festlegen, was das Produkt ist. Wenn das PRODUKT zuerst angesprochen und abgeklärt wird, dann können Sie auch von der Spitze abwärts hatten.

Wenn das nicht gemacht wird, werden die Mitarbeiter nicht wissen, auf was sie zugehen und warum, und Sie werden dumme und ungewöhnliche Situationen erleben, wie: „OK, du bist der Einrichtungsbeauftragte. Nun, ich gebe auf. Die Abteilung hat zweieinhalb Stunden pro Tag Zeit für Einrichtung und dann mach, daß du hier rauskommst, damit wir etwas Arbeit erledigt bekommen ...!“ „Mensch, du hast diese Leute alle zum Stillstand gebracht, die Statistiken sind unten! Kannst du das nicht verstehen ...?“

Nun, wenn Sie Punkt eins und zwei oben nicht machen, werden Sie in die ungewöhnlichsten Durcheinander und „Lösungen“ geraten, von denen Sie jemals gehört haben, von Policy weit abweichen und als ein EstO an dem Punkt landen, wo Sie an Ihrem Schreibtisch sitzen und Verwaltungsarbeiten machen, statt in der Abteilung Ihre Arbeit auszuführen. Und ein EstO, der nicht in seiner Abteilung auf den Beinen ist und arbeitet, ist für keinen viel wert.

Sehen Sie also, wohin die grundlegenden Fehler führen, und

hatten Sie auf das Produkt hin, bevor Sie irgend etwas anderes tun, und

hatten Sie von der Spitze nach unten.

SCHRITTE, UM DAS PRODUKT ZU KLÄREN

Dies ist ein allgemeiner Ablauf der Reihenfolge, durch die das Produkt geklärt, erneut geklärt und wiederum geklärt wird.

Man kann für jede Führungskraft oder jeden Mitarbeiter eine Checkliste dafür aufstellen, und sie sollte auch mit dem Namen und Datum versehen sein und auch im EstO-Ordner dieser Person aufgehoben werden, damit diese Ihrem neuen EstO übergeben werden kann, wenn die Person aus der Abteilung versetzt wird, oder in die Personalakten abgelegt werden kann, falls Sie an einen anderen Ort geht.

1. Klären Sie das Wort PRODUKT. _____
2. Finden Sie heraus, was das Produkt oder die Produkte des Postens sein sollten. Erhalten Sie es, oder jegliche Anzahl von Produkten, voll und ganz dargelegt von der Person, nichts Oberflächliches. _____
3. Klären Sie das Thema Austausch (Exchange). (Siehe HCO PL 27. Nov. 71, Führungsserie Nr. 3, und HCO PL 3. Dez. 71, Führungsserie Nr. 4) _____
4. Austausch des Produktes innerhalb der Org. Für welchen Gegenwert? _____
5. Der Austausch des Gegenwertes nach außen hin, mit einer anderen Gruppe oder der Öffentlichkeit. Für welchen Gegenwert? (Die Person muß bei den obigen Aktionen zu F/N VGIs kommen, bevor man fortfährt, oder sie geht zu einem Auditor, um ihre Mißverständnisse oder Out-Rudimente absolut in Ordnung zu bekommen.) _____
6. Will sie das Produkt? Bereinigen Sie dies vollständig bis zu F/N VGIs, oder erhalten Sie nach E/S eine F/N, oder bringen Sie einen Auditor dazu, dies zu entwirren. _____

7. Kann sie die Produkte (von Punkt 2 oben) bekommen?
Wie wird sie es machen? Was muß sie dazu wissen?
Bringen Sie sie dazu, daß sie sich sattelfest über diesen Punkt fühlt. _____
8. Wird das Produkt in Mengen sein? Welche Menge? Ist das genug, um sich damit überhaupt zu befassen, oder sollte es in größerer Menge sein? Ist sie optimistisch? Was ist real? Was ist existenzsichernd? _____
9. Welche Qualität ist erforderlich? Was müßte sie tun, um das zu erreichen? Es in Mengen zu erreichen? _____
10. Kann sie andere dazu bringen, das Produkt oder die Produkte (wie in Punkt 2 oben) zu wollen? Was müßte sie tun, um dieses zu erreichen? _____
11. Wie passen ihre Produkte in die Einheit, Sektion, Unterabteilung oder Abteilung oder in die Org? Lassen Sie das alles zurückverfolgen. _____
12. Nun spüren Sie die Hindernisse und Barrieren auf, von denen sie glauben mag, daß diese im Weg liegen. Bekommen Sie heraus, was SIE dagegen tun kann. _____
13. Was muß sie haben, um ihr Produkt herauszubringen? (Warnung vor unvernünftigen Hindernissen ,Haben müssen, bevor etwas getan werden kann'.) _____
14. Hat sie nun das Gefühl, daß sie ihr Produkt oder ihre Produkte herausbringen kann? _____

Unterschrift des EstOs
oder Klärers

JETZT kann sie wirklich gehattet werden

OBERFLÄCHLICHES

Quickie-Handhabung ist ein sehr, sehr böser Fehler. „Quickie“ bedeutet, etwas hastig oder achtlos zu machen, eine Katzenwäsche; z.B. die Windschutzscheibe auf der Fahrerseite putzen, wenn man eigentlich daran arbeiten müßte, das ganze Auto sauber zu machen.

Deshalb machen Sie bitte den Schritt Produkt nicht „quickie“. Wenn es an jemandem dürftig gemacht wurde, haben Sie schon wieder auf Sand gebaut. Hatten wird nicht möglich sein.

Man wird diesen Terminal mit Befehlen überschütten müssen. Dev-T wird entstehen. Overt-Produkte werden vorkommen, keine guten Produkte. Und es wird sich nicht lohnen.

NICHTÜBEREINSTIMMUNG

Es kann eine Menge Nichtübereinstimmung zwischen Produkt-Officers und EstOs geben, auf welche Produkte drauflos gearbeitet werden sollte.

In einem solchen Fall oder in jedem Fall kann man eine Nicht-Übereinstimmungs-Prüfung von der Unterabteilung für Personal-Verbesserung machen lassen. (Die nachschauen sollten, wie man eine macht).

Dies ist ein etwas extremer Weg, um einen Streit zu schlichten, und sollte nur gemacht werden, wenn alles andere mißlingt.

Es ist das beste, wenn Sie das ganze Produktionsschema der Org mit der Person auseinandernehmen, ANGEFANGEN MIT DEM GRÖSSTEN PRODUKT DER ORG, UND BIS ZU DEM PRODUKT DER PERSON ZURÜCKGEHEN.

Fast immer wird es einen Outpoint im Gedankengang geben.

Eine Führungsperson, die nur GI möchte, kann eine Plage sein, da sie gegen das Gesetz des Austausches verstößt. Da eine Org gewöhnlich bezahlt wird, bevor sie liefert, ist es leicht, die Org durch Backlogs (Rückstände) in Schwierigkeiten oder in schlechtes Ansehen wegen ausstehender Lieferungen zu bringen. Eine Org, die fällige, aber noch nicht eingezogene Außenstände hat, hat vielleicht nicht geliefert. Aber Abteilung 3 kann aus irgend so einem Grund die Eintreibungen vernachlässigen, und wie würde die Org dann dastehen?

Band 0 des OEC-Kurses gibt vorzügliches Wissen, wie eine grundlegende Org arbeitet. Wenn man zu höheren Orgs geht, ist man von niedrigeren Orgs abhängig, ständig einen Zustrom hinauf zu ihnen zu erzeugen. (Siehe HCO PL 9. März 72, Ausgabe I, Finanz-Serie Nr. 11, „Flows und Linien für Einnahmen“).

Ein Studium von Band 0 des OEC und ein volles Verstehen der grundlegenden Flows und ein Anpassen dieser an höhere Orgs wird eine Menge von seltsamen Ideen über Produkte auflösen.

Der EstO muß sich sehr klar über diese Punkte sein, sonst könnte er die Person falsch hatten.

Gewöhnlich ist das jedoch sehr offensichtlich.

PRODUKT-OFFICERS

Leiter von Organisationen und Abteilungen mußten so lange organisieren, daß sie darin steckengeblieben sind.

Sie werden versuchen, dem EstO Befehle zu geben.

Das kommt daher, daß sie ihre Produkte nicht kennen, oder der EstO befolgt nicht die Punkte 1 und 2 oben und kennt sein eigenes Produkt nicht.

Der Produkt-Officer mag versuchen, den EstO als eine Art „Organisierungs-Officer oder „Programm-Officer“ zu behandeln, falls:

- A. der EstO nicht dafür gehattet ist, Produkte zu bekommen,
- B. der Produkt-Officer das Produkt nicht geklärt hat.

So geht es auf 1 und 2 zurück, wie zuerst oben erwähnt.

Sie können es jetzt überschauen und erkennen, daß Dev-T und Nicht-Existenzfähigkeit und Befehle vorkommen werden, wenn man diese beiden Dinge nicht tut.

Wo Sie also Dev-T und niedrige Statistiken haben und wo Befehle herumfliegen, kennen Sie eine Sache, die es lösen wird:

ETWAS WIRD IN BEZUG AUF PRODUKT AUSGEBÜGELT WERDEN MÜSSEN.

Wenn alles unmöglich aussieht, dann gehen Sie zu diesem Punkt und machen Sie sich bei 1 und 2 an die Arbeit.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:ne:rd; Übers.:MJ/LA:rg
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 18. MÄRZ 1972

Wiederver-
vielfältigen

EstO-Serie Nr.10

AKTEN

Die unbedeutende und vernachlässigte Angelegenheit namens Akten (engl. Files) ist häufiger die Ursache vom Niedergang eines Unternehmens, als Schreibtische, Räumlichkeiten und manchmal sogar Personal die Ursache dafür sind.

Da Aktenablage als eine routinemäßige Büroarbeit angesehen wird, schenken ihr Führungskräfte selten genug Aufmerksamkeit. Und dennoch ist die Ursache für den Niedergang der meisten Führungskräfte ein Mangel an Information und AKTEN.

Akten werden oft als ein Bereich von Extraarbeit auf den Schultern einer einzigen Person oder als eine Teilzeitaktion betrachtet. Dies ist die kostspieligste Einsparung, auf die eine Organisation sich einlassen kann.

Beispiel: Eine Organisation (Johannesburg in den frühen 60er Jahren), hatte keine Aktenschränke und keinen wirklichen Respekt vor Akten und verlor ununterbrochen ihre Zentralakten mit 6500 Mitgliedern. Die Organisation hatte weiterhin Einkommensschwierigkeiten.

Beispiel: Eine andere Organisation (Saint Hill in den 60er Jahren) ordnete Partikel nicht in die Rechnungsakten ein und hielt sie nicht auf den neuesten Stand und bezahlte ständig Gläubigern mehr, als sie mußte. Weil keine ordnungsgemäßen Buchhaltungsakten vorhanden waren, dachte man im Jahre 1964, man habe £ 1000 Schulden, obwohl es tatsächlich £ 22000 waren. Und glauben Sie mir, das verursachte durchaus Mehrarbeit für das Management!

Beispiel: Eine Organisation hatte ihr C/F nicht in Ordnung, und ihre Adressen waren demzufolge inkorrekt und die Adreßplatten waren nicht nach Zielgruppen gekennzeichnet. (AOLA 1971-72.) Das kostete Tausende von Dollar pro Woche wegen a) verschwendeter Werbung an falsche Adressen, b) einem niedrigen Rücklauf, was dann zu c) einem zahlungsunfähigen Verhältnis von Kassenstand/Rechnungen führte.

Ich könnte Ihnen noch viele weitere Beispiele geben. FSM-Programme schlugen fehl, weil es in den Unterabteilungen 18 keine richtigen Akten für FSMs gab und auch keine wirklichen Akten für Selektierungszettel. Man konnte nicht an die richtigen Zielgruppen Werbung betreiben, weil die Adreßplatten nicht dementsprechend markiert waren. Man konnte keine Lieferanten finden, weil es keine Einkäuferakten gab. Man konnte kein Personal bekommen, weil es keine Personalakten gab usw. usw.

Es gibt in einer Organisation eine MENGE von Akten. HCO PL 23. Febr. 70, DER WÖCHENTLICHE LRH-COMM-BERICHT, führt die meisten von ihnen auf.

DAS EINRICHTEN VON AKTEN

Der EstO (Einrichtungsbeauftragter) wird nur zu oft feststellen, daß die Funktion des Einrichtens und Aufrechterhaltens von Akten in der Hast und Eile, Produkte zu bekommen, übergangen wird. Er wird feststellen, daß Akten von hektischen Mitarbeitern durchwühlt und zerstört werden.

Er wird selten feststellen, daß Ablagen entsprechend Aufmerksamkeit geschenkt wird. Er wird sogar lokale und illegale Anordnungen vorfinden, wie z.B. diese: „Es wird viel zu viel Zeit mit Organisieren und viel zu wenig mit Produzieren verbracht. Sie müssen also einfach produzieren und nicht organisieren.“

Solche Leute bekommen die Statistik dieser Woche auf Kosten der nächsten Jahreseinnahmen!

Sie ordnen sogar an, Ablagen als „alt“ zu vernichten, anstatt Archive einzurichten.

Die Hälfte bis zu zwei Dritteln der Einnahmen einer Organisation kommen daher, daß man Zentralakten sowie Adreßplatten und FSM-Akten hat, die gut in Ordnung gehalten werden. Kreditwürdigkeit und korrekte Zahlung rührt zu einem großen Ausmaß von den Kontoakten her. PL- und HCOB-Akten bestimmen fast ausschließlich die Qualität von Ausbildung, Prozeßing und Verwaltung.

Akten sind also für eine Organisation IN FINANZIELLER HINSICHT LEBENSWICHTIG.

Anstrengungen, die nötigen Materialien und das nötige Personal für Ablagen zu stoppen oder damit zu geizen, muß entgegengewirkt werden. Dies ist der erste Schritt im Organisieren oder Einrichten von Ablagen.

Der nächste Schritt besteht darin, ein einfaches System zu benutzen, so daß man einmal eingeordnete Dinge wiederfinden kann.

Der nächste Schritt besteht darin, alles zu sammeln, was abgelegt werden muß, während man es gleichzeitig ablegt.

Der nächste Schritt ist das Vervollständigen der Akten (was gewöhnlich mit einem extra Arbeitseinsatz gemacht wird).

Der abschließende Schritt besteht darin, die Akten AUFRECHTZUERHALTEN, indem man Leute dort beschäftigt, die das machen, und indem man exakte Verfahren hat.

Wenn es überall in der Abteilung voneinander unabhängige Akten gibt, werden sie wahrscheinlich nicht mehr auf dem neuesten Stand gehalten, und es kann vorkommen, daß etwas verlorenght. Daher ist es das Beste, ABTEILUNGSAKTEN zu haben. Sie befinden sich gewöhn-

lich in der letzten Unterabteilung und der letzten Sektion der Abteilung. Gewöhnlich wird jede Art von Akte der Abteilung dort geführt.

Auf diese Weise können Sie ständig eine Person haben, die an den Akten der Abteilung arbeitet.

Im Kommunikationszentrum der Abteilung gibt es einen großen und tiefen AKTENABLAGEN-KORB.

Es gibt ein Logbuch für Ein- und Ausgänge, damit man feststellen kann, wo die Partikeln hingegangen sind. Dies kann eine große farbige Karte sein, die an die Stelle kommt, wo die herausgenommene Partikel war.

Über den Ablagen gibt es eine Reihe Fächer mit den Bezeichnungen A-Z, die zum Vorsortieren verwendet werden. Man muß also nicht bei jedem einzelnen Stück Papier, das man einordnet, die Aktenschränke öffnen und wieder schließen.

Das Personal, das mit Akten arbeitet, MUSS DAS ALPHABET VORWÄRTS UND RÜCKWÄRTS TOTAL AUS DEM EFFEFF BEHERRSCHEN. Dies ist eine der Hauptursachen für langsames oder falsches Ablegen.

Man kann ein oder zwei Stunden pro Tag eine All-Hands-Aktion in der Abteilung machen, um mit einem plötzlichen Inflow oder Arbeitsrückstand fertig zu werden.

Es gibt keine Akten für „Diverses“. Und es gibt auch keine Akte für Krims-Krams, „wo all das hineinkommt, wofür wir sonst keinen Platz haben“.

Das Büropersonal muß in der Lage sein, Dinge aus den Ablagen schnell herauszunehmen und auch schnell wieder einzuordnen.

Die Akten dürfen sich nicht zu weit entfernt von den Benutzern befinden (wie z.B. Briefregistratoren oder Buchhaltern), so daß diese durch die Verzögerung oder den Zeitverlust davon abgebracht werden, sie zu benutzen. Wo dies nämlich der Fall ist, fangen sie an, ihre eigenen unabhängigen Akten zu führen.

GEDÄCHTNIS

Eine Person ohne Gedächtnis ist psychotisch.

Eine Organisation ohne Akten hat kein Gedächtnis.

ESTOs

Ein EstO ist für das Organisieren, Einrichten und Aufrechterhalten von Akten verantwortlich, selbst wenn es einen Verantwortlichen für Akten gibt. Der Abteilungsleiter und die Unterabteilungsleiter haben die Kontrolle über die Akten und ihre Verwendung und über die Leute, die mit den Akten arbeiten. Dies enthebt den EstO jedoch nicht von der Pflicht, die Akten der Abteilung eingerichtet zu haben.

Wenn ein EstO nur diese eine Aktion mit den Akten gut machen würde, dann würden die gesteigerten Einnahmen der Organisation und die herabgesetzten Kosten seine eigene Bezahlung und die Bezahlung desjenigen, der mit den Akten arbeitet, mehr als genug ausgleichen.

AKTEN SIND FÜR EINE ORGANISATION WERTVOLL.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:nt:rd; Übers.:ST/MJ:rg
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm EU

Wiedervervielfältigen
Ethik

(Wiederherausgegeben, um dieses HCO PL als Teil der Auditoren-Verwaltungs-Serie einzuschließen.)

Auditoren-Verwaltungs-Serie Nr. 5

FALLÜBERWACHEN UND AUDITING OHNE FOLDER-STUDIUM

Ein Verlust von Bezahlung für zwei Wochen und eine Suspendierung von Zertifikaten sind die Strafe für jeden Fallüberwacher oder Auditor, die einen Fall wie folgt handhaben:

- (1) Ohne eine auf den neuesten Stand gebrachte Folder-Zusammenfassung (FS),
- (2) ohne daß eine FES auf das Auditing gemacht wurde und
- (3) ohne vorausgehendes Studium des Folders vor dem Fallüberwachen oder dem Auditing.
- (4) Wer für einen "Abschluß" auf jeglichem Grad Quickie-Auditing liefert oder dafür fallüberwacht.
- (5) Wer nicht für das Produkt eines vollen und vollkommenen PC-Abschlusses auf diesem Grad arbeitet.
- (6) Wer eine Statistik oder ein Worksheet fälscht.

Für Fallüberwacher müssen FES-Einheiten vorhanden sein, um Folder zu FESen.

WIR MÜSSEN MIT ALLEN QUICKIE-TENDENZEN BEI FALLÜBERWACHERN UND AUDITOREN SCHLUSS MACHEN.

Das Verfehlen eines vollen und vollkommenen PC-Abschlusses auf jeglichem Grad kann uns unsere Freunde kosten.

Bonusse an Fallüberwacher und Auditoren dürfen nur bezahlt werden bei 25 SESSION-STUNDEN ODER MEHR PRO WOCHE, PLUS EINEM GERINGEREN BONUS FÜR ADMIN-ZEIT, DIE OHNE SESSION-STUNDEN NICHT GÜLTIG IST.

KEINE Bonusse jeglicher Art dürfen von nun an Fallüberwacher oder Auditoren für "Abschlüsse" gezahlt werden, da dies zu Quickie-Aktionen führt, welche die dem Auditing innewohnende Macht verringern.

Auditing kann Wunder bewirken. Aber nur in EHRlichen HÄNDEN.

Im Fall einer falschen Anschuldigung kann ein Komitee der
Beweisaufnahme verlangt werden, und es muß gewährt werden.

L. RON HUBBARD
Gründer

Angenommen
als offizielle
Kirchenrichtlinie

von der

CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:mes.rd.cn; Übers.:CN/MJ/ST/RK:mb.mj
Übersetzung genehmigt vom I/A Off CLO EU

HCO-POLICYBRIEF VOM 12. JUNI 1972

Wiederver-
vielfältigen

Daten-Serie Nr. 26

EstO-Serie Nr. 18

ZEITDAUER DER AUSWERTUNG

Man wird feststellen, daß lange Zeitperioden, die für die Durchführung einer Auswertung gebraucht werden, in jedem Falle auf EIN INDIVIDUELLES WARUM FÜR DEN JEWEILIGEN AUSWERTER zurückverfolgt werden können.

Diese Warums können jedoch in die folgenden Kategorien von Warums zusammengefaßt werden.

Diese Liste wird von einem Scientology-Auditor an einem E-Meter assessiert. Die Handhabungs-Anleitungen, die bei jedem der Punkte angegeben werden, sind Bezeichnungen für Auditing-Aktionen, wie sie von einem Scientology-Auditor durchgeführt werden und sind hier in den Symbolen angegeben, die er benutzen würde.

1. Mißverstandene Wörter. _____

(Wird gehandhabt mit Wortklären, [Methode 1 und Methode 4 der Wortklärungsserie].)

2. Unfähigkeit zu studieren und eine Unfähigkeit, die Materialien zu lernen. _____

(Wird gehandhabt durch eine Studier-Korrektur-liste, HCOB 4. Febr. 72)

3. Outpoints im eigenen Denken. _____

(Wird gehandhabt durch das, was als eine HC-Liste [Hubbard Consultant List - Hubbard-Beraterliste], HCOB vom 28. Aug. 70, bezeichnet wird.)

4. Persönliche Out-Ethik. _____

(Setzen Sie den Policybrief 3. Mai 72 ein, durch einen Auditor angewendet. Umfaßt zwei Listen vom Listing-und-Nulling-Typus.

5. Macht etwas anderes. _____

(2-Weg-Kommunikation über P/L 3. Mai 72 oder Umorganisierung.)

6. Ungeduldig oder gelangweilt übers Lesen. _____

(Superliteratentum muß erreicht werden. LRH-Führungsanweisung 178 International.)

7. Weiß nicht, wie man Statistiken abliest, weiß also nicht, wo er anfangen soll. _____

(Er hat zu lernen, wie man Statistiken abliest, und zwar anhand der Policybriefe über Management nach Statistiken.)

8. Kennt die Szene nicht. _____

(Muß durch direkte Beobachtungen Vertrautheit erwerben.)

9. Liest in einem fort weiter, weil er nicht weiß, wie man es handhabt und zögert die Sache hinaus. _____

(Muß in der tatsächlichen Handhabung gedrillt werden und Superliterat werden.)

10. Fürchtet sich davor, Verantwortung für die Folgen zu übernehmen, wenn es verkehrt ist. _____

(HCOB 10. Mai 72, Robotismus. Wenden Sie dies an.)

11. Berichtet falsch. _____

(Ziehen Sie sämtliche Withholds und schädlichen Handlungen zu den Thema.)

12. Vermutet das Warum, bevor er anfängt. _____

(Stufe IV, Service-Faksimile, Tripel-Auditing.)

13. Fühlt sich dumm darüber. _____

(Steigern Sie den IQ durch allgemeines Processing.)

14. Hat andere Absichten. _____

(Auditieren Sie ihn auf L9S¹ oder Expanded Dianetik.)

15. Hat andere Gründe, die im Obigen nicht enthalten sind. _____

(Listing und Nulling bis zum Blowdown-F/N-Item auf der Liste.)

16. Hat Withholds darüber. _____

(Bringen Sie sie herunter.)

¹L9S: heute L11. (Anm. d. Übers.)

17. Es sind bei ihm falsche Gründe gefunden worden. _____
(C/S-Serie 78.)
18. Nicht an Erfolg interessiert. _____
(P/L 3. Mai 72 und dann weiterverfolgen, wie
oben unter Punkt 14.)
19. Irgendein anderer Grund. _____
(Finden Sie ihn durch 2-Weg-Kommunikation)
20. Von vornherein keine Schwierigkeiten. _____
(Zeigen Sie dies der Person an.)

Wenn diese Liste assessiert wird, kann man mit Leichtigkeit entdecken, warum die Person mit der Daten-Serie oder mit deren Anwendung Schwierigkeiten hat. Wenn diese Gründe gehandhabt sind, kann man dann die Serie noch einmal studieren lassen und wortklären lassen und noch einmal studieren lassen, und man wird feststellen, daß Auswertungen viel leichter durchzuführen sind und viel rascher gemacht werden.

L. RON HUBBARD
Gründer

LRH:ne:rd:nf;
Übers.:EJ/LA:rg
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO-POLICYBRIEF VOM 13. JUNI 1972

Wiedervervielfältigen

Esto-Serie Nr. 19

PROGRAMMDRILL

Die meisten Leute können kein schriftliches Programm befolgen. Jedoch sind alle gültigen Projekte in Programmform abgefaßt.

Die Gründe dafür sind verschieden. Aber wenn Programme nicht verstanden sind, können gegenteilige Anweisungen erfolgen, man kann sie vernachlässigen oder halb erledigt auf sich beruhen lassen, und ehe man sich versieht, hat man einen Arbeitsrückstand (HCO PL 26. Jan. 72, Ausgabe I, NICHT ERLEDIGTES, HALB ERLEDIGTES UND ARBEITSRÜCKSTÄNDE).

Es können (und in der Regel ist das der Fall) andere Situationen vorliegen, die die Durchführung eines Programms verhindern. Unethisches Verhalten (PL 3. Mai 72), PTS oder SP (PL 5. Apr. 72), Mangel an Verstehen über ein Produkt oder Austausch, ein unbesetzter oder unterbesetzter Bereich sind die häufigsten Ursachen. Aber wenn all dies gehandhabt worden ist, kann es zwei weitere Gründe geben - das geschriebene Projekt ist selbst festgefahren, so daß es nicht ausgeführt werden kann (eine spezielle Ausrüstung oder Finanzierung ist vonnöten, oder es weist Schwachstellen auf oder ist unzutreffend), oder DIE BETREFFENDEN PERSONEN KÖNNEN EINFACH KEIN PROJEKT AUSFÜHREN. Der erstere dieser Gründe wird nur zu gern als Entschuldigung für den letzteren hergenommen, DER IN DER REGEL DER ZUTREFFENDE GRUND IST. Sie sind nicht in der Lage, ein Projekt auszuführen und ziehen gegenteilige Anweisungen vor, weil die Ordnungsmäßigkeit eines Projektes, oder was es sonst ist, nicht verstanden wird. Daher haben wir, um das zu handhaben, die folgenden Projektdrills.

Man hat sie einfach ehrlich, jedes Projekt von Target 1 angefangen, durchzuführen.

DUMMY-PROJEKT 1

ZIELSETZUNG: Zu lernen, ein Projekt durchzuführen.

MAJOR TARGET: Seine Ausführung.

PRIMARY TARGETS:

1. Lesen Sie dieses PL bis zu "DUMMY-PROJEKT 1".
2. Haken Sie jeden Punkt ab, sobald er getan ist.

VITAL TARGETS:

1. Seien Sie ehrlich bei der Durchführung des Projekts.
2. Führen Sie es vollständig durch.

OPERATING TARGETS:

1. Ziehen Sie Ihren rechten Schuh aus. Schauen Sie sich seine

Sohle an. Stellen Sie fest, was an ihr haftet. Ziehen Sie ihn wieder an.

2. Gehen Sie einen Schluck Wasser trinken.

3. Nehmen Sie ein Blatt Papier. Zeichnen Sie drei konzentrische Kreise darauf. Drehen Sie es um. Schreiben Sie Ihren Namen auf die Rückseite. Zerreißen Sie es, und legen Sie die Fetzen in ein Buch.

4. Ziehen Sie Ihren linken Schuh aus. Schauen Sie sich seine Sohle an. Stellen Sie fest, was an ihr haftet. Ziehen Sie ihn wieder an.

5. Finden Sie jemanden, und sagen Sie Hallo zu ihm. Kommen Sie zurück, und schreiben Sie eine Mitteilung an Ihren eigenen Posten, wie die Leute es aufgenommen haben.

6. Schreiben Sie eine Mitteilung in ordnungsgemäßer Form gemäß Band 0 des OEC von Ihrem Posten an sich selbst, wobei Sie die Art und Weise korrigieren, wie Sie die Mitteilung in Punkt 5 oben geschrieben haben. Ordnen Sie sie in Ihre Hat-Akte ein.

7. Ziehen Sie beide Schuhe aus, schlagen Sie die Absätze dreimal gegeneinander, und ziehen Sie sie wieder an.

8. Schreiben Sie eine Liste von Projekten in Ihrem Leben, die Sie unvollständig gelassen oder nicht gemacht haben.

9. Schreiben Sie auf, warum das so war.

10. Überprüfen Sie dieses Projekt sorgfältig, um sicherzustellen, daß Sie alles ehrlich gemacht haben.

11. Erstellen Sie eine Liste Ihrer Erkenntnisse, wenn Sie während der Durchführung dieses Projektes welche hatten.

12. Entscheiden Sie, ob Sie dieses Projekt ehrlich durchgeführt haben.

13. Übergeben Sie alle schriftlichen Unterlagen, einschließlich der Fetzen in dem Buch, mit einer ordnungsgemäßen Mitteilung über den Abschluß des Dummy-Projekts 1 als Deckblatt Ihrem Esto oder Vorgesetzten.

ENDE DES PROJEKTS

DUMMY-PROJEKT 2

ZIELSETZUNG: Etwas über Produktion zu lernen.

MAJOR TARGET: Tatsächlich etwas zu produzieren.

PRIMARY TARGETS:

1. Beschaffen Sie sich einen Bleistift und 5 Blätter Papier.
2. Suchen Sie sich einen Platz, wo Sie dieses Projekt durchführen können.

VITAL TARGETS:

1. Lesen Sie ein Operating target, und seien Sie sicher, daß Sie es vollständig ausgeführt haben, bevor Sie weitergehen.
2. Produzieren Sie tatsächlich, was verlangt ist.

OPERATING TARGETS:

1. Machen sie einen geschäftigen Eindruck, ohne tatsächlich irgend etwas zu tun.
2. Machen Sie es noch einmal, seien Sie diesmal jedoch sehr Überzeugend.
3. Arbeiten Sie das wertvolle Endprodukt Ihres Postens aus. Erhalten Sie nach Bedarf Hilfe von Ihrem Esto oder Vorgesetzten.
4. Bringen Sie Ordnung in die Papiere Ihres Eingangskorbes.
5. Nehmen Sie Blatt 1 gemäß obigen Primary targets. Schreiben Sie auf, ob Punkt 4 Produktion war oder nicht.
6. Gehen Sie Ihren Eingangskorb durch, und finden Sie ein Papier oder eine Mitteilung, die in keiner Weise dazu beiträgt, daß Sie Ihr eigenes Produkt zustande bringen.
7. Beantworten Sie es.
8. Nehmen Sie sich das zweite, im Primary target verlangte Blatt. Schreiben Sie auf, warum die Aktion in Punkt 7 vollkommen vernünftig ist.
9. Nehmen Sie das dritte Blatt Papier, und zeichnen Sie die korrekten Kommunikationslinien Ihres Postens auf.
10. Bringen Sie ein Produkt Ihres Postens zustande, vollständig und von hoher Qualität.
11. Liefern Sie es.
12. Schauen Sie sich noch einmal die Operating targets an, und stellen Sie fest, bei welchem Sie sich am besten gefühlt haben.
13. Nehmen Sie das vierte Blatt Papier, und schreiben Sie auf, warum Produktion die Grundlage von Moral ist oder warum nicht.
14. Nehmen Sie das fünfte Blatt Papier, verwenden Sie es als Deckblatt, und schreiben Sie eine Zusammenfassung des Projektes.
15. **Machen Sie sie sich klar, daß Sie ein Projekt abgeschlossen haben.**
16. Liefern Sie das gesamte Projekt einschließlich Unterlagen bei Ihrem Esto oder Vorgesetzten ab.

ENDE DES PROJEKTS

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO-POLICYBRIEF VOM 15. JUNI 1972R
REVIDIERT AM 24. JANUAR 1983

Wiedervervielfältigen

(Hebt auf BPL 15. Juni 72, PR-Serie Nr. 11, PR-GEBIETSKONTROLLE, DIE DREI STUFEN VON PR, was die falsche Ausgabenart war. Diese Ausgabe stammt von einer LRH-Konferenz.)

PR-Serie Nr. 11R
PR-GEBIETSKONTROLLE
DIE DREI STUFEN VON PR

Dies sind die drei Stufen von PR:

Perfekte PR: GUT PUBLIZIERTE, ORDENTLICHE ARBEITEN.

Unzulängliche PR: ORDENTLICHE ARBEIT, DIE FÜR SICH SELBST SPRICHT.

Feindliche PR: FALSCH PUBLIZIERTE, SCHLECHTE ARBEIT.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Auszug aus Unterlagen Diana Hubbards
zu einer LRH-Konferenz

Angenommen als
offizielle Policy der Kirche
von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

CSI:LRH:sk; Übers.../MJ:mj
Übersetzung genehmigt vom LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 25. JUNI 1972
WIEDERHERAUSGEGEBEN AM 14. FEBRUAR 1984

Wiederver-
vielfältigen
Touren-Hats
ARC-Break-Registrare
EstOs

WIEDERGEWINNEN VON STUDENTEN UND PCs

ARC-Break-Registrare und Touren-Personal (aber auch Ethik-Officers) stoßen auf Studenten und PCs, die aus der Org geblowt (abgehauen) sind.

Für dieses Personal ist es von großem Interesse, sie wiederzugewinnen und zurück auf die Linien zu bringen.

Erstens verderben sie das Feld, und zweitens KANN JEDER WIEDER HEREINGEBRACHT WERDEN.

Wenn Sie sie umherlaufen lassen, werden sie Ihre Interessenten vergraulen.

Und ihre Freunde wird es sehr verwundern, wenn diese Leute, die bisher herumgemeckert haben, plötzlich auftauchen (nachdem sie in Ordnung gebracht worden sind) und sagen: „Jetzt ist alles klar. Das sind tolle Leute.“

Weil die Tech wirklich funktioniert, ist dies leicht zu erreichen. Tief drinnen wissen sie, daß wir die Antwort tatsächlich haben. Sie sind darüber beunruhigt, daß es anscheinend verweigert wird, die Tech bei ihnen anzuwenden.

Schlechte, ungewöhnliche Überwachung, schlecht ausgebildete Auditoren und fehlendes Cramming in der Org stellt sich Ihnen in den Weg. Deshalb ist es Ihr vorrangiges Anliegen, daß die Tech, sowohl auf den Kursen als auch im Auditing, in Ordnung ist.

STUDENTEN

Studenten, die im Kursraum herumdösten, meckerten oder sich aufregten, sind dafür bekannt, daß sie blowen (überstürzt weggehen).

Aber Studenten, die zu oft unterbrochen wurden, obwohl sie F/Nten, könnten auch blowen! Wegen eines „Withhold von nichts“.

Diese Punkte – „keine Hilfe vom Überwacher“ und „zu oft unterbrochen“ – müssen BEIDE überprüft werden, um geblowte Studenten zurückzubekommen.

ARC-Break-Registrare und Touren-Personal treffen auf diese geblowten Studenten. Sie müssen wissen, wie man dies in Ordnung bringt.

Es gibt fünf Hauptgründe für einen Blow:

1. Mißverständene Wörter (oder fehlendes Material).
2. Keine Hilfe oder kein Methode-4-Wortklären durch den Überwacher (oder gar kein Überwacher).
3. Einmischung durch die Überwacher, die sie am Weiterkommen hinderten.
4. Persönliche Out-Ethik, die zu einem Withhold wurde.
5. Ist einfach hinausbefördert worden, aus Gründen, die nur der liebe Gott oder der Registrar kennt (wie etwa zu sagen: „Sie müssen jetzt erst Methode 1 kaufen“ und somit die Regel „Wir liefern, was wir versprechen“ verletzen.)

Einmischung und hinausbefördert zu werden sind die Gründe, die Sie am wenigsten vermuten. Beide bringen eine Menge HE & R (menschliche Emotion und Reaktion) hervor.

Die Gründe, aus denen die meisten PCs blowen, sind:

1. Out-Listen
2. Kein Auditing
3. Abwertung des Falles oder der Gewinne
4. Es wurde ihnen gesagt, sie hätten es erreicht, als es nicht so war.

Dabei erzeugen die Out-Listen (zu lange gelistet oder falsche Items) das phänomenalste HE & R. Man muß es mit einer „L4B“ reparieren.

„Kein Auditing“ schließt ein, wenn jemand zu Ethik oder (auf Solo) zu Cramming geschickt oder einfach aufgehalten wird. Die Abhilfe ist, das zu liefern, was versprochen wurde.

Abwertung des Falles oder der Gewinne schließt auch mit ein, dazu gebracht zu werden, über einen Gewinn hinwegzugehen. Dies wirkt wie eine Abwertung. Einige PCs, die es erreicht haben, bleiben von diesem Punkt an stecken, weil es sie niemand bescheinigen ließ. Die Abhilfe ist, daß es bescheinigt wird.

Wenn ihnen gesagt wird, sie hätten es erreicht, obwohl es nicht so ist, dann fühlen sie sich von jeglicher weiteren Hilfe ausgeschlossen. Die Abhilfe ist, es zu reparieren, indem man das „unterdrückt“ herunterbekommt und dann den Rest der Aktion in der Org abschließt.

UM IRGEND ETWAS DAVON IN ORDNUNG ZU BRINGEN, MUSS IHNEN KLAR SEIN, DASS DIE TECH SOWOHL BEIM STUDIEREN ALS AUCH IM AUDITING TATSÄCHLICH FUNKTIONIERT.

Es müssen die größten Fehler vorhanden sein, wenn sie nicht funktioniert.

Auditoren können zum Auditieren ausgebildet werden und können auditieren. Aber irgendein SP in einer Org kann eine Out-Tech-Anweisung durchsetzen lassen, wie: „Auditoren dürfen im Cramming kein TR 0 machen, da es ihren Fall durcheinanderbringt.“ (Dies ist eine ausgemachte Lüge und wurde gerade als Grund herausgefunden, weshalb es in New York schlechte Tech und niedrige Statistiken gab.)

AKTION

Wenn man einen geblowten Studenten oder PC handhabt, kann man die oben angegebenen Punkte am E-Meter assessieren. Oder Sie lernen sie einfach auswendig und fragen sie ab, und Sie bekommen auf der Stelle den wahren Grund.

Das Ziel ist es, den Studenten wieder auf die richtige Bahn zu bekommen.

Alle oben angegebenen Punkte sind gültig.

Man kann Auditingfehler sehr schnell handhaben, indem man eine KOSTENLOSE ÜBERPRÜFUNG DES AUDITINGS anbietet und dabei das HCOB 31. Dez. 71, rev. 16. Mai 72, C/S-Serie Nr. 53RC, benutzt. Am Ende unter Abschnitt „L“ fügt man „kein Auditing“ hinzu. Und ein guter Auditor (der gute TRs hat und ein E-Meter gut ablesen kann) assessiert es bei dem geblowten oder aufgebrauchten PC.

Eines oder mehrere dieser Items werden einen Long-Fall-Blow-down ergeben. Sie zeigen dies dem PC an. Sie handhaben es nicht. Sie sagen einfach: „Der Grund, warum Sie aufgebracht waren, ist (was auch immer einen Read ergeben hat).“ Der PC sollte sich plötzlich erstaunlich besser fühlen.

Bei einer KOSTENLOSEN ÜBERPRÜFUNG sollen Sie NICHT versuchen, es weiter zu auditieren. Sie sagen dem PC, er solle in die Org gehen, damit jetzt alles in Ordnung gebracht werden kann.

Leiten Sie das assessierte Blatt weiter: „An den PC-Folder von (Name des PCs). IM FOLDER ABZULEGEN FÜR DIE ERSTE AUDITING-AKTION“, und unterschreiben Sie es.

Die oben angegebenen Checklisten können in einem Gespräch mit dem Studenten durchgeführt werden. Verwenden Sie nicht gleichzeitig die C/S 53RC und die PC-Checkliste, denn die Punkte der PC-Checkliste sind in der C/S 53RC enthalten.

Der Unterschied ist, daß die C/S 53RC von einem Auditor durchgeführt werden muß. Die andere Liste kann in einer zwanglosen Zweiweg-Kommunikation durchgeführt werden.

Wenn man Studenten oder PCs am Telefon hat, die ARC-Breaks haben, kann man diese beiden Checklisten verwenden.

Sea-Org-Missions haben ein anderes Verfahren mit Erfolg angewendet. Sie sagen; daß sie hier sind, um die Org in Ordnung zu bringen und sie zu einem sicheren Ort zu machen. Die Reaktion ist sehr erfreulich.

DIE ÖFFENTLICHKEIT HASST ES WIE DIE PEST, WENN IHNEN DIANE-TIK UND SCIENTOLOGY VORENTHALTEN WERDEN.

Schließlich reichen Sie ihnen ja ihr zukünftiges Glück auf einem Silbertablett.

Gehen Sie solchen Leuten nicht einfach aus dem Weg. Machen Sie sich erst gar nicht die Mühe, sich das Gemecker anzuhören. Das Obige sind die Gründe.

Dadurch werden Sie der Situation Herr.

Das sollten Touren, ARC-Break-Registrare und Auditoren auch sein.

Ich erinnere mich an einen alten Knaben, der als Org-Mitarbeiter (SH) abgehauen war und jeden haßte. Er blieb jahrelang weg. Ein Auditor-Student, der ihn zufällig kennengelernt hatte, schnappte sich ein E-Meter und brachte Stufe III (Veränderung und ARC-Break) bei ihm herein. Und zack - da war er wieder und schrieb mir, wie großartig alles war!

Schlechte Überwachung, schlecht ausgebildete oder nachlässige Auditoren oder Verwaltungspersonal, das Fehler macht, bereiten uns eine Menge Ärger. Aber die große Mehrheit der Org-Mitarbeiter machen es sehr gut. Machen Sie also die Org nicht fertig. Machen Sie jene unbeliebt, die Fehler machen. Und bringen Sie die Leute wieder herein, bei denen Fehler gemacht worden sind. Es gibt keine miesen PCs oder üblen Studenten.

ETHIK-AKTION

Wann immer Sie so jemanden finden, sollten Sie einen kurzen Bericht schreiben. Eine Kopie geht als Wissensbericht an den Ethik-Officer der Org. Die andere geht an FLUB CATCH CONTROL, TRAINING AND SERVICES FLAG („Patzterfangkontrolle, Ausbildungs- und Dienstleistungsbureau, Flag“).

Sie müssen angeben, wann, wer und was es war.

Dann kann sich die Org selbst und Flag darum kümmern und den Mißstand korrigieren.

ZUSAMMENFASSUNG

Wenn Sie diese Punkte kennen, gibt es keine geblowten Studenten oder PCs, die Sie nicht wieder hereinbekommen oder wieder einschreiben können.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Als offizielle Richtlinie
der Kirche angenommen von der

CSI:LRH:nt:iw; Übers.:ES/LB:lb
Übersetzung genehmigt
vom LRH Comm New Era

CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 23. JULI 1972RA
REVIDIERT AM 20. DEZEMBER 1978
ERNEUT REVIDIERT AM 24. NOVEMBER 1985

Wiederver-
vielfältigen

(Dieser PL wurde 1978 von einem anderen revidiert, der die grundlegende Reihenfolge von Hatting abänderte und somit in einigen Orgs Verwirrung darüber stiftete, was genau die korrekte Reihenfolge von Hatting ist. Diese Ausgabe wurde jetzt korrigiert, um die grundlegende Reihenfolge von Hatting genau widerzuspiegeln.)

(Revisionen in dieser Schriftart.)

EstO-Serie Nr. 23RA

Führungs-Serie Nr. 15RA

Organisierungs-Serie Nr. 31RA

DIE ABSOLUTE NOTWENDIGKEIT VON HATTING

Bei einer Statistikkurven-Analyse von vergangenen Statistiken stellte sich heraus, daß meine Kampagne über Hatting, wobei ein Hat ein Checksheet und ein Pack war, offensichtlich ein ständiges Ansteigen der internationalen Bruttoeinnahmen (GI) einleitete.

Als ich dies ausführlicher studierte, entdeckte ich eine neue, grundlegende und einfache Tatsache:

HATTING = KONTROLLE

Jemand, der gehattet ist, kann seinen Posten kontrollieren.

Wenn er seinen Posten kontrollieren kann, dann kann er seine Position im Raum halten - kurz, er kann seinen Standort halten. Und das ist Power (Macht).

Wenn jemand unsicher ist, dann kann er seinen Posten nicht kontrollieren, dann kann er seine Position nicht kontrollieren. Er fühlt sich schwach. Er ist langsam.

Wenn er seinen Posten und die Aktionen seines Postens kontrollieren kann, dann fühlt er sich sicher. Er kann effektiv und schnell arbeiten.

Der entscheidende Punkt ist KONTROLLE.

Kontrolle ist die Fähigkeit zu STARTEN, zu VERÄNDERN und zu STOPPEN.

Wenn jemand gehattet ist, dann kennt er die Technologie, wie man Dinge HANDHABT. Daher kann er sie kontrollieren. Er ist UR-SACHE über seinen Bereich.

Wenn Sie eine Org haben, die sich nur aus schwachen, wackeligen Posten zusammensetzt, dann neigen diese dazu, übereinander zusammenzubrechen. Es gibt da keine POWER.

Die Org kann demnach nicht URSACHE über ihre Umgebung sein, weil sie sich aus Teilen zusammensetzt, die nicht Ursache sind. Das Ganze ist nur die Summe seiner Teile.

Wenn jeder einzelne der Teile Ursache ist, dann wird das Ganze URSACHE über seine Umgebung sein.

Nur eine Org, die URSACHE ist, kann hinausgreifen und KONTROLLIEREN.

Daher kann eine Org, die vollständig gehattet ist, Ursache über ihre Umgebung sein, sie kann hinausgreifen, und sie kann ihr Schicksal und ihr Glück kontrollieren.

DAHER SIND DIE PRIMÄREN PLANZIELE EINES ESTOS FOLGENDE:

- A. EINE EINGERICHTETE FORM DER ORG und
- B. VOLLSTÄNDIG GEHATTETES PERSONAL.

DIE GRUNDLEGENDE REIHENFOLGE VON HATTING

1. Rekrutiert oder eingestellt. *Unterschreibt einen Vertrag.*
2. *Temporär als HCO-Expediter auf Posten gesetzt, mit tatsächlichen Pflichten auf einem Posten in der Org.*
3. *Instant-Hatting für den zugewiesenen Posten.*
4. Personal-Status Null.
5. *Mini-Hat, wenn die zugewiesene Arbeit als Expeditor eine länger dauernde Aufgabe und nicht bloß eine kurzfristige Aufgabe ist. (Vgl.: HCO PL 2. Nov. 80 I, Organisierungsserie Nr. 58, HATTING AUF RICHTIGE WEISE, und HCO PL 23. Sept. 80 I, MINI-HATTING)*
6. Personal-Status I.
7. Personal-Status II.
8. *Qualifiziert für Studieren oder Auditing (ODER für Mitarbeiter-Services oder -Studium).*
9. Er erhält jetzt einen anderen Posten als den eines HCO-Expeditors.

10. Vollständiges Hatting mit einem Checksheet und einem Pack, *vollständig gemacht* mit Wortklären Methode 6, Methode 7, Methode 9, Methode 3 und Methode 4.
11. Muß eine Statistik haben und demonstriert haben, daß er auf Posten produziert hat.
12. *Reinigungs-Rundown.*
13. Objektive Prozesse, CCHs, 8-C, S-C-S, Havingness, usw.
14. *Scientology-Drogenrundown (wenn erforderlich).*
15. Methode-1-Wortklären, *Studenten-Hat.*
16. Verwaltungs- oder technische Ausbildung (OEC oder Auditing).

Flag-Orders in der Sea-Org könnten diesen Aufbau leicht verändern, aber im Grunde ist es der gleiche.

Niemand sollte irgendeine andere Ausbildung erhalten und schon gar nicht Vollzeitausbildung erhalten, bevor er Schritt 13 oben erreicht hat.

Nachdem ein Mitarbeiter Personal-Status Null abgeschlossen hat, darf er PTS-Handhabungen erhalten und das PTS-Checksheet studieren, und er darf auch Assists in Notfällen erhalten. Er darf einen Mini-Hat machen. Er darf auch von Studenten und TTC-Mitgliedern auditiert werden, wenn er steigende Statistiken hat.

Es sind Zeitbegrenzungen festgelegt, wie lange es dauert, Personal-Status I und Personal-Status II zu machen. Jemand, der dies nicht schafft, wird zur Qualifikationsabteilung geschickt, wo er entlassen wird und wo man ihm einen Ratschlag gibt, wie er sich auf eine erneute Einstellung vorbereiten kann. (In der Sea-Org ist dies ein Fitness-Board, ein „Tauglichkeitsausschuß“.)

LANG ERPROBT

Das Obige ist der Weg, der lange getestet worden ist und für gut befunden wurde.

Andere Wege haben NICHT funktioniert.

Jemandem gleich zu Anfang eine Vollzeit-Ausbildung zu gewähren ist töricht. Die Person mag dann vielleicht ausgebildet sein, aber sie wird niemals ein Mitarbeiter sein. Dies ist das größte Versagen mit Auditoren - sie kennen die Org nicht. Verwaltungsausbildung, ohne daß man Erfahrung mit einer Org hat, womit man die gelernten Daten verbinden kann, ist Zeitverschwendung.

Auf diese Weise haben wir jede große Org aufgebaut, und wenn dies nicht befolgt wurde, dann wurde die Org weit weniger machtvoll.

Die Oldtimer sprechen noch von diesen großen Orgs in ihren großen Tagen. Und sie werden ihnen alles über die Org-Boards und das Durchführen von Hatting, das damals vor sich ging, erzählen. Und wie der Beauftragte für Hatting in HCO und der Beauftragte für die Mitarbeiter-Ausbildung in der Qualifikationsabteilung als Team zusammenarbeiten. Und wie schnell die Linien flossen.

Die obigen Schritte haben sich über die Zeit bewährt und sind durch Statistiken untermauert.

REKRUTIEREN UND EINSTELLEN

Man rekrutiert niemals mit dem Versprechen für kostenlose Kurse oder kostenloses Auditing. Man tut dies nicht einmal mit HAS- oder HQS-Kursen. Man rekrutiert oder stellt jemanden ein, damit er Teil des Teams ist.

OFFENE TÜR

Wenn man zuläßt, daß es irgendeine Meinung oder Selektierung hinsichtlich dessen gibt, wer als Mitarbeiter zugelassen wird, dann wird jegliches Rekrutieren und Einstellen fehlschlagen.

Es ist durch tatsächliche Statistiken bewiesen, daß sich die Tür schließt, daß der Flow gestoppt wird, wenn Sie zulassen, daß irgend jemand sagt: „Nein! Nicht ihn! Nein! Nicht sie!“ Und dann ist man erledigt.

Bedingungen und Eignung schlagen fehl. Der Beweis dafür ist, daß, wenn diese Dinge in Orgs existierten, die Org schließlich nur mit PTS-Personen und Leuten ohne Fallgewinn dastand.

Die richtige Antwort darauf ist SCHNELLFLUSS-Einstellung. Dann haben Sie so viele, daß diejenigen, die es nicht schaffen können, weit unten auf dem Org-Board landen oder wieder gehen. Sie versuchen nicht, Posten mit unqualifizierten Leuten zu halten, die „unentbehrlich sind“.

Wenn man in einer schwach besetzten Org „nur nach den besten Leuten Ausschau hält“, dann wird der Knabe, den niemand haben will, in eine leere, „unwichtige“ Unterabteilung gesteckt. Er ist jetzt ein Direktor!

Dies geschah nur, weil man nicht Dutzende von Leuten hatte.

Die Antwort ist NICHT, die Tür zu verschließen oder Bedingungen aufzustellen. Die Antwort ist HATTING. Eine Org, die nicht gehattet ist, wird schwach und kriminell.

Seien Sie beim Einstellen oder Rekrutieren nicht wählerisch. Öffnen Sie die Türe, und führen Sie HATTING durch!

Folgen Sie den oben aufgeführten Schritten, und die Sache läuft.

Geben Sie kein Geld aus für Ausbildung oder Auditing (oder Reisen) von Leuten, bevor sie ihren Wert bewiesen haben. Niemand, der nicht Schritt 11 oben erreicht hat (eine gute Statistik) darf irgendwelche Bonusse oder eine hohe Bezahlung erhalten. Die Kosten für ein solches Schnellfluß-Einstellen sind dann kein großer Faktor.

Die einzige Schwierigkeit, die ich je hiermit hatte, bestand darin, die Abteilungsleiter dazu zu bringen, ihre Mitarbeiter NUTZBRINGEND einzusetzen. DIE ERSTE AUFGABE FÜR EINE FÜHRUNGSKRAFT BESTEHT DARIN, FÜR IHRE LEUTE DINGE ZU BESORGEN, DIE SIE TUN KÖNNEN. UND DANN MUSS SIE SIE MIT PRODUKTIVEN DINGEN BESCHÄFTIGT HALTEN.

Ich mußte also regelmäßig durch die Org gehen, die dieses SCHNELLFLUSS-EINSTELLEN praktizierte, und ich brachte die Leute dazu, ihre neuen Leute einzusetzen; und ich wurde diejenigen los, die nicht arbeiten konnten.

Das war die GANZE Mühe, die ich mit dem System hatte.

Und bis ich dieses SCHNELLFLUSS-EINSTELLEN durchgesetzt hatte, gab es immer einige Anstrengungen von jemandem, die Tore zu schließen.

Alle großen Führungskräfte in der Scientology sind in solchen Orgs aufgestiegen.

Wenn man einen Fluß von Leuten hat, dann bewegen sich die Besten nach oben. Die Schlechtesten, wenn es überhaupt solche gibt, gehen weg.

Die einzigen Orgs, die Schwierigkeiten machen, sind die Orgs, die Einschränkungen haben in bezug auf das Einstellen oder Rekrutieren.

IN EINER ORG, DIE DIESES SCHNELLFLUSS-EINSTELLEN PRAKTIZIERT, MÜSSEN DER HAS UND DIE ESTOs AUF DRAHT SEIN. DER ZUSAMMENBRUCH TRITT DANN AUF, WENN SIE KEIN HATTING DURCHFÜHREN UND NICHT STÄNDIG ÜBER DER PERSONALSZENE STEHEN.

Dieses System des Schnellfluß-Einstellens bricht nur dann zusammen und ruft nur dann Protest hervor, wenn HCO und die EstOs keine ausgezeichnete Arbeit leisten. Sie müssen das Personal wirklich handhaben, sie müssen sie auf Posten setzen, sie müssen Hatting durchführen und sie müssen die Form der Org aufrecht erhalten.

Eine vollständig aufgebaute Org in einer dicht bevölkerten Umgebung würde Hunderte von Mitarbeitern benötigen. Und sie würde Einnahmen von Hunderttausenden haben.

HCO PL 23.7.72RA
erneut rev. 24.11.85

- 6 -

Aber nur, wenn sie Schnellfluß-Einstellen betreiben würde, Hattung durchführt und die Form der Org aufrechterhält, und nur dann könnte sie produzieren.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Als offizielle Richtlinie
der Kirche angenommen
von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:nt:jk:fa:iw;
Übers.:ST/HL/LA:hl:rg:la
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO-POLICYBRIEF VOM 27. JULI 1972

Wiedervervielfältigen

Esto-Serie Nr. 25
FORM DER ORGANISATION UND ZEITPLÄNE

Die Bereiche einer Organisation, die mit ähnlichen Funktionen zu tun haben, müssen denselben Zeitplan haben.

Kurz gesagt, Sie können kein Ballspiel spielen, wenn verschiedene Mitglieder der Mannschaft zu verschiedenen Zeiten auftauchen. Es sähe recht dumm aus, wenn der Torwart im letzten Drittel des Spiels aufkreuzen würde. Zu diesem Zeitpunkt wäre es verloren.

Wenn die Leute, die mit der Öffentlichkeit zu tun haben, über einen Zeitraum von 24 Stunden hinweg jeweils zu verschiedenen Zeiten aufkreuzen würden, gäbe es keine Verwaltungslinie für die Öffentlichkeit. Somit gäbe es keine Form der Organisation, denn es könnte kein Flow bezüglich des wichtigsten Partikels existieren.

Nehmen wir an, die Geschäftszeit eines Betriebes beginnt um 9.00 Uhr. Die Leute auf Schlüsselposten müßten dann um 8.30 Uhr oder spätestens 8.45 Uhr da sein, um das Geschäft um 9.00 Uhr "für den Publikumsverkehr zu öffnen" (d.h. dem Flow Einlaß zu gewähren).

Die Genauigkeit des Zeitplans wird durch die Art des Partikels bestimmt, dessen Handhabung die Form der Organisation gilt.

Eine Dienstleistungsorganisation handhabt Leute. Eine Managementorganisation handhabt Mitteilungen als hauptsächlich Partikel des Flows. Eine Raffinerie würde Rohöl handhaben. Eine Mühle Weizen usw.

Leute neigen dazu, die unberechenbarsten aller Partikelarten zu sein, und bringen die höchste Wahrscheinlichkeit mit sich, die Form der Organisation zu untergraben oder zu zerstören.

Deshalb muß eine Dienstleistungsorganisation, die Leute handhabt, ungefähr ein dutzendmal besser etabliert und mit Hatting versehen sein als eine Organisation, die bewegungslose Partikel handhabt.

Dies ist einer der Gründe, warum "Standardgeschäftsverfahren" beim Aufbau einer Organisation nicht funktionieren. Sie sind nicht stabil oder schnell genug.

Zeitpläne werden sehr wichtig in Organisationen, die Leute handhaben. Die Verwaltungslinien verstopfen sich schnell und erzeugen beträchtliche Verwirrung, wo immer die Verwaltungslinie Mängel aufweist.

Da fast jeder Bereich einer Organisation interne Kooperation fast aller anderen Bereiche der Organisation erfordert, sind fehlende oder unrealistische Zeitpläne oder ein Unvermögen, Zeitpläne einzuhalten, nach fehlendem Hatting und fehlender Etablierung die häufigste Ursache von Verwirrung oder Nichtlieferung.

Es ist wichtig, als Team zu starten, und es ist ebenfalls wichtig, aufzuhören, wenn es eine "nächste Schicht", wie in einer Foundation-Organisation, gibt. Da die Mitarbeiter kollidieren, kollidieren die Studenten, und der Raum wird zu einem Durcheinander.

Gleichzeitig auf einer Anzahl von Zeitplänen für verschiedene Bereiche der Organisation zu operieren kann kompliziert werden. Regierungen tun dies, um den Straßen- und Pendelverkehr zu entlasten, aber andererseits produzieren sie (Regierungen) nicht viel, und deshalb spielt es keine Rolle. Ein halbes Dutzend täglicher Zeitpläne, die gleichzeitig für eine Organisation verwendet werden, können eine beträchtliche Verwirrung verursachen.

Sehr einfache Zeitpläne sind die besten Zeitpläne. Man kann einen Zeitplan haben, der so viele Termine, so viele Anwesenheitsappelle beinhaltet, daß es einen ganzen Tag Arbeit erfordert, einfach den Zeitplan einzuhalten!

Ein schwerer Fehler bei Zeitplänen besteht darin, keine Pause zwischen zwei Zeitpunkten einzuräumen. Beispiel: Die Unterrichtsstunde endet um 16.00 Uhr, die nächste Unterrichtsstunde, drei Blocks weiter, beginnt um 16.00 Uhr! Entweder muß die Klasse früher gehen, oder jeder kommt zu spät zur nächsten Unterrichtsstunde!

Zeitplänen fehlen normalerweise Zeiträume, um Dinge zu erledigen. Beispiel: 9.00 Uhr auf Posten. 9.00 Uhr Einlaß für die Öffentlichkeit. Nun, es wird 15 Minuten oder länger dauern, um einen Posten vorzubereiten, und deshalb wird der Zeitplan verletzt. Somit besagt der Zeitplan 9.00 Uhr, wenn es frühestens 9.15 Uhr sein kann! Das läßt Leuten Zeitpläne unreal erscheinen, und deshalb werden sie fallengelassen. Eine korrekte Version wäre: 8.40 Uhr auf Posten. 8.50 Uhr Checkliste für die Geschäftsöffnung abgeschlossen. 9.00 Uhr Einlaß für die Öffentlichkeit.

GESCHLOSSENE VERWALTUNGSLINIEN

Geschlossene Verwaltungslinien kosten eine Menge. Ein extremes Beispiel ist die Schließung einer Organisation für 2 Wochen, "so daß jeder in Urlaub gehen kann"! Afrikanische Organisationen pflegten dies zu tun und büßten gewöhnlich ihre besseren Statistiken über Monate hinweg ein.

Die Schließung von Organisationen "während eines Kongresses" kann kostspielig sein. Während eines nationalen Kongresses schlossen mehrere Franchises für eine Woche und hatten monatelang mit zusammengebrochenen Statistiken zu kämpfen.

Die Schließung einer Organisation am Mittag oder zum Abendessen kann Verwaltungslinien zusammenballen und kann eine schwerwiegende Auswirkung auf Statistiken haben.

Jede derartige "Schließung" besagt einfach: "Wir sind tot."

Verwaltungslinien haben die Tendenz, ihren Bewegungsfluß beizubehalten, sowie er in Gang gekommen ist, und im Stillstand zu verharren, sowie ein Stopp aufgetreten ist.

Wenn eine Organisation um 9.00 Uhr beginnen würde und, mit einer Foundation- oder zweiten und Wochenendschicht, sieben Tage

lang durchgehend bis 23.00 Uhr geöffnet wäre, würden sich ihre allgemeinen Statistiken mehr als proportional zur zusätzlich geöffneten Zeit verbessern.

Managementorganisationen gehen sehr freizügig mit Zeitplänen um, da ihre Belastungen an Partikelverkehr so sehr variieren.

Es erfordert gute Beobachtung und Geschick, einen guten Zeitplan für eine Organisation zu schreiben. Wenn ein unrealer Zeitplan existiert oder der Zeitplan zu komplex ist, wird er nicht eingehalten werden. Spitzenbelastungen müssen in Betracht gezogen werden, und man muß feststellen, wann ungefähr sie auftreten. Es gibt auch Leerzeiten, und dafür das gesamte Personal bereitzustellen heißt, eine für die Spitzenbelastungen unzulängliche Organisation zu haben.

Ein sorgfältiges, realitätsbezogenes Studium an Ort und Stelle und anhand einer Beobachtung der Partikel-Flows muß durchgeführt werden, um einen realen Zeitplan zu machen, der eingehalten werden und die Produktion steigern wird.

Ein Zeitplan, der die Produktion nicht steigert, oder ein Zeitplan nur um seiner selbst willen verschwendet jedermanns Zeit.

Selektieren Sie also den hauptsächlichsten Partikel aus, den die Organisation handhabt. Verwenden Sie ihn, um Spitzenbelastungen und Leerzeiten zu bestimmen. Beobachten Sie, was tatsächlich vor sich geht. Und schreiben Sie daraufhin den Zeitplan. Und sorgen Sie dafür, daß er eingehalten wird.

Dies wird die Form der Organisation sehr verbessern.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:nt.sb.bh; Übers.:HS/KF/MJ:mj
Übersetzung genehmigt vom LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 7. AUGUST 1972R
(REVIDIERT AM 9. AUGUST 72)

Wiedervervielfältigen

PR-Serie Nr. 17R

PR UND VERURSACHUNG

Public Relations ist ursächlich. Um effektiv zu sein, muß sie etwas verursachen.

PR ist im wesentlichen ein Kommunikationsfach und gehorcht der Kommunikationsformel:

AXIOM 28 DER SCIENTOLOGY

AXIOM 28: KOMMUNIKATION IST DIE BETRACHTUNG UND HANDLUNG, EINEN IMPULS ODER EINE PARTIKEL VOM URSPRUNGSPUNKT ÜBER EINE ENTFERNUNG ZUM EMPFANGSPUNKT ZU SCHICKEN, MIT DER ABSICHT, AM EMPFANGSPUNKT EINE DUPLIKATION UND EIN VERSTEHEN DESSEN ZU ERZEUGEN, WAS VOM URSPRUNGSPUNKT AUSGESANDT WURDE.

Die Formel für Kommunikation ist: Ursache, Entfernung, Wirkung, mit Absicht, Aufmerksamkeit und Duplikation MIT VERSTEHEN.

Die Bestandteile von Kommunikation sind Betrachtung, Absicht, Aufmerksamkeit, Ursache, Ursprungspunkt, Entfernung, Wirkung, Empfangspunkt, Duplikation, Verstehen, die Geschwindigkeit des Impulses oder der Partikel, Nichtsheit oder Etwasheit. Eine Nicht-Kommunikation besteht aus Hindernissen. Hindernisse bestehen aus Raum, etwas Dazwischengestelltem (z.B. Mauern oder Wände und Schirme aus sich schnell bewegenden Partikeln) und Zeit. Eine Kommunikation braucht per Definition nicht in beide Richtungen zu gehen. Wenn eine Kommunikation erwidert wird, wird die Formel wiederholt, wobei der Empfangspunkt nun zu einem Ursprungspunkt und der frühere Ursprungspunkt nun zu einem Empfangspunkt wird.

BEDEUTUNG

Public Relations befaßt sich hauptsächlich mit Bedeutungen.

Sie benutzt diejenigen Kommunikationskanäle, die Gedanken übermitteln. Einige dieser Kanäle sind das gesprochene Wort, Mundpropaganda, Fernsehen, Radio, Kino, Tonbänder, Bilder, Symbole, Designs, Farben, das geschriebene Wort, wie man es z.B. in Büchern findet, auf Schildern und Plakaten, in Anzeigen, Broschüren, Handzetteln, Zeitungen und in verschiedenen Kombinationen. Jeder Kanal, der offen oder versteckt Gedanken übermittelt, ist ein legitimer Kanal für den Gebrauch durch die Public Relations.

ÜBERREDUNG

Die Zielsetzung der Public Relations ist Überredung dazu, auf eine bestimmte Weise zu denken, entweder auf neue oder andere Weise oder weiterhin in der gleichen Weise zu denken.

Daher wird der zwingende Einfluß, in der verlangten Weise zu denken, ausgeübt, indem man Ideen überzeugend abändert.

GEHEIMDIENSTARBEIT

Wenn der zwingende Einfluß die Form von Erpressung oder Drohung annimmt, dann ist PR nicht mehr PR, sondern ist in das Gebiet der Geheimdienstarbeit eingetreten.

GEWALT

Wenn versucht wird, die Überzeugung durch Androhung von breit angelegter, weitreichender Gewalt zu erreichen, so ist sie in das Gebiet des Krieges eingetreten.

„WEISSE“ PR

Wenn PR zur Verbesserung von Dingen, Idealen, Zuständen oder für jegliche Förderung von Pro-Überlebensfaktoren verwendet wird, so könnte man sie als „Weiße PR“ bezeichnen.

SCHWARZE PR

Wenn PR zur Zerstörung von Idealen oder Institutionen oder zur Zerstörung des Ansehens von Personen verwendet wird, so nennt man sie traditionsgemäß Schwarze PR.

VERURSACHUNG

Man kann somit sehen, daß jemand, der PR-Aktionen unternimmt, ursächlich sein muß. Er verursacht eine Wirkung im Bereich des Denkens, indem er die Kommunikationskanäle benutzt, die ihm offenstehen oder die er entwickeln kann.

Er kann als ihre Quelle Personen, die Autorität haben, angeben. Er kann autoritative Kanäle benutzen oder dafür sorgen, daß ihre scheinbaren Quellen ein größeres Gewicht haben. Die Verwendung von Meinungsführern ist ein routinemäßiger Mechanismus.

Er kann auf vielerlei Weise - nicht zuletzt durch Logik - die Leute dazu überreden, die Gedanken, deren Ausströmung er verursacht, anzunehmen und fortzusetzen.

BEKANNTHEIT

Bei der Arbeit mit Produkten oder Personen in der Weissen PR erreicht die PR-Person als ihre erste Aktion Bekanntheit. Dies wird einfach dadurch erreicht, daß man beständig auf so vielen Kanälen wie möglich die Identität dessen wiederholt, was man repräsentiert.

Zu dieser grundlegenden Bedeutung muß der PR-Mann damit verknüpfte Bedeutungen anheften, die dazu führen, daß die Grundbedeutung, für die die PR-Arbeit gemacht wird, akzeptiert und verstanden wird.

Zu diesem Zwecke benutzt der PR-Mann weiterhin geeignete Kanäle und entwickelt zusätzliche Kanäle für seine Verwendung.

MITTEILUNG

Der Gedanke oder die Bedeutung, die die PR-Person zu vermitteln versucht, wird „die Mitteilung“ genannt.

Die PR-Person muß diese Mitteilung selbst klar verstehen, um die Kommunikation dieser Mitteilung auf die vielen verschiedenen erforderlichen Arten zu verursachen.

ZIELGRUPPEN

Die Empfangspunkte der Mitteilung werden „Zielgruppen“ genannt.

Es gibt viele verschiedene Zielgruppen. Es handelt sich dabei um Typen oder Gruppen, die auf andere Art als andere Typen oder Gruppen Dinge akzeptieren oder andere Dinge akzeptieren.

Es ist die Aufgabe der PR-Person, die verschiedenen Zielgruppen zu studieren und herauszuisolieren, sie zu unterscheiden und zu wissen, was sie wollen oder akzeptieren werden.

Es ist dann seine Aufgabe, Variationen seiner Mitteilung in Begriffen und Formen auszudrücken, die von einer bestimmten Zielgruppen akzeptiert werden.

Wenn er nicht weiß, was er jeder einzelnen unterschiedlichen Zielgruppe anbieten soll, dann wird seine Mitteilung nicht empfangen werden.

Das gewöhnliche Werkzeug des PR-Mannes, um mit verschiedenen Zielgruppen bekannt zu werden, sind Umfragen. Er muß die Realität, die Tonstufe und das Akzeptierungsniveau einer jeden Zielgruppe kennen, die er zu erreichen versucht, und muß sie für genau diese Zielgruppe und keine andere benutzen.

VORSTELLUNGSKRAFT

Da ein PR-Mann tatsächlich am URSACHEPUNKT arbeitet, muß er imstande sein, sich Dinge VORZUSTELLEN.

Mit anderen Worten, er muß imstande sein, schöpferisch zu denken und bildhafte Vorstellungen zu erschaffen.

Ohne diese Fähigkeit ist er nicht imstande, sich verschiedene Formen seiner Mitteilung oder seine Zielgruppen vorzustellen.

Wenn er ein Typ ist, der einfach nur das aufzeichnet oder niederschreibt, was er sieht, so wird er nicht in der Lage sein, die Public Relations zur Meisterschaft zu bringen. Wenn er imstande ist, sich Dinge vorzustellen, dann wird er es in der Public Relations zur Meisterschaft bringen.

IDEALISIERUNG

Weiß PR befaßt sich zu allen Zeiten in größerem oder geringerem Maße mit IDEALISIERUNG.

Die bessere Seite des Lebens oder von Personen oder Träume oder Hoffnungen ist der Gegenstand, mit dem sich die Weiße PR befaßt.

Dies gilt selbst dann, wenn die Wahrheit der Mitteilung eine sehr hohe Ebene der Verbesserung oder der Größe ist. Hier wird die Vorstellungskraft verwendet, um die gewählte Zielgruppe zu einem größeren Bewußtsein über das Ideal hinzuführen.

HERABSETZUNG

Schwarze PR benutzt gleichfalls Vorstellungskraft, um ein existierendes oder eingebildetes Image herabzusetzen oder zu schmähen oder in Mißkredit zu bringen.

DER MITTELWEG

Eine gewöhnliche, normale, farblose Feststellung des Isness von Dingen läßt sich kaum als PR einstufen. Es ist eine Art Kommunikation, aber es ist nicht PR, weil damit nur versucht wird zu informieren. Es wird damit nicht versucht zu überreden.

WAHRHEIT

Eine zu strahlende Idealisierung kann durchlöchert werden, wenn sie eine Lüge ist.

Eine zu bössartige Herabsetzung kann zur Explosion gebracht werden, wenn sie eine Lüge ist.

Man befindet sich nur dann auf sicherem Boden, wenn man idealisiert, was bereits wahr ist, und wenn man sich mit schwarzer PR befaßt, herabsetzt, was bereits schlecht ist.

PERSÖNLICHKEIT

Die Persönlichkeit des PR-Mannes neigt dazu, bestimmend dafür zu sein, welche Art von PR er ausführen wird (bzw. nicht ausführen wird).

Ganz gleich aber, ob es sich um den Umgang mit Weißer PR oder mit Schwarzer PR handelt, der erfolgreiche PR-Mann oder die erfolgreiche PR-Frau muß ursächlich, phantasievoll, tatkräftig und zu einer Menge schneller, harter Arbeit fähig sein.

Die Leute auf dem Mittelweg, die, während sie weder fröhlich noch mißgelaunt sind, ein abgestumpftes, monotones Leben führen und nur das sehen, was sie sehen, ergeben keine PR-Leute.

Wenn sie Fotografien aufnimmt oder auswählt oder Programme annimmt oder auswählt, so bewegt die echte PR-Persönlichkeit Dinge umher. Sie steuert Dinge, sie kombiniert Dinge, bis sie die Wirkung erzielt, die sie erzielen will, ungeachtet der Arbeit, die es bedeutet. Dann bringt sie die Sache ins Rollen. Handelt es sich um Schwarze PR als Zielsetzung, so wird sie die Dinge verdrehen und die Lichter ausmachen und Stoff zerreißen und Müll herumschieben, bis sie einen angemessenen Grad an Schrecklichkeit erreicht hat, und dann bringt sie die Sache ins Rollen.

Der Bursche vom Mittelweg zeichnet lediglich auf oder nimmt hin, was vorhanden ist, und läßt das dann an die Leute weitergehen - und das ist nicht PR.

Er ist jedoch kein hoffnungsloser Fall. Er braucht nichts weiter zu tun, als zu beschließen, ursächlich zu sein und zu PR-Aktionen imstande zu sein - und sie dann mit Energie und Entschlußkraft auszuführen!

SZENEN

Der PR-Mann befaßt sich mit drei Szenen.

Die EXISTIERENDE SZENE ist das, was wirklich da ist.

In der Weißen PR ist die idealisierte Szene die Art und Weise, wie der PR-Mann die Szene von einer Zielgruppe gepriesen haben will.

In der Schwarzen PR ist die herabgesetzte Szene die Art und Weise, wie er die Szene von einer Zielgruppe verurteilt haben will.

Er kann tatsächlich eine Szene auf eine höhere Ebene bringen, indem er sie idealisiert, oder eine Szene verschlechtern, indem er sie verurteilt. Manchmal verurteilt er das Schlechte, um das Gute zu idealisieren.

Er muß alle drei Szenen kennen, ganz gleich, was er mit der Public-Relations-Technologie macht. Er muß die Szene, die er will, klar vor Augen haben und sie in solcher Weise vorteilhaft vermitteln, daß sie akzeptiert wird.

Glück hat er, wenn er eine nahezu ideale Szene zum Idealisieren oder eine beinahe degenerierte Szene zum Herabsetzen zur Verfügung hat. Denn dann kommt er nahe an die existierende Szene heran und befaßt sich mit Wahrheit, wobei er lediglich Veränderungen im Nachdruck vornimmt.

GESCHWINDIGKEIT

Wirkliche Public-Relations-Arbeit muß schnell sein. Die Gelegenheit für eine Aktion und ihre Rechtzeitigkeit gehen in der Public-Relations-Arbeit so rasch vorbei, daß große Geschwindigkeit beim Entdecken, Entwickeln und Ausführen einer Aktion erforderlich ist.

Ganz gleich, ob er sich nun für neue Ideale oder gesellschaftliche Reformen einsetzt, ein PR-Mann muß SCHNELL HANDELN.

Weil es sich dabei ohnedies um eine Welt des Denkens handelt, ähneln all die Strukturen, die von der PR errichtet werden, all die Kampagnen, die entwickelt werden, und all die Situationen, die gesehen und unter Kontrolle gebracht werden, eher der Geschwindigkeit des Denkens als der des physikalischen Universums.

Die erforderliche Zeitdauer, um etwas zu bewerkstelligen, darf nicht die Dauer der Notwendigkeit der Mitteilung überschreiten. Tut sie das, so hat die PR versagt.

Die PR ergreift immer die Gelegenheit des Augenblicks beim Schopf und bringt die Mitteilung hinein. Und der Augenblick hat es so an sich, daß er rasch verstreicht.

Daher ist Geschwindigkeit in der PR unerlässlich.

Man könnte die PR als den geschäftigsten Beruf bezeichnen.

Die Geschwindigkeit eines PR-Mannes bestimmt, wie viele Male er erreichen kann, daß sein Gegenstand bekanntgemacht wird, über ihn nachgedacht und er gewünscht oder gebilligt oder abgelehnt wird.

Und das ist es, was wirklich den Maßstab für den Erfolg in der Public-Relations-Arbeit bildet: wieviele Male.

Diejenigen, die sich ein ruhiges Leben wünschen, sollten daher etwas anderes beginnen.

Aber wenn es um Spannung geht, so hat die PR sämtliche Pluspunkte, sei es nun Weiße PR oder Schwarze PR.

Die Welt ist heute eine PR-Welt.

Und die PR ist ein großartiges und nützliches Gebiet.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:nt:rd; Übers.:EJ/LB:hl
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 11. AUGUST 1972
WIEDERHERAUSGEGEBEN AM 14. JUNI 1982

Wiederver-
vielfältigen

ABTEILUNG 6

FILME UND TONBÄNDER

SIND NICHT VERBOTEN

NIRGENDWO in Policies oder HCOBs existiert etwas, das die Verwendung von Filmen oder Tonbändern vor dem geeigneten Publikum verbietet – mißverständene Wörter hin, mißverständene Wörter her.

Einführungsfilme und -tonbänder sind ein MUSS für die korrekte Information der Öffentlichkeit.

Die Punkte, die verstanden werden sollten, sind folgende:

1. Die QUALITÄT muß gut sein.
2. Es müssen die geeigneten Materialien für das betreffende PUBLIKUM ausgewählt werden.

Das HCOB vom 10. November 71, Wortklärungsserie Nr. 25, Tonbandkursserie Nr. 6, konzentriert sich hauptsächlich auf HOHE QUALITÄT und das RICHTIGE PUBLIKUM. Nichts in dem HCOB verbietet, daß Tonbänder und Filme bei neuen Leuten aus der Öffentlichkeit verwendet werden.

Wenn die Tonbandkopiergeräte bei Pubs abgenutzte Tonköpfe haben, wodurch schlechte Bandkopien entstehen, darf die Org, die so eine schlechte Kopie erhält, die Kopie nicht akzeptieren, sondern muß sie postwendend an Pubs zurückschicken, damit sie erneut hergestellt wird.

Wenn Tonbänder ausgewählt werden, müssen sie für das Publikum ausgewählt werden, dem sie vorgeführt werden sollen.

Wenn der Öffentlichkeit Tonbänder oder Filme vorgeführt werden, müssen Geräte von höchster Qualität und Hi-Fi-Lautsprecher dabei verwendet werden.

Für Tonbänder und Filme gilt:

WENN SIE AUFHÖREN, DER ÖFFENTLICHKEIT UND DEN MITARBEITERN TONBÄNDER VORZUSPIELEN, GEHT IHNEN DAS CHARAKTERISTISCHE UND DIE BEDEUTUNG VON DIANETIK UND SCIENTOLOGY VERLOREN.

ES IST EINE VERHÄNGNISVOLLE ENTSCHEIDUNG, MIT DER VERWENDUNG VON TONBÄNDERN UND FILMEN AUS ANGST VOR MISSVERSTANDENEN WÖRTERN AUFZUHÖREN.

Die richtige Entscheidung ist, die Leute aus der Öffentlichkeit, die Filme gesehen oder Tonbänder gehört haben, mit Methode 4 wortzuklären.

VON DEM AUGENBLICK AN, WO IHRE ORG ODER UNTERNEHMUNG DER ÖFFENTLICHKEIT UND DEN MITARBEITERN KEINE TONBÄNDER MEHR VORSPIELT, WERDEN SIE ZU VERLIEREN BEGINNEN.

Die alten Orgs hatten für Feldaudiotoren und die Öffentlichkeit immer Tonbandvorführungen, besonders am Samstag oder Sonntag, und boten sie als korrekt gedrehte Foundation-Veranstaltung dar, bei der die richtigen Tonbänder ausgewählt und Hi-Fi-Geräte verwendet wurden und eine kleine Gebühr dafür verlangt wurde.

Überhaupt keine Wörter sind schlimmer als ein paar mißverständene Wörter!

VERWENDEN SIE ALSO TONBÄNDER UND FILME.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:nt:gal; Übers.:GK/PR/EJ:gh
Übersetzung genehmigt
vom I/A Officer CLO EU

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO POLICY-BRIEF VOM 27. AUGUST 1973
WIEDERHERAUSGEGEBEN AM 7. MAI 1984

Wiederver-
vielfältigen
Hat des LRH Comm
Hat des ED
Tech-Hats
Qual-Hats

LRH-COMM-NETZWERK-SERIE NR. 13

TECH UND LRH-KOMMUNIKATOREN

Der LRH Comm sollte sich nicht vor der Idee drücken, HCOBs, Bücher und Tonbänder zur Anwendung zu bringen, nur weil er kein klassifizierter Auditor ist.

Das ist ein Gebiet von Sachkenntnis. Es ist beklagenswert, daß Experten sehr oft ihre Stellung erlangen, indem sie den Nicht-Fachmann mit Arroganz abwehren: „Da es eine technische Angelegenheit ist, würden Sie es nicht verstehen. Daher gilt meine Meinung bezüglich dieser Angelegenheit.“ Obwohl keineswegs alle Tech-Leute diese Einstellung haben, stimmt es, daß einige sie gehabt haben. Dies könnte dazu verwendet werden, zu verursachen, daß ein LRH Comm zurückhaltend gegenüber dem Gebiet ist, es zum Gegenstand von Programmen zu machen.

Aber schauen Sie es von diesem Gesichtspunkt an: Der Ruf der gesamten Org hängt von ihrer Lieferung der Tech ab; Lieferung von technischer Güte hängt keine Sekunde von „Tricks“ oder individueller Geschicklichkeit ab. Die Art und Weise, wie man die hervorragendsten und überraschendsten technischen Ergebnisse erhält, ist, indem man sich an HCOBs, Bücher und Tonbänder streng und unnachgiebig hält.

Tech ist nur ein anderes Gebiet von Befolgung. HCOBs gibt es in Packs. Sie haben Daten. Sie beziehen sich auf genaue Aktionen und Situationen. Aus der Sicht des LRH Comms sind HCOBs, Bücher und Tonbänder ganz einfache Dinge, für die die Befolgung erreicht werden kann.

Nehmen wir den offensichtlichsten technischen Policybrief als eine Art Brücke von Policybriefen zu HCO-Bulletins. Das ist der Policybrief vom 16. März 71 „Was ist ein Kurs?“ Dieser kann wie ein Blitz programmiert werden. Genau genommen eine Kleinigkeit. Es hat sogar ein Pack gegeben, um dies zur Anwendung zu bringen. Wenn Sie das zur Anwendung bringen, wird sich Ihre Tech-Szene allmählich verbessern - weil dies die grundlegende organisatorische Aktion ist, um Techniker hervorzubringen. Irgend jemand wird Ihnen sagen, daß es der Grundlegende Rundown ist, der Techniker befähigt zu lesen, damit sie Techniker sein können.

Gut, aber das ist Tech. „Was ist ein Kurs?“ ist Verwaltung von Tech.

Betrachten wir nun ein eigenartiges Beispiel. Sie sagen, nun, als der LRH Comm sollte ich also ein Flag-Auditor der Klasse X sein. In den Kursen, die Sie dann besucht haben müßten, könnte der PL „Was ist ein Kurs“ „out“ gewesen sein. Sie würden Jahre dazu benötigen, wenn dies wahr wäre. Sie sagen nun, Sie müssen ein Klasse-X-Auditor sein, um die Tech „in“ zu bekommen, Sie sagen, daß Sie einen Kurs besuchen müssen, der kein Kurs ist, um zu lernen, wie man einen Kurs etablieren kann, damit Sie einen ordnungsgemäßen Kurs besuchen können ...

Mit anderen Worten, Sie müssen irgend etwas von irgendeinem Punkt an beginnen, und irgend jemand in Ihrem Gebiet muß es starten, und da Sie dort sind, so sind Sie es.

Nehmen wir eine Fallüberwacher-Linie her. Dies ist eine genaue Linie. Sie muß an verschiedenen Orten für verschiedene Dienstleistungen verschiedenartig sein; und wenn Sie versuchen, das HCOB in Verwendung zu bringen, wird man Ihnen sagen, daß es sich für diese spezielle Linie in diesem Gebiet nicht anwenden läßt. Ich würde dem sehr skeptisch gegenüberstehen. Ich würde mir die HCOBs bezüglich dieser Angelegenheit ansehen und dann überprüfen, was tatsächlich gemacht wird, und eine Konferenz einberufen, um zu sehen, wieviel von diesem HCOB als durchführbares Maß in Verwendung gebracht werden kann, um die technische Quantität und Qualität zu erhöhen. Dann würde ich ein Programm schreiben, das so viel wie möglich von dieser Linie in Verwendung bringt und IM HCOB BESCHRIEBEN IST, und ich beseitige jene Neuerungen, die Zeit verschwenden. Sie würden dann eine gute, reibungslose C/S-Linie erhalten, wenn all das befolgt wurde.

Dinge wie die Vorschriften, daß Studenten, die zum Auditor herangebildet werden, sich Tonbänder von LRH anhören müssen, um ihre TRs zu vervollkommen, sind nicht für müßiges Geschwätz da. Wenn ein Auditor - im Gegensatz zu einem TR-Studenten aus der Öffentlichkeit - seine TRs auf die harte Weise nicht „in“ hat, wird er es niemals schaffen. Das ist eine beinharte Tatsache. Ist das nun in Verwendung? Es steht in vielen HCOBs, sogar Programme haben dafür existiert. Sie bekommen das Programm in Verwendung - Tonbänder, die TRs, das Befolgen - und die Qualität Ihrer Tech wird IN DIE HÖHE SCHNELLEN, WEIT DARÜBER HINAUS, WAS SIE SOFORT GLAUBEN WÜRDEN.

Was ist nun dieses „die Tech in Verwendung bringen“? Es bedeutet nur, ein Programm zu kriegen, um sie in Verwendung zu bringen und dieses befolgt zu bekommen.

Tech besteht zu einem großen Teil aus der Genauigkeit der Verwaltungstätigkeit und aus der genauen Anwendung der existierenden Fülle von Material. Dies kann in Form von Programmen erstellt werden. Ergebnisse werden herauszuströmen beginnen, wenn Befolgung erreicht wird.

Dann könnten Sie vielleicht in Ihrer Studierzeit die Auditoren-Klasse erreichen, sobald alles wie am Schnürchen läuft. Weil Sie etwas etabliert haben, das liefern kann.

Jemand muß daher die Tech in Verwendung bringen. Es war immer mein Hat. Deshalb sind Sie es, LRH Comm.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

Als offizielle Richtlinie
der Kirche angenommen

von der
CHURCH OF SCIENTOLOGY
INTERNATIONAL

LRH:CSI:nt:iw; Übers.:WS/RR/LB:gw:lb
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Pubs

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 13. NOVEMBER 1972

(Neue Herausgabe von ED 789 INT 5. Januar 1968
und ED 1381 SH 22. Dezember 1967.)

Wiederver-
vielfältigen

WIE MAN AFFLUENCE ERREICHT

Das Erreichen von Affluence besteht aus:

1. Harter Arbeit.
2. Ethischem Verhalten.
3. Standard-Technologie.
4. Dem Tun der Dinge, die erfolgreich waren, nicht von neuen Dingen, die noch nicht ausprobiert wurden.
5. Dem Anwenden der Formel des Zustands, in dem man sich befindet.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:nt; Übers.:MJ/LB:lb
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Publications

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 21. NOVEMBER 1972
AUSGABE I

Wiedervervielfältigen
Alle PR-Packs

PR-Serie Nr. 18

WIE MAN SCHWARZE PROPAGANDA HANDHABT

GERÜCHTE UND FLÜSTER-KAMPAGNEN

„Schwarze Propaganda“ (schwarz = schlecht oder abschätzig, Propaganda = Behauptungen oder Ideen mit Nachdruck verbreiten) ist der Ausdruck, der gebraucht wird, um das Ansehen oder die öffentliche Meinung über Personen, Unternehmen oder Nationen zu zerstören.

Sie ist ein übliches Werkzeug von Kräften, die versuchen, wirkliche oder eingebildete Feinde zu zerstören, oder die die Oberherrschaft in einem Bereich bekommen wollen.

Diese Technik versucht, einen Ruf so herunterzuziehen, daß der Person, Unternehmung oder Nation jegliche Rechte durch „allgemeine Übereinstimmung“ verweigert werden. Es ist dann möglich, die Person, die Unternehmung oder die Nation mit einer kleineren Aktion zu zerstören, wenn die Schwarze Propaganda selbst dies nicht bereits erreicht hat.

Böses und lügenhaftes Geschwätz alter Weiber war die frühere Form dieser Taktik; es war so übel, daß sie in einigen Gegenden in öffentliche Pranger (Halseisen) gesteckt oder aus der Stadt hinausgetrieben wurden.

In modernen Zeiten gibt es kein solches In-Schach-Halten von Schwarzer Propaganda. Gerichtsprozesse wegen verleumderischer Nachrede sind zu schwierig zu führen und zu teuer, das Presserecht wird so mißbraucht, daß jeder einer solchen Kampagne ausgesetzt sein kann.

Alles, was man braucht, ist ein Feind. Und es gibt wenige Menschen in der Geschichte, die keine Feinde hatten.

Man trifft in der Gesellschaft immer wieder auf Leute, die nicht sehr viel verstehen. Das drückt sich als eine Art boshafte Freude über Dinge aus. Diese Leute geben verleumderische Gerüchte sehr leicht weiter. In einer ungebildeten Gesellschaft gibt es solche Leute in großer Zahl. Da sie nicht

lesen können, ist ihnen der größte Teil des Wissens versagt. Und da sie nicht sehr viele Wörter kennen, verstehen sie viel von dem nicht, was ihnen gesagt wird.

Das trifft aber nicht nur auf Analphabeten zu.

Was sie nicht verstehen, ersetzen sie durch Eingebildetes.

Daher werden solche Leute Verleumdungen nicht nur zuhören, sondern sogar diese noch verfälschen und verdrehen.

Auf diese Weise kann ein Gerücht durch die Gesellschaft gehen, das keine wahre Grundlage hat.

Wenn eine Anzahl solcher Gerüchte vorhanden ist und fortbesteht, dann kann man eine „Flüster-Kampagne“ vermuten. Das ist nicht deshalb so, weil diese Dinge geflüstert werden, sondern weil sie wie ein böser Wind keine Quelle zu haben scheinen.

Schwarze Propaganda verwendet diese Bereitschaft, Dinge weiterzutragen und Falschheiten auszuweiten.

Viel Schwarze Propaganda ist natürlich noch frecher und erscheint noch aufdringlicher in verantwortungslosen (oder heimlich kontrollierten) Zeitschriften, im Radio und im Fernsehen.

Aber selbst dann, wenn eine üble Zeitungsgeschichte erschienen ist oder ein schlechter Radio- oder Fernseh-Bericht herausgegeben wurde, erwarten die Schwarzen Propagandisten, daß die „Flüster-Kampagne“ diese Verleumdungen durch die Gesellschaft weiterträgt.

Daher ist jede Person, jedes Wesen gefährdet.

Keine Person, Gesellschaft oder Nation hat eine völlig saubere Weste. Sie ist den Heiligen vorbehalten. In der Kindheit hat man ein paar Äpfel gestohlen, ein Fenster oder zwei zerbrochen, einen Kotflügel eingedellt, hat sich mit einem „ausgeliehenen“ Fahrzeug auf eine Vergnügungsfahrt begeben oder hat sich ein paar Pfennige oder eine Lutschstange genommen, obwohl sie einem nicht gehörten.

Die Kindheit ist ziemlich gesetzlos, und die Teenager-Periode ist sehr oft eine Revolte gegen die immer enger werdende Zwangsjacke des „anständigen gesellschaftlichen Verhaltens“. Man heiratet den Falschen oder gerät mit einem anderen in einem unvorsichtigen Augenblick auf Abwege oder begeht verschiedene kleinere und größere Sünden, die die Gesellschaft nicht gutheißt.

All diese Dinge können jemanden verwundbar für Angriffe in bezug auf seine Vergangenheit oder seinen Ruf machen.

Eine Person beginnt zu befürchten, daß schlechte Dinge über sie gesagt werden. Angesichts einer - wirklichen oder eingebildeten - Flüster-Kampagne neigt man dazu, sich zurückzuziehen, weniger aktiv zu werden und seinen Aktionsradius einzuschränken.

Das gilt auch für Unternehmen, und sogar für Nationen.

Daher kann man tatsächlich ziemlich unglücklich und krank werden, wenn man nicht weiß, wie man solche Attacken handhabt.

DER ANGREIFER

Die Welt ist voller Verrückter.

Das grundlegende Merkmal äußerster Verrücktheit ist fortgesetzter Angriff: Angriffe auf alles, Angriffe auf Personen oder Dinge, die keine Bedrohung beinhalten.

Schwere, nicht kleine Verbrechen, sind an der Wurzel eines solchen Dranges zu finden.

Der Angreifer hat eine böse Absicht im Leben. Er gehört dem Tod, nicht dem Leben. Und seine Ernte ist eine Ernte des Todes.

So eine Person hat das Gefühl, daß sie nicht sicher sein kann, bis nicht alles andere tot ist.

Ihre böse Absicht nimmt viele Formen und Ausdrucksweisen an. Das Endprodukt ist dasselbe - Tod.

Wenn ein Angreifer zu weit gegangen ist, dann wird er selbst angegriffen. Lange, bittere Streitereien wie auch Kriege von Nationen sind beide der wechselseitige Austausch von Gewalt.

Wenn ein Angreifer nicht die körperlichen Mittel hat, andere zu vernichten, und wenn sein eigenes Ziel fehlschläge, wenn es aufgedeckt würde, dann werden die Angriffe heimlich geführt.

Er verwendet Mundpropaganda, die Presse und jeden anderen Kommunikations-Kanal, um sein Gift zu verspritzen. Er versteckt sich selbst als die Quelle, er läßt den verbalen Angriff logisch, wirklich oder bewiesen erscheinen.

Er zählt darauf, daß die Äußerungen von den übleren Leuten in der Gesellschaft aufgegriffen oder verdreht und dann weitergegeben werden.

Das ist Schwarze Propaganda. Sie dient dazu, wirkliche oder eingebildete Feinde zu erniedrigen, ihr Einkommen zu schmälern und ihnen Freunde und Unterstützung zu verwehren.

Unternehmen oder Gesellschaften verfahren so mit ihrer Konkurrenz. Die Amerikanische Medizinische Vereinigung (AMA) hält ihr Multi-Milliarden-Dollar-Monopol auf Krankheit dadurch aufrecht, daß sie eine lange, gut finanzierte Schwarze-Propaganda-Kampagne gegen jeden fortsetzt, von dem sie meint, daß er ihr Einkommen bedrohen könnte. Der Leiter ihrer "Untersuchungs-Abteilung" (wie sie ihre Schwarze-Propaganda-Abteilung nennen) sagte einmal, daß sie sie gegen jeden Rivalen so lange weiterführten, bis er eines Tages zusammenbrach. KRACH! Sie verwenden Pressemeldungen, ihre eigenen Mitglieder, bezahlte Anzeigen, Ausstellungen, Regierungs-Verbindungen und -Sprecher, jeden Kanal, um endlose Ströme erfundener Erzählungen gegen jeden eingebildeten Rivalen loszulassen. Während ihnen dies die Unterstützung der Regierung einbringt, bringt es ihnen auch tiefen Haß ein, nicht nur von Rivalen, sondern von der allgemeinen Öffentlichkeit.

Sie bekommen zurück, was sie ausgestreut haben. Einst waren sie wohlhabend. Sie sind es nicht mehr. Ihre Mitglieder mögen sie nicht, und eine zunehmende Zahl von Ärzten gehören nur noch den staatlichen medizinischen Gesellschaften an, nicht aber der AMA. Der einzelne Arzt hat meist einen guten öffentlichen Ruf. Seine Haupt-Vereinigung profitiert davon und ver-rät ihn. Eines Tages wird es keine AMA mehr geben, KRACH!

Schwarze Propaganda ist also nicht etwas, das man leicht-hin anzettelt. Denn sie schlägt auf die Person zurück, die sie gebraucht.

Schauen wir einmal, wie sie zurückschlägt.

Zuviel Gift, das man verspritzt, befleckt einen mit Gift.

Zuviel Schwarze Propaganda führt zu Gegenangriffen.

Schwarze Propaganda ist im wesentlichen ein Lügengewebe. Die AMA erfindet einfach Geschichten, die sie verbreitet oder verbreiten läßt.

Früher oder später stellen sich diese Geschichten als un-wahr heraus. EINE falsche Geschichte kann die Glaubwürdigkeit des Erzählers zerstören. Wer hört dann noch zu?

Daher hat eine Schwarze-Propaganda-Kampagne eine schwache Stelle. Der Angreifer wird früher oder später angegriffen - oft von vielen.

Aber diejenigen, die einer solchen Kampagne entgegen-müssen, müssen die Technologie kennen, wie man dies macht.

IRGENDWELCHE NACHRICHTEN

Es gibt ein Naturgesetz, das unglücklicherweise Schwarze Propaganda begünstigt.

WO KEINE DATEN VORHANDEN SIND, WERDEN LEUTE WELCHE ER-FINDEN.

Das ist das Gesetz der ausgelassenen Daten.

Ein Vakuum tendiert dazu, sich selbst aufzufüllen. Alte Philosophen pflegten zu sagen: „Die Natur verabscheut ein Vakuum.“ In Wirklichkeit strömt der umgebende Druck in ein Gebiet hinein, in dem kein Druck herrscht.

So ist es bei Personen, Unternehmen oder Nationen.

Von Lügen angegriffen, neigt eine Person dazu, sich zurück-zuziehen. Dies allein führt dazu, daß man sich Dinge herein-zieht.

Die Person möchte dann keine Informationen herausgeben. So wird sie in gewissem Maße ein Geheimnis.

Um dieses Geheimnis aufzufüllen, werden Leute Informatio-nen erfinden.

Dies trifft auf Personen, Unternehmen oder Nationen zu.

Und da ist Public Relations eine Notwendigkeit.

Im wesentlichen ist Public Relations die Kunst, gute Lei-stungen bekannt zu machen.

Es ist ein verhängnisvoller Fehler zu glauben, daß gute Leistungen für sich selbst sprechen. Das ist nicht der Fall. Sie müssen veröffentlicht werden.

Das ist es im wesentlichen, was Public Relations ausmacht. Und das ist auch der Grund, warum es sie gibt - um das Vakuum ausgelassener Daten aufzufüllen.

Mitten in einer Kampagne Schwarzer Propaganda werden einem die gewöhnlichen Kommunikations-Kanäle verweigert. Die Presse-Medien, mit deren Hilfe die Kampagne durchgeführt wird, wird keine günstigen Kommentare bringen. Man ist verrückt, wenn man glaubt, daß sie das tun wird, weil sie anderen Herren dient, die die Absicht haben, das Ansehen ihres Angriffsziels zu zerstören.

Außerungen von „Autoritäten“ verdrängen reine Wahrheit aus dem Gesichtsfeld.

Daher müssen Public-Relations-Leute in ihrer Technologie außerordentlich sachkundig sein, wenn sie Schwarzer Propaganda gegenüberstehen.

DIE TECH

Wenn man keinen Kampf gegen Schwarze Propaganda auszufech-ten hat, dann ist Public Relations leicht.

Man stellt einen Reporter an, der sich an die Arbeit macht, Ideen auszudenken und Artikel zu veröffentlichen. Das ist der Grund, warum man Reporter oft für Public-Relations-Leute hält, was sie aber nicht sind.

Wenn eine Schwarze-Propaganda-Kampagne läuft, werden solche Artikel verdreht und zurückgewiesen; und das ist das Ende davon.

Es gibt viel mehr darüber zu wissen.

Dies sind einige Regeln, die zutreffen:

1. Füllen Sie das Vakuum ausgelassener Daten mit wahrheitsgemäßen Daten.
2. Beweisen Sie, daß alle falschen Äußerungen, die man hört, Lügen sind.
3. Machen Sie jedes Gerücht, dem Sie begegnen, unglaubwürdig.
4. Handhaben Sie mit jeder Äußerung, die Sie machen, die jeweilige Stufe des Interesses.
5. Studieren Sie die Situation sorgfältig, bis Sie die genaue Quelle ausfindig gemacht haben.
6. Verwenden Sie das Wissen um die Quelle, um die Quelle Schwarzer Propaganda durch nicht-kriminelle Mittel zu behindern oder zu zerstören.
7. Fahren Sie fort, das Vakuum keiner Daten mit guten Daten aufzufüllen, indem Sie dabei jeden nur verfügbaren Kanal verwenden.

Jeder einzelne dieser Punkte könnte ein Buch füllen. Aber wenn man sie versteht und die eigene Initiative verwendet, kann man sich eine Menge Tech selbst zusammenreimen.

Jeder dieser Punkte kann in den verschiedensten Variationen auftreten.

ANWENDUNG

1. Füllen Sie das Vakuum.

Hören Sie zunächst einmal auf, sich zurückzuziehen. Es hat sich eindeutig herausgestellt, daß sich bei der Handhabung von Schwarzer Propaganda durch Public-Relations nur „Outflow“ lohnt. Nichts zu sagen mag als Charakterzug edel sein, aber bei Public Relations ist es verhängnisvoll. Aber selbst „Experten“ raten es an (wenn sie ihre Kunden reinlegen wollen).

Offenes Ableugnen ist ungeschickt und kann als eine Art von Bestätigung gegen einen verwendet werden.

Sie brauchen Patzer nicht bekanntzugeben oder zu verbreiten und sollten es auch nie tun. Oft machen Public-Relations-Leute den Patzer.

Aber interpretieren Sie das nicht als „Ruhe ist notwendig“. Begeben Sie sich an einen sicheren Ort und reden Sie.

Benutzen Sie jeden Kanal, um zu reden. Aber verwenden Sie keine Kanäle, die das verfälschen werden, wenn Sie wiederholen, was Sie sagen.

Bleiben Sie nicht bei dem gleichen Thema, bei dem Sie angegriffen wurden.

Ein Beispiel dafür, wie man seine Meinung sagt, ohne etwas abzuleugnen und es auf diese Weise nicht zu bekräftigen, könnte sein:

BEHAUPTUNG: „Ich habe gelesen, daß Ihr Unternehmen letzten Monat Pleite gegangen ist.“

ENTKRÄFTUNG: „Um Gottes willen! Daß Sie das sagen! Wenn wir nicht aus dem Vertrag herausgekommen wären, dann wären wir tatsächlich Pleite gegangen! Da gab es ein ganz schönes Durcheinander im Vorstandsraum. Aber McLinty hat gewonnen. Schottisch bis ins Herz. Er sagte: ‚Ich unterschreibe da nicht!‘ War nahe daran, dem Präsidenten den Kopf abzureißen. Ein höllischer Spektakel. Es scheint, wir haben irgendwo 80 Millionen vergraben, und McLinty ist der Verantwortliche, und er rückt nicht einen Zentimeter davon weg.“

Die Schlußfolgerung des Fragers ist, daß Sie nicht bankrott sind. Er hat Informationen bekommen. Das Vakuum ist mit einer Geschichte von Vorstands-Streitereien und einer mysteriösen 80-Millionen-Reserve aufgefüllt worden.

2. Widerlegen Sie falsche Daten.

Die Technik, zu beweisen, daß Äußerungen falsch sind, nennt sich „DEAD-AGENTING“ („tote-Agenten“-Methode). Sie steht im ersten Buch der chinesischen Spionage. Wenn der feindliche Agent falsche Angaben macht, dann werden diejenigen, die ihm geglaubt haben, aber jetzt herausfinden, daß sie falsch sind, ihn töten - oder wenigstens aufhören, ihm zu glauben.

Daher ist der PR-Slangausdruck dafür „Dead-Agenting“.

Das besteht daraus, daß man die falsche Behauptung durch Dokumente, Demonstration oder Vorzeigen völlig widerlegt.

Man braucht dazu eine Sammlung von Dokumenten oder die Fähigkeit, etwas zu demonstrieren, oder irgend etwas, daß man vorzeigen kann.

BEHAUPTUNG: „Mir wurde gesagt, daß Sie Schwierigkeiten mit den Leuten der Einkommenssteuer haben.“

ENTKRÄFTUNG: „Hier ist ein Dokument, daß wir die Steuern vollständig bezahlt haben, und hier ist ein Empfehlungsbrief von der Steuerbehörde.“ Und dann legt man einige vor.

Ergebnis? Wer immer ihm das erzählt hat, ist für ihn jetzt als vertrauenswürdiger Informant gestorben.

Die beste Art, Dead-Agenting zu machen, wenn eine Person eine widerlegbare Behauptung von sich gibt, besteht darin, herauszufinden, WER es war, seine Aufmerksamkeit fest darauf zu richten und dann den Gegenbeweis zu liefern.

BEHAUPTUNG (Person A): „Ich habe gehört, daß Sie mit dem Mann, mit dem Sie zusammenleben, nicht verheiratet sind.“

ENTKRÄFTUNG (Person B): „WER hat Ihnen das gesagt?“

A: „Ich hab's vergessen.“

B: „Gut, wenn Sie sich daran erinnern, zeige ich Ihnen einen Beweis.“

A: „Gut, es war ein Mann ...“

B: „WER?“

A: „Hans Dummer.“

B: „Okay. Hier ist meine Heiratsurkunde. Wer ist dieser komische Hans Dummer eigentlich?“

Jetzt ist auf einmal Hans Dummer das Geheimnis. Warum lügt er? Was hat er davon?

Wenn man das Dokument nicht da hat, aber es bekommen kann, dann kann man sagen: „Sagen Sie mir den Namen von demjenigen, der das behauptet hat, und das nächste Mal, wenn ich Sie sehe, zeige ich Ihnen etwas sehr Interessantes darüber.“

Und dann sehen Sie ja zu, daß Sie das Dokument bekommen und ihn wieder treffen.

Dead-Agenting hat eine Milliarde Variationen. „Es fliegt nicht.“ Fliegen Sie damit. „Der Ort ist leer.“ Zeigen Sie ihm, daß er voll ist.

Das Wesentliche beim Dead-Agenting ist ein BEWEIS, in welcher Form auch immer.

Fechten Sie auf diese Weise nur Behauptungen an, von denen Sie beweisen können, daß sie falsch sind, und lassen Sie in jeder Kommunikation den Rest beiseite.

JEDER FREUND, JEDER MEINUNGSFÜHRER, JEDER IHRER MITARBEITER SOLLTE MIT EINER DEAD-AGENTING-MAPPE VERSORGT WERDEN, DIE BEWEISE GEGEN DIE ÜBLICHEN GERÜCHTE ENTHÄLT (SOWIE BROSCHÜREN UND COACHEN, UM DAS VAKUUM AUFZUFÜLLEN).

3. Widerlegen Sie jedes Gerücht.

Den Beweis anzutreten, daß etwas nicht der Fall ist, ist fast unmöglich. „Wie soll ich wissen, daß Sie nicht ein CIA-Mann sind?“ Ja, wie kann man das beweisen? Man kann keine Kennmarke des KGB (der sowjetischen Geheimpolizei) herausziehen, weil das genauso schlimm wäre. Und niemals hat jemand ein Dokument geschrieben: „Bill Till ist kein Mitglied vom CIA.“ Zwecklos. Das wäre eine Ablehnung. Wer würde das glauben?

Manchmal funktioniert es, wenn man sagt: „Dann wissen Sie es eben nicht.“

Aber die richtige Antwort für etwas, das nicht der Fall ist (kein Beweis), ist: „Füllen Sie das Vakuum auf“.

FRAGE: „Woher soll ich wissen, daß Sie kein CIA-Mann sind?“

ENTKRÄFTUNG: „Himmel, beleidigen Sie mich doch nicht! Der CIA hat einmal versucht, mich anzustellen. Sie sagten, sie würden mich erschießen, wenn ich ihnen nicht beiträte. Es war in Kuba. Ich handelte mit Zucker. Und Batista versuchte ... usw. usw. Sehen Sie diese Narbe an meinem Bein? (Zieht sein Hosenbein hoch.) Ein Polizist von Batista schoß auf mich, weil er dachte, ich sei vom CIA. Also, plagen Sie mich nicht mit so schmerzvollen Sachen. (Reibt seine Narbe.) (Lacht.)“

Hin und wieder kann man beweisen, daß etwas nicht der Fall ist. Wenn man des Drogenschmuggels angeklagt ist, kann man zeigen, daß man der Anti-Drogen-Vereinigung angehört. Der Konter in einem solchen Negativ-Beweis muß glaubwürdig sein.

Es gibt Billionen Variationen beim Dead-Agenting.

Die Grundlage davon ist, das NICHT zu sein, worüber es ein Gerücht gibt, und in der Lage zu sein, das schnell zu beweisen.

4. Die Stufe handhaben.

Die Stufe des Interesses zu handhaben ist im Grunde eine Übung im Umgang mit der Tonskala. (Siehe Tonskala-Karten der menschlichen Emotion.)

Übereinstimmung geschieht auf der gleichen emotionellen Tonstufe wie die der Person, die die Aussage macht. Sie akzeptiert Tatsachen auf dieser Stufe.

Sich eine halbe Stufe über die ihre zu erheben, bedeutet, sie in ihrem Realitätsbereich zu beherrschen.

BEHAUPTUNG (Person A): „Es ist hoffnungslos, an irgend jemanden zu glauben. Ich hab gedacht, ihr wärt in Ordnung, aber jetzt hab ich gehört, daß ihr alle Hippies seid. (In tiefer Apathie.)“

ENTKRÄFTUNG (Person B): „Oh, oh, oh, wer könnte dir so 'ne traurige Lüge erzählt haben?“ (Seufzer.)

A: „Hätte keinen Zweck, es zu sagen.“

B: „(Schluchzt.) Aber du mußt es sagen. Ach, ich fühle mich so schlecht.“

A: „Na ja, es wäre ihm sowieso egal, wenn ich es sagen würde. Es ist der hier ansässige Pfarrer.“

B: „(Schluchzt.) (Tempotaschentuch.) Schrecklich, so etwas zu sagen. Und alles nur, weil wir ihn total betrunken gefunden und ihn nach Hause gebracht haben, um sich auszuschlafen, und er uns gesagt hat, daß, wenn wir es je erzählten, er verbreiten würde, daß wir Hippies seien.“

A: „Was für eine traurige Geschichte. Oh, es ist eine schlechte Welt. Wie undankbar.“

Gehen Sie eine halbe Tonstufe höher. Erzählen Sie ihm eine Geschichte über das gleiche oder ein anderes Thema. Zum Beispiel: „(Schluchzt) ... das kam, weil wir unsere Instrumente verloren. Wir waren einmal eine Band, und dieser Nachtclubbesitzer bezahlte uns nicht, und wir mußten in der Scheune schlafen (schluchzt) ...“

Eine weitere.

BEHAUPTUNG (Person A): „Ich habe einige schlimme Sachen über Euch gehört. (Versteckte Feindseligkeit.)“

ENTKRÄFTUNG (Person B): „(Wut) Wer WAGT es, so etwas zu behaupten?“

Usw.

Und jede Art von Geschichte kann der Tonstufe angepaßt werden.

BEHAUPTUNG (Person A): „Ich hab gehört, daß diese Leute einige Ruderboote gestohlen haben.“

ENTKRÄFTUNG (Person B): „Wer hat das gesagt?“

A: „Der Sohn des Hafenmeisters.“

B: „Ach, der. Der versteht alles falsch. Unser Ruderboot wurde gestohlen! Mit der ganzen Ausrüstung drin. Wir waren draußen, um zu fischen und ... sag mal, du glaubst doch nicht, daß ER es gestohlen hätte? Hast du je etwas davon gehört, daß er was gestohlen hat? Ist er vorbestraft?“

Nun, dieser Sohn des Hafenmeisters wird jetzt in den Erzählungen dessen, der dies behauptet hatte, „vorbestraft sein“. Da Diebstahl ihn interessiert, wird Verbrechen ihn auch interessieren.

5. Studieren Sie die Situation sorgfältig.

Die Technologie dafür, die Drahtzieher zu finden, ist sehr umfassend. Aber der Kern davon ist, DATEN ABZULEGEN.

Jegliche Public-Relations-Arbeit ist teuer in bezug auf Zeit oder Geld oder beides. Und nichts ist zeitraubender, als die Quelle von Schwarzen-Propaganda-Kampagnen herauszufinden.

Man muß aber, um überhaupt zu leben, sich manchmal mit dieser Suche befassen.

Man bleibt einfach dabei, diese Erzählungen zu verfolgen, bis man die Quelle lokalisiert hat.

Es kann sein, daß es mehr als eine scheinbare Quelle gibt, und diese können gehandhabt werden. Aber sie werden letzten Endes zum wirklichen Anstifter führen.

Man fährt einfach ständig damit fort, Namen festzustellen und in Akten mit Datum dazu abzulegen.

Nach einiger Zeit wird die Akte eines Namens sehr dick sein. Das ist Ihr Knabe - oder die Gesellschaft oder das Unternehmen oder die Nation.

6. Behindern oder zerstören.

Während Sie herumgeschaut haben, haben Sie Dead-Agenting gemacht und somit die Attacken gehandhabt. Die Kampagne wird schwächer und wieder stärker, aber sie wird tatsächlich schwächer.

Es gibt Tausende von Variationen, wie man den wirklichen „WER“ findet.

Aber im Grunde genommen ist es einfach schauen, Dead-Agenting, Daten ablegen und immer wieder schauen.

Und während dieser ganzen Zeit handhaben Sie.

Manchmal geschieht das sehr schnell.

Hin und wieder packt der Schwarze-Propaganda-Mann einfach seine Sachen zusammen und verschwindet, bevor er vollständig lokalisiert worden ist. Er ist der Gegen-Aktion gewahr geworden.

Die gewöhnliche Aktion ist eine Gegen-Propaganda-Kampagne, die auf Wahrheit beruht.

Es ist eine Tatsache, die man nicht leicht findet und die mühevoll erlernt wurde, daß Leute, die sich mit Schwarzer Propaganda befassen, riesige, entsetzliche Verbrechen zu verstecken haben.

Sie haben keine kleinen Verbrechen. Sie haben GROSSE Verbrechen begangen.

Die eigene Fähigkeit, Böses zu konfrontieren, mag zu gering sein, um die Verbrechen der Schwarzen-Propaganda-Leute wirklich zu erfassen oder zu glauben, daß sie existieren.

Solche Leute sind oft SCHEINHEILIGE Heuchler. Sie sind gewöhnlich arrogant und lassen sich nicht auf Verhandlungen ein (auf Beprechungen mit dem Feind). Sie scheinen sich ihres RECHT-HABENS so furchtbar sicher zu sein, daß es einem schwerfällt zu glauben, sie könnten jemals etwas Schlechtes tun.

Daher ist der Schwarze-Propaganda-Mann in vielen Fällen nicht als solcher auffindbar. Die noble Institution, die vornehme Gesellschaft und das strahlende Land stehen weit, weit über so boshafte psychotische Tricks wie zum Beispiel eine durchstudierte, finanzierte, fachmännisch durchgeführte Kampagne bössartiger Lügen.

Daher glaubt man ihnen. Oder ihren Dienern wird geglaubt. Und ihre Kampagnen können sehr wirksam sein.

Aber das macht es schwer, sie zu verdächtigen oder sie aufzuspüren. Und das macht es auch schwer, zu erreichen, daß etwas Schlechtes über sie geglaubt wird.

Aber unter all dem befinden sich wirkliche Verbrechen. Nicht das Stehlen von Äpfeln oder Pfennigen als Kind. Wirkliche Verbrechen wie Wucher, Erpressung, Unterschlagung und Massenmord verstecken sich in ihren Wandschränken. Glauben Sie das. Denn in dem Verlauf Ihres Gegen-Angriffs mögen Sie bei dem Versuch, jemals irgend etwas zu finden, verzweifeln.

Aber Sie werden es finden.

Eine großartige Eisenbahngesellschaft - die aber heimlich jeden ermordet, der sich ihren Zugriffen auf Land widersetzt. Ein Minister von hohem Ansehen - aber ein heimliches Mitglied einer Mörderbande, von der er Anweisungen entgegennimmt. Der größte und „am meisten respektierte“ Gewerkschaftsführer im Land - aber ein numerierter Agent eines ausländischen Spionagedienstes mit dem Ziel, die Treibstoff-Kapazität des Landes zu zerstören und den Präsidenten zu erledigen!

Und jeder von diesen befaßte sich mit Schwarze-Propaganda-Kampagnen, die viele Leben ruinierten, und wurde nie dessen verdächtigt, sie durchgeführt zu haben.

Die Bösen haben die Neigung, sich die Guten vom Halse zu schaffen. Manchmal aus - wie sie denken - guten Gründen, manchmal aus eingebildeten Gründen, und manchmal, weil der Bösewicht eine anständige, fähige Person einfach nicht ausstehen kann.

Aber es liegt keine wirkliche Wahrheit in dem Satz, daß der Bösewicht immer seinen eigenen Untergang verursacht. Er mag kommen, aber es mag viel zu spät sein, um den Ruf oder auch nur das Leben der Person zu retten, die durch versteckte Kampagnen angegriffen wurde.

Daher ist es lebenswichtig, die Angelegenheit zu handhaben. Man kann nicht einfach hoffen, daß es von selbst vorbeigeht. Das wird es nicht. Es wird in dem Ausmaß verhängnisvoll werden, in dem es nicht gehandhabt wird.

Je weniger Handhabung, um so verhängnisvoller.

Es gibt noch eine andere, mühevoll errungene Wahrheit.

NUR EIN GEGEN-ANGRIFF HANDHABT ES.

Es ist eine Tatsache, daß - wenn man sich selbst gegenüber PR macht - dies nicht die Auswirkungen der Kampagne beseitigt. Und nur zu bald hat man keine Kommunikationslinien übrig, um irgend etwas zu handhaben, da der Ruf derart zerstört ist, daß niemand mehr zuhört und keine Linien übrigbleiben.

Man muß das Vakuum auffüllen, das die bösen Taten des Gegen-Propagandisten hervorgerufen haben. Da diese nie ans Tageslicht kommen, gibt es da ein Vakuum.

Merkwürdigerweise wird die Presse Angriffe drucken. Vielleicht wird das in irgendeinem erleuchteten Zeitalter nicht mehr der Fall sein. Aber in diesem Zeitalter werden gute Angriffe oder Kämpfe zwischen Dingen tatsächlich Platz in Zeitungen eingeräumt bekommen.

Aber die Presse ist weit davon entfernt, der einzige Kommunikations-Kanal zu sein. Regierungen glauben der Presse und denken, daß sie die öffentliche Meinung sei. Eine Zeitung kann die Festung eines Schwarzen-Propaganda-Mannes sein. Aber ein Volk glaubt oft wenig von dem, was es liest.

Es gibt Meinungsführer, es gibt Briefe, es gibt Mundpropaganda. Das sind auch Kommunikations-Kanäle, und sie sind sogar sehr viel mächtiger als die Presse.

Es gibt auch freundliche Presse. Aber ein freundlich sprechender Reporter ist der, dem man am meisten mißtrauen muß. Er war so nett im Gespräch, so böse in seinem Artikel.

Aussagen, die man macht, können verdreht werden. „Sie gab eine Geburtstags-Party“ wird dann zu: „Die Verbrecher ihres Kreises versammelten sich gestern zu einer Sex-Orgie und machten der Polizei weis, es sei eine Geburtstags-Party. Niemand wurde eingesperrt.“

Das Merkmal Schwarzer Propaganda ist sehr leicht in Verdrehungen von Geschriebenem zu sehen.

Es kostet daher Zeit und Arbeit, um eine Attacke umzudrehen, denn die normalen Kanäle müssen wieder geöffnet und umgedreht werden.

Man macht das durch Angriffe.

Aber Angriffe, die nicht wahr sind, haben Gerichtsprozesse zur Folge. Daher darf man nur aufgrund bewiesener Tatsachen angreifen.

Das erfordert eine Menge mühsamer Suche.

Schwarze-Propaganda-Leute haben jedoch oft viele andere Feinde. Diese haben manchmal Informationen gesammelt.

Die Prinzipien sind: Wenn die Unter-Terminale lokalisiert worden sind, untersucht man sie und macht einen Gegen-Angriff auf sie. Dann deckt weitere Ermittlung Terminale auf, die den Propagandisten näher stehen, und diese werden angegriffen. Kurz, man stellt Ermittlungen an und attackiert.

Seien Sie immer bereit, zu verhandeln - das heißt, sich zusammensetzen und die Angelegenheit klären. Die Arroganz des Schwarzen-Propaganda-Mannes verbietet das oft. Und wenn das der Fall ist, bedeutet das längere und härtere Arbeit und, wenn sie gut gemacht wird, seinen Absturz.

Auf jeden Fall ist die Attacke ein langer Zyklus, ein komplizierter Zyklus und oft ein teurer Zyklus. Er besteht aus Ermitteln und Angreifen.

Aber denken Sie daran, man muß angreifen, wenn man einmal irgendeine Vorstellung von der Identität des Schwarzen-Propaganda-Mannes oder sogar seiner Unter-Terminale hat.

Es gibt keinen anderen Weg, der da hinausführt.

Jeder andere Weg bedeutet Tod.

7. Fahren Sie fort, das Vakuum aufzufüllen.

Fortgesetzte, gute Arbeit und wirkungsvolle Veröffentlichung von Material über die eigene gute Arbeit ist lebenswichtig, besonders in einem Krieg Schwarzer Propaganda.

Man kann nicht einfach nur kämpfen.

In Wirklichkeit machen Sie den anderen bekannt, wenn Sie ihn wiederholt bloßstellen. Das gibt Ihnen eine neue Art von Vakuum. Man wird als die Person oder als das Unternehmen oder das Land bekannt, das angreift. Aber wer ist diese Person oder dieses Unternehmen oder das Land wirklich?

Hefte, Broschüren, Pressemeldungen, die eigene Zeitschrift und das eigene Magazin, die eigenen Kontakte mit Meinungsführern, diese Dinge und viele andere müssen ergänzt werden durch eine VERSTÄNDLICHE EIGENE IDENTITÄT.

Indem man diese Dinge verteilt oder gebraucht, publiziert man die eigenen guten Leistungen.

Und man muß auch gute Leistungen erbringen. Man kann sein Leben nicht ausschließlich der Auslöschung des Feindes widmen, selbst wenn das sehr verlockend ist.

Andererseits kann man sich innerhalb der Erfordernisse der Sicherheit nicht fortgesetzt verstecken; man muß durch seine guten Leistungen und Aktionen wenigstens sichtbar sein.

Daher muß ein fortgesetzter, wahrheitsgemäßer und kunstvoller Sturzbach von Veröffentlichungen erscheinen.

Dann wird es eines Tages keinen Feind geben.

Und der eigene Ruf ist sehr gut.

Es mag andere Angriffe geben, aber jetzt kann man sie als kleine Feuerchen und nicht als ganzen Waldbrand handhaben.

WAS IST SCHWARZE PROPAGANDA?

Sie können sehen, daß Schwarze Propaganda ein versteckter Angriff auf den Ruf einer Person, eines Unternehmens oder einer Nation ist, bei dem Verleumdung und Lügen verwendet werden, um jemanden zu schwächen oder zu zerstören.

Jede Verteidigung geht davon aus, daß das Angriffsziel nicht ganz so schlecht ist.

Man muß nicht unbedingt vollkommen sein, um einem Angriff zu widerstehen, aber es hilft.

Aber selbst wenn man vollkommen wäre, läge darin kein Schutz. Fast alle Heiligen in der Geschichte waren solchen Angriffen unterworfen. Und die meisten von ihnen starben daran.

Die Antwort darauf ist, PR-TECHNOLOGIE GESCHICKT ANZUWENDEN.

Um in etwas geschickt zu sein, muß man es kennen, darin Erfahrung haben und es TUN.

So ermüdend die Aufgabe einigen auch scheinen mag, so herzerbrechend sie sein kann, man muß dennoch kämpfen. Und

zwar mit Werkzeugen, Technologie und Hingebung kämpfen, die denen des Feindes überlegen sind.

Aber indem man fortschreitet und kleine Gewinne bekommt, kleine Durchbrüche macht, indem man kleine, unbedeutende Scharmützel und Kämpfe gewinnt, erreicht man letzten Endes doch einen Sieg nach dem anderen und gewinnt zum Schluß den ganzen Krieg.

Man ist gerettet.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:ldm:sb:nt:rd;
Übers.:-/LB:hl
Übersetzung genehmigt vom
LRH Comm New Era Pubs

WANN KAM DER KUNDE MIT SCN ODER DN IN BERÜHRUNG _____

DURCH WEN ODER WAS _____

BERUF _____ ARBEITGEBER _____

ADRESSE DES ARBEITGEBERS _____

WIE LANGE IN DER STELLUNG _____ LOHN _____

FAMILIE: NAME & ADRESSE DER ELTERN _____

DER NAME DES EHEMANNS/DER EHEFRAU _____
(Nichtzutreffendes streichen)

BERUF _____

KINDER:

NAME & GESCHLECHT _____ ALTER _____ BERUF _____

NAME & GESCHLECHT _____ ALTER _____ BERUF _____

NAME & GESCHLECHT _____ ALTER _____ BERUF _____

ENGE FREUNDE & VERWANDTE:

NAME & ADRESSE _____

VERHÄLTNIS ZUM KUNDEN _____

NAME & ADRESSE _____

VERHÄLTNIS ZUM KUNDEN _____

NAME & ADRESSE _____

VERHÄLTNIS ZUM KUNDEN _____

PROSPECTS:

NAME & ADRESSE _____

DIENSTLEISTUNG, AN DER
ER INTERRESSIERT IST _____

NAME & ADRESSE _____

DIENSTLEISTUNG, AN DER
ER INTERRESSIERT IST _____

NAME & ADRESSE _____

DIENSTLEISTUNG, AN DER
ER INTERRESSIERT IST _____

NAME & ADRESSE _____

DIENSTLEISTUNG, AN DER
ER INTERRESSIERT IST _____

ZUSÄTZLICHE DATEN IM ZUSAMMENHANG MIT DEM KUNDEN _____

DIESES BLATT WIRD VORNE IN DIE MAPPE IN DEN ZENTRALAKTEN GELEGT

VERGANGENE KÄUFE & ZUKÜNFTIGE KÄUFE

GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____
GEKAUFTE- DIENSTLEISTUNG _____	WANN _____	ZAHLUNGSMETHODE _____

BEMERKUNGEN:

Unterschrift: _____
Registrar/Tourenmitarbeiter

DIESES FORMULAR WIRD VORNE IN DEN ORDNER IN DER ZENTRALAKTEN GELEGT

ZU BEFOLGENDE PUNKTE

1. Jede Mappe in den Zentralakten rechtfertigt ein Verkaufsdatenblatt.
2. Die Zentralakten müssen in einer Position sein, dass man vergangene Käufe herausnehmen kann. Halten Sie die Mappe in den Zentralakten mit einem vollen Verkaufsdatenblatt, das vorne in die Mappen eingelegt wird, versorgt.
3. Die Zentralaktenmappe muss beim Closen eines Geschäftes immer zur Hand sein. Dadurch ist es möglich, das Verkaufsdatenblatt auf den neuesten Stand zu bringen und nach den Daten, die gebraucht werden, zu fragen.
4. Da die Zentralaktenmappen in der Org bleiben, werden die Tourenpersonen mit Fotokopien oder Karten des Verkaufsdatenblattes versorgt (zusätzlich zu leeren Kopien), damit sie diese auf den Touren benutzen können.
5. Die Registratoren für die Öffentlichkeit müssen einen Stoss Verkaufsdatenblätter zur Hand haben, da eine Person, die zum ersten Mal eine Dienstleistung kauft, keine Mappe in den Zentralakten haben wird. Am Ende des Tages werden die eingeordneten Verkaufsdatenblätter mit den Registrationskarten beim Registrator für die Öffentlichkeit Verwalter vergleichsweise überprüft, bevor man sie an die Zentralakten zum Einlegen in die neuen Zentralaktenmappen weitergibt. Der Grund dafür wird in "Die grossen Meister ihrer Klasse"-Registrationsserie No.3 erklärt.
6. Sollten mehr Verkaufsdatenblätter notwendig sein, um die Verkaufsdatenblätter gültig und auf dem neuesten Stand zu halten, dann legen Sie solche einfach vorne in die Mappen in den Zentralakten ein.
7. Die Verantwortlichkeit für das richtige Ausfüllen und Ausgefüllhalten der Verkaufsdatenblätter liegt bei denen, welche die Zentralakten benutzen.
8. Das Personal der Zentralakten ist mit der Pflicht beauftragt, die Verkaufsdatenblätter immer vorne in den Zentralaktenmappen zu halten und deren Entfernen zu verbieten. Ist ein Verkaufsdatenblatt notwendig oder wird es verlangt, dann wird es zusammen mit der Zentralaktenmappe geliefert.
9. Für eine schnelle und leichte Identifikation müssen die Verkaufsdatenblätter auf farbigem Papier abgezogen werden, am besten hellviolett, die Kennfarbe der Verbreitungsabteilung.

GOLDGRUBE

Vergessen Sie nicht, dass es Sie ein Vermögen kosten wird, wenn dieses Verkaufsdatenblatt unbenutzt bleibt oder nicht auf dem neuesten Stand gehalten wird.

BENUTZEN Sie es daher gründlich und machen Sie MEHR GELD.

LRH:KU:RR:nt Trans KB/WM:an
Copyright (c) 1972, 1973
L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN

Lt. Robin Roos
Verbreitungsadjutant
Genehmigt vom persönlichen
Kommunikator von LRH
für
L. RON HUBBARD
GRÜNDER

HUBBARD COMMUNICATIONS OFFICE
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex
HCO POLICY LETTER VOM 1. DEZEMBER 1972
AUSGABE IX

Vervielfältigung
Registraloren der
Abteilung 2 und 6
Registraloren für
Voraustermine
Tourenmitarbeiter
Empfang
Tech. Sek.
Prozessing-Direktor
Ausbildungs-Direktor
Info: FBO der Abt. 3

"Die grossen Meister ihrer Klasse"
Registrationsserie Nummer 4

EINSCHREIBEN EINFACH GEMACHT

Annuliert: HCO PL vom 12. Oktober 72 Ausgabe I
(Derselbe Titel wie oben)

HCO PL vom 30 Juli 72

"Legaler Kontrakt für Auditieren & Ausbildung im UK"

Formular: Pledge of Offering
(wird nur in Amerika verwendet)

Ändert ab: HCO PL 30 August 62

"Allgemeine Form der Verzichtserklärung"

HCO PL 1. Sept. 65

"Einige PLs der Tech. Abt." -

"Die legalen Aspekte des Einschreibens"

Die gegenwärtig existierenden Einschreibeformulare stellen einen Stop für individuelles Einschreiben für Dienstleistung(en) dar, und auch im SCHNELL-STRÖMUNGS-REGISTRATIONSsystem, insofern, als diese Formulare in der Art, wie sie geschrieben sind, einen Registrator daran hindern können, Leute einzuschreiben, ungeachtet dessen, wer oder was sie sind.

In Zusammenarbeit mit dem Stellvertretenden Guardian für Rechtsangelegenheiten WW ist das Einschreibe-Verfahren vereinfacht worden, während zur selben Zeit Massnahmen zum Schutz gegen einen Rücktritt des Prospects unternommen wurden ("Die Verkaufsabschlusstechniken der grossen Meister ihrer Klasse" Seite 109 bis 122).

Es existieren jetzt zwei Formulare, die zusammen einen gültigen, bindenden Kontrakt formen.

1. DAS ANTRAGSFORMULAR

2. DAS ANNAHMEFORMULAR

ANTRAGSFORMULAR
(Scientology-Kirche)

Ich _____ aus _____
Voller Name

Volle Adresse

bewerbe mich um Scientology-Auditieren/Ausbildung.

Geben Sie Einzelheiten an, wenn Sie wollen _____

Unterschrift: _____
(Bewerber)

Datum: _____

Der voraussichtliche Kunde fällt das ANTRAGSFORMULAR am Pult des Registrators aus.

Der Registrator benutzt die zutreffende der empfohlenen Verkaufstechniken, um die Person zum Ausfüllen des Formulars zu bewegen und um die Zahlung für die Dienstleistung einzukassieren. Jenen Leuten, die nicht unmittelbar eine Dienstleistung starten, händigt man eine Terminkarte mit einer Zeitwahl und dem Datum für eine Rückkehr in die Org aus, und man schreibt eine diesbezügliche Notiz in das Terminbuch des Registrators.

Im Falle, dass eine Person, die nicht für alle notwendigen Auditier-Intensive auf einmal zahlen kann, das Antragsformular ausfüllt, gibt man ihr den R-Faktor dass sie ihr Auditieren starten kann, ohne für ALLE Intensive voll bezahlen zu müssen, und die Anzahl Intensive erhält, für die sie voll bezahlen kann. Da es aber auf jeden Fall Vorschrift ist, dass sie alle verlangten Stunden erhält, ist es notwendig, dass sie für den Restbetrag einen Wechsel (Definition: Ein geschriebenes Versprechen, eine gewisse Geldsumme innerhalb einer bestimmten Zeit zu zahlen) unterschreibt. Tech wird das, was tatsächlich bezahlt wurde, liefern, und sobald die Person die restlichen Intensive bezahlt, wird Tech diese liefern. Eine Kopie des unterschriebenen Wechsels geht an die unterabteilung 7 und das Original zu den Wertdokumenten.

ANNAHMEFORMULAR

ICH _____
Annehmende Person

nehme hiermit im Auftrag der _____
Zutreffender Name der Org

Name (in Blockbuchstaben)

Name der Dienstleistung(en)

zu folgender feststehenden Spende _____ an.

Dies beruht auf dem folgenden:

Scientology ist ein geistiger und religiöser Wegweiser, der darauf ausgerichtet ist, die Leute ihrer selbst als geistige Wesen bewusster zu machen. Scientology behandelt oder diagnostiziert keine Gebrechen des menschlichen Körpers oder Verstandes und befasst sich nicht mit dem Lehren oder Praktizieren medizinischer Künste oder Wissenschaften.

Dianetics ist eine geistliche Beratungstechnologie, mit dem Zweck, die Wirkung des Geistes auf den Körper zu behandeln. Sie befasst sich nicht mit dem Behandeln oder Praktizieren medizinischer Künste, sondern sie ist ein religiöser Wegweiser, der darauf ausgerichtet ist, Menschen zu helfen, ihr Wohlergehen und ihr Glückseligkeit zu vergrößern.

Die Kirche darf durch eine schriftliche Kündigung die Dienstleistung zeitweilig oder für immer einstellen, wenn irgendwelche ihrer Kodizes oder Policies verletzt werden.

Ist es notwendig, dass der Bewerber irgendwelche medizinische Behandlung von einem Arzt erhält, und nicht von der Kirche, dann ist sie für die daraus entstehenden Kosten und Fehler (sofern welche entstehen) nicht verantwortlich.

Die Kirche ist nicht verpflichtet, irgendwelche Kosten dieser Dienstleistung rückzuerstatten, ausser, wenn der Bewerber:

Innerhalb von 90 Tagen nach dem Abschliessen eine Rückvergütung verlangt und eine Verzichtserklärung unterschreibt. Der Bewerber verspricht, das er diese Bedingungen einhält und im Zusammenhang mit diesem Übereinkommen keine anderen Ansprüche an die Kirche, deren Diener oder Vertreter erhebt. Er erklärt, dass er mit früheren Dienstleistungen zufrieden ist (wenn welche).

Datum: _____ Unterschrift: _____
für die Kirche

Unterschrift: _____
Bewerber

(Ist der Bewerber minderjährig, dann ist hier die Unterschrift eines Elternteils oder des Vormundes notwendig.)

Sobald das ANTRAGSFORMULAR unterschrieben wurde, wird dem Antragsteller eine Kopie überreicht. Er wird sofort vom Tech-Laufburschen zur Technischen Abteilung geroutet, ungeachtet dessen, ob die Person die Dienstleistung nehmen wird, ob sie ganz oder nur teilweise bezahlt hat, oder bis jetzt noch keine Zahlung gemacht hat.

Der Tech. Sekretär oder entweder der Ausbildungsdirektor oder der Processing - direktor (das hängt von der Art der Dienstleistung ab) werden das ANNAHMEFORMULAR ausfüllen und, indem sie das machen, nehmen sie den Bewerber im Namen der Organisation an.

Der Registrator kann Tech beim Eintragen der auf dem ANNAHMEFORMULAR verlangten Einzelheiten behilflich sein, so dass Tech nur mehr mit seinem/ihrem Namen das Formular unterschreiben muss, und es den Bewerber in gleicher Weise machen lässt. Wie dem auch sei, in Stosszeiten kann es sein, dass der Registrator auf Grund von Zeitmangel nicht in der Lage ist, das zu machen. Ist das der Fall, dann trägt Tech alle Einzelheiten ein.

PERSONEN, DIE PER POST EINEN VORAUSTERMIN ERHALTEN

Das ANTRAGS- und das ANNAHMEFORMULAR werden in den Paketen, des Registrators für Voraustermine verwendet.

Der Registrator für Voraustermine füllt die Einzelheiten auf diesen Formularen aus, lässt das ANNAHMEFORMULAR von Tech unterschreiben und schickt diese dem heissen Prospect zum Unterschreiben, wobei er den Platz für die Unterschrift mit einem X kennzeichnet.

TOUREN

Da es nicht möglich sein wird, dass Tech das ANNAHMEFORMULAR von Leuten, die auf einer Tour eingeschrieben wurden sofort, unterschreibt, lassen die Touren-Mitarbeiter nach Möglichkeit den Bewerber das Annahmeformular unterschreiben. Wenn sie zur Org zurückkehren, sorgen sie dafür, dass der Bewerber von Tech durch Unterschreiben des Formulars angenommen wird.

Da durch Touren Leute in die Org gebracht werden, kann man dem Bewerber bei seiner Ankunft eine Kopie des Annahmeformulars geben oder der Registrator für Voraustermine kann ihm eine Kopie per Post zusenden, wenn er die Dienstleistung nicht sofort anfängt.

NICHT-ANNAHME

JENE PERSONEN, DIE BEREITS GEGENSTAND LOKALER ODER INTERNATIONALER, ETHIK-ORDERS SIND, DA SIE UNTERDRÜCKERISCHE PERSONEN SIND ODER MIT UNTERDRÜCKERISCHEN GRUPPEN IN VERBINDUNG STEHEN ODER SCHMAROTZER SIND, KÖNNEN FÜR EINE DIENSTLEISTUNG DER ORG NICHT AKZEPTIERT WERDEN.

Das sind die einzigen Personen, die man zurückweisen darf. Sie müssen in einer FCO oder int. Ethik-Order oder einer lokalen Ethik-Order vorkommen.

RÜCKZAHLUNGSFORDERUNGEN

Sollte ein Bewerber zu einem späteren Zeitpunkt verlangen, dass ihm seine Vorauszahlung zurückbezahlt wird, dann können die Abteilung 3 und der FBO das Antragsformular und das Annahmeformular benutzen, um den Rücktrittsversuch zu bekämpfen, indem man ihn überredet, das zu machen in das er einwilligte, es zu machen, und seine Zustimmung in Ehren zu halten.

SCHLIESSEN SIE DIE SCHREIBARBEIT AB

Sie werden nicht weit falschgehen, wenn Sie der Regel folgen, beim Close so viel Schreibearbeit wie möglich abzuschliessen.

Schieben Sie irgendwelche Abschlussarbeiten beim Close auf, wie zum Beispiel Tech das Annahmeformular zu einem späteren Zeitpunkt unterschreiben lassen, dann laufen Sie Gefahr, dass der Prospect zurücktritt.

UNMITTELBARE BENUTZUNG

Die obigen zwei Formulare werden mit Erhalt wirksam und ersetzen automatisch die gegenwärtig existierenden Einschreibeformulare (einschliesslich der Verzichtserklärungsformulare). Für jedes der beiden Formulare sind ein Original und zwei Kopien vorgeschrieben. Das Original kommt zu den Wertdokumenten, eine Kopie ist für den Bewerber und eine Kopie für die Zentralakten.

Das sind die Antworten auf den Traum eines jeden Registrators von der SCHNELLSTRÖMUNGSREGISTRATION.

Verbreitungsadjutant
Genehmigt vom persönlichen
Kommunikator von LRH
für
L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:KUR:RR:nt Trans CB/WM:an
Copyright (c) 1972, 1973
L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSKURS
Saint Hill Manor, Post Brinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 2. DEZEMBER 1972B
AUSGABE I
NEU-REVIDIERT AM 20. MAI 1980

Niedervervielfältigen

(Die 3. Revision berücksichtigt die Auf-
hebung des DBS vom 12. Nov. 72, DRILLS
ZUR VERKAUFSGESCHICKLICHKEIT FÜR REGI-
STRARE; sie schließt das HCO PL vom
27. Mai 1980, ÜBUNGEN FÜR REGISTRARE, ein.)

CHECKSHEET
DES KURSES FÜR VERKAUFSSHUNST
FÜR REGISTRARE

Dieser Kurs verbindet die grundlegenden Daten und Richtlinien
der Scientology mit professionellen Verkaufstechniken zu einem Kurs,
der die Grundlagen und Techniken des Verkaufens behandelt.

Er enthält nicht alle Richtlinien für die Unterabteilung 6 und
ersetzt nicht andere Registrations-Materialien.

Dieser Kurs ist für Registrare der Abteilung 2 und 6, für
Tourenpersonal und für jegliches andere Verkaufspersonal gedacht.

VORBEDINGUNGEN: Student-Kat.

NAMEN: _____ BEGONNEN AM: _____
ORG: _____ ABGESCHLOSSEN AM: _____
POSTEN: _____

DAUER DES KURSES: 2 Wochen bei Vollzeitstudium oder 5 Wochen
bei Teilzeitstudium.

STUDIERTECHNOLOGIE: Dieses Checksheet wird einmal durchgear-
beitet. Dabei muß ständig die vollständige Studiertechnologie ver-
wendet werden. Die Punkte auf dem Checksheet, die mit zwei Stern-
chen ** gekennzeichnet sind, müssen studiert werden, und dann muß
der Student darauf Wortklären Methode 4 und einen Checkout erhalten.
Nehmen Sie Bezug auf HCOB 25. Sep. 79, Ausgabe I, DRINGEND - WICH-
TIG, ERFOLGREICHER AUFBAU DER AUSBILDUNG, und stellen Sie sicher,
daß die Materialien studiert werden, um volles Verstehen und die
Fähigkeit zur Anwendung zu erreichen.

PRODUKT: Ein Graduierter, der die Verkaufsrichtlinien der
Scientology und die professionellen Verkaufstechniken lernt und
sie erfolgreich anwendet.

ZERTIFIKAT: Der Graduierte dieses Kurses wird mit dem Zerti-
fikat HUBBARD-VERKAUFSSPEZIALIST ausgezeichnet.

Das Material dieses Kurses ist auf Band ins Deutsche übersetzt worden. Spielen Sie die Tonbänder in der Reihenfolge ab, die auf dem Checksheet und auf den Tonbandschachteln angegeben ist. Zeichnen Sie jeden Policybrief, jedes Bulletin, jedes Buchkapitel oder jeden anderen auf Band aufgenommenen Checksheetpunkt, sobald Sie ihn zu Ende gehört haben, mit Ihren Initialen auf dem Checksheet ab, bzw. lassen Sie ihn abzeichnen. Titel oder Bezeichnung jedes einzelnen Punktes werden auf dem Tonband vor seiner Aufzeichnung selbst genannt.

Auf den Tonbandschachteln und auf dem Checksheet ist angegeben, nach wie vielen Minuten und Sekunden nach Beginn des Bandes jedes Bulletin, jeder Policybrief und jede andere Ausgabe beginnt. Durch Verwendung der Tonbandmeßschablone können Sie einen bestimmten Punkt, den Sie sich noch einmal anhören wollen, mit Leichtigkeit finden. Stellen Sie das Tonbandgerät ein, wie Sie es gelernt haben, und beginnen Sie. Wir wünschen Ihnen viel Erfolg auf diesem Kurs.

START!

ABSCHNITT 1

DIE FUNKTIONSFÄHIGKEIT VON SCIENTOLOGY ERHALTEN

BAND 1A

01:00 1. HCO PL 7. Feb. 65
DIE FUNKTIONSFÄHIGKEIT VON SCIENTOLOGY
ERHALTEN

47:55 2. HCO PL 14. Feb. 65
DER SCHUTZ DER TECHNOLOGIE

BAND 1B

01:00 3. HCO PL 17. Juni 70R
HERABSETZUNGEN DER TECHNOLOGIE

4. DEMO: Verwenden Sie Ihr Demo-Kit, um die Verantwortung eines Registrars hinsichtlich des Erhaltens der Funktionsfähigkeit von Scientology zu zeigen.

5.

6.

7.

ABSCHNITT 2

WAS SIE VERKAUFEN

1. TONBANDVORTRAG: 5812C16 WST-1 PR&R-1
WERBUNG UND REGISTRATION

19:20 2. FILM: Einführendes Filminterview mit LRH.

3. HCO PL 5. Mai 65
KLASSIFIZIERUNGS-, GRADIERUNGS- UND BEWUSSTSEINSKARTE

- 45:00 4. *HCOB 31. Aug. 74RA
NEUE GRADKARTE (Verwenden Sie das Tech. Dict.,
um Fachausdrücke oder Abkürzungen zu finden.)
(Forts. Band 2A)
5. **KARTE: Klassifizierungs-, Gradiierungs- und
Bewertungskarte. (Studieren Sie sie und seien
Sie in der Lage, alle Wörter zu definieren und
Fragen in bezug auf die Karte zu beantworten -
all dies ist Teil des Checkouts.)
- Band 2A
- 07:30 6. HCOB 22. Sep. 65
REFERENCE-ABSTUFUNG - NEUE RELEASE-GRADE
- 17:00 7. HCOB 15. Jan. 70
DIE VERFEHLUNGSSWECHE DES AUDITING
- 55:50 8. **IRH ED 301 INT
RONS JOURNAL 30
(Forts. Seite B und Band 3A)
- Band 3A
- 09:35 9. IRH ED 301-1 INT
KORREKTUR ZU RONS JOURNAL 30, VORBEREITUNGEN
FÜR SUPER-POWER-AUDITOREN
10. IRH ED 307 INT
RONS JOURNAL 31
1980 - DAS JAHR DER EXPANSION
- 13:00 11. HCOB 15. Jan. 70 II
HANDHABUNG DURCH AUDITING
12. KNET-DEMO: Die Trainings-Route.
Die Preclear-Route.
13.
14.
15.

ABSCHNITT 3

DIE ENTSCHEIDENDEN GRUNDLAGEN

(Kommunikation, ARC, Mißverständnisse und FR)

- 38:45 1. **HCOB 5. Apr. 73
AXIOM 28 VERBESSERT (Lernen Sie den Teil, der
in Großbuchstaben geschrieben ist, auswendig.)
2. KNET-DEMO: Axiom 28 verbessert.
3. BUCH: DIANETIK 55!: Kapitel VII
KOMMUNIKATION
Kapitel VIII
DIE ANWENDUNG VON KOMMU-
NIKATION
Kapitel IX
ZWEIWEG-KOMMUNIKATION
4. TONBANDVORTRAG: 5501C19
KOMMUNIKATION UND DAS ARC-DREIECK
5. KNET-DEMO: Wie das ARC-Dreieck funktioniert.
- 42:10 6. HCOB 25. Sep. 71RB, rev. 1.4.78
VOLLSTÄNDIGE TONSKALA (Lernen Sie die Stufen
und Nummern von 0 bis 4 auswendig.)
7. ÜBUNG: Sprechen Sie nacheinander kurz mit 6
verschiedenen Leuten. Machen Sie die Tonstufe
ausdrücklich. Nehmen Sie beim Gespräch die Tonstu-
fe ein, die um einen halben Abschnitt über der

Ihres Gesprächspartners liegt. Beobachten Sie die Wirkung bei der Person. Schreiben Sie hinterher auf, welche Tonstufe jede Person zeigte und was passierte, als Sie in der Tonstufe einen halben Abschnitt höher gingen. Geben Sie es beim Überwacher ab.

8. TONBANDVORTRAG: 6409C01 DER KURS FÜR
PERSONLICHE WIRKSAMKEIT _____
- 49:30 9. HCOB 8. Sept. 64 _____
OVERES - WAS LIEGT HINTER IHNEN _____
10. KNET-DEMO: Wie der Zyklus des mißverstandenen
Wortes mit Registration zusammenhängt. _____
- 54:15 11. HCOB 22. Juli 63 _____
SIE KÖNNEN RECHT HABEN _____
(Fortsetzung Seite B) _____
12. DEMO: Zeigen Sie mit Ihrem Demo-Kit, was pas-
sieren würde, wenn Sie einen Prospect (Inter-
essent, potentieller Käufer) in irgendeiner
Weise ins Unrecht setzen würden. _____

BAND 3B

- 21:10 13. HCO PL 21. Jan. 65, rev. 5.4.65 _____
SEHR WICHTIGE DATEN ÜBER WERBUNG _____
- 54:35 **14. HCO PL 17. Nov. 65 _____
DIE GRUNDPRINZIPIEN DER WERBUNG _____
(Fortsetzung Band 4A) _____
15. TONBANDVORTRAG: 7101C18 SO FEBC-2
PUBLIC RELATIONS WIRD ZU EINEM FACHGEBIET _____

BAND 4A

- 08:25 16. HCO PL 12. Nov. 69 _____
ERSCHEINUNGSBILD UND PUBLIC-RELATIONS-ARBEIT _____
- 29:10 17. HCO PL 13. Aug. 70 I _____
DIE RISIKEN VON PR _____
- 54:50 18. HCO PL 13. Aug. 70 II _____
DER FEHLENDE BESTANDTEIL _____
(Fortsetzung Seite B) _____

BAND 4B

- 23:50 19. HCO PL 13. Aug. 70 III _____
FALSCH ZIELGRUPPEN _____
- 47:45 20. HCO PL 30. Mai 71 _____
MANIEREN _____
(Forts. Band 5A) _____

BAND 5A

- 06:00 **21. HCO PL 7. Aug. 72R _____
PUBLIC-RELATIONS UND VERURSACHUNG _____
22. KNET-DEMO: PR und wie sie mit dem Registrar
und der Verkaufskunst zusammenhängt. _____
- 38:15 **23. HCO PL 14. Dez. 70 _____
GEISTIGE GESUNDHEIT DER GRUPPE (Auszug: Ab-
schnitte über Werbung und Verkäufe) _____
- 55:45 **24. HCO PL 3. Dez. 71 _____
AUSTAUSCH (Forts. Seite B) _____
25. KNET-DEMO: Austausch. _____

BAND 5B

- 07:40 **26. HCO PL 25. Juni 78, PR-Serie 32 _____
COME-ON-VERBREITUNGSARBEIT _____
- 22:40 **27. HCO PL 4. März 65 II _____
VERTEILUNG VON TECHNISCHEM MATERIALIEN UND
POLICIES (Forts. Band 6A) _____
28. _____
29. _____
30. _____

ABSCHNITT 4EINIGE GRUNDLEGENDE RICHTLINIEN (POLICIES)DER DISSEMINATIONS-ABTEILUNGBAND 6

- 17:55 1.** HCO PL 8. Nov. 73RA, rev. 9.3.74
DIE VFPs UND GDSes DER ABTEILUNGEN EINER ORG
- 44:10 2.** HCO PL 20. Nov. 65
DIE WERBEAKTIONEN EINER ORGANISATION
(Forts. Seite B und Band 7A)

BAND 7A

- 21:25 3.** HCO PL 28. Juli 74
ZUSATZ ZUM HCO PL VOM 20. Nov. 65,
DIE WERBEAKTIONEN EINER ORGANISATION
- 33:20 4.** HCO PL 14. Juli 70
DIE STATISTIK DES REGISTRARS
- 41:10 5.** HCO PL 27. Apr. 59
WARUM ES WENIG NEUE BÜCHER GIBT
(Forts. Seite B)

BAND 7B

- 05:40 6.** HCO PL 7. März 64
DIREKTOR FÜR EINSCHREIBUNG - DER BRIEFREGI-
STRAR - VERWALTUNG
7. AUFSATZ: Warum man eine Produktion haben muß,
die der Werbung entspricht, und Werbung, die
der Produktion entspricht, um zahlungsfähig
und ethisch zu sein.
- 40:05 8.** HCO PL 23. Sept. 64
POLICIES: VERBREITUNG UND PROGRAMME (Nur den
Abschnitt über die Korrespondenz des Briefre-
gistrars)
- 49:20 9.** HCO PL 31. Dez. 64
VERWENDUNG DER NAMEN DIANETIK, SCIENTOLOGY,
ANGEWANDTE PHILOSOPHIE
10. _____
11. _____
12. _____

ABSCHNITT 5TECHNIKEN DES VERKAUFENSBAND 8A

- 01:00 0.** HCO PL 23. Okt. 65, wiederherausgeg. 20.2.79
DISSEMINATIONS-DRILL
1. BUCH: DIE VERKAUFSABSCHLUSSTECHNIKEN DER
GROSSEN MEISTER IHRES FACHS (BIG LEAGUE SALES
CLOSING TECHNIQUES) von Les Dane. Parker Pub-
lishing Co. Inc., West Nyack NY 10994.
2. Methode-8-Wortklären auf alle Wörter, die im
Fachwörterverzeichnis zu dem Buch „Die Verkaufs-
abschlusstechniken der großen Meister ihres Fa-
ches“ definiert sind.

- 3. KAPITEL 1:
DEMO: a) Ein Angsthase
b) Jemand mit legitimen Einwänden
c) Geben Sie je 5 Beispiele für a) und b) und wie beide zu handhaben sind.
- 4. KAPITEL 2:
a) Definieren Sie den „Geh-Knopf“ (Go-Button) aus dem Buch „Die Verkaufsabschlusstechniken der großen Meister ihres Faches“.
b) Demonstrieren Sie, wie dieser in den Disseminations-Drill von LRH hineinpaßt.
c) Demonstrieren Sie, wie die Daten auf den Seiten 37-46 mit dem ARC-Dreieck zusammenhängen.
- 5. KAPITEL 3:
DEMO: Die 5 Arten von Ablösern.
- 6. KAPITEL 4:
DEMO: Ein Doppelteam-Verkaufsabschluß, wobei Sie zeigen, wie er sich von einem Ablöser unterscheidet.
- 7. KAPITEL 5:
ÜBUNG: SITUATION 1: Ottos Familie ist PTS und krank. Schreiben Sie eine mögliche Geschichte auf, die Sie ihm erzählen könnten, um ihn dazu zu bringen, ein Buch zu kaufen.
SITUATION 2: Ein Geschäftsmann, dessen Verkaufstrupp ihn nicht mag, hat Schwierigkeiten mit der Firma. Schreiben Sie auf, wie Sie eine „Kaltwasserdusche“ verwenden könnten, um ihm erfolgreich einen Kommunikationskurs zu verkaufen.
- 8. KAPITEL 6:
DEMO: Wie das erste und dritte grundlegende „Muß“ (Erfordernis) mit dem Kommunikationszyklus und Ton 40 zusammenhängen.
- 9. KAPITEL 7:
DEMO: Wann ein Verkaufsabschluß kein Verkaufsabschluß ist.
- 10. KAPITEL 8:
DEMO: Die 6 Fehler beim Verkaufsabschluß.
- 11. KAPITEL 9:
DEMO: Warum ein Registrar über alle Dienstleistungen der Org einschließlich LRH-Bücher gut unterrichtet sein muß, um bei dem „professionellen Käufer“ erfolgreich einen Verkaufsabschluß zu erzielen.
- 12. KAPITEL 10:
DEMO: Inwiefern das Fragen nach Prospects beim Verkaufsabschluß das Überleben des Prospects, des Registrars und der Org fördern kann.
- 13. KAPITEL 11:
Fertigen Sie eine Liste der Daten an, die Sie eventuell von einem Prospect behalten möchten, damit sie Ihnen bei zukünftigen Verkäufen helfen.

- 14. KAPITEL 12:
 Bevor Sie dieses Kapitel lesen, klären Sie die Definition von „Prospect“ gemäß:
 - HCOB 25. Apr. 60, FR-VERBUND
 - HCO PL 21. Sep. 65, ZWECKE DER UNTERABTEILUNG FÜR REGISTRATION
 - HCOB 6. Apr. 57, ZENTRALARCHIV & BESCHAFFUNG
 - HCO PL 6. Apr. 65, NAT DES BRIEFREGISTARS (Siehe dazu die Definition von „Prospect“ im Sachwörterverzeichnis dieses Kurses.)
DEMO: Was das „Einstufen eines Prospects“ in der Scientology bedeutet.

- 15.
- 16.
- 17.

ABSCHNITT 6

DIE WICHTIGSTEN RICHTLINIEN (POLICIES)

ÜBER REGISTRATION UND DAS VERKAUFEN IN EINER ORG

ANMERKUNG: Setzen Sie beim Studieren dieses Abschnittes jeden Policybrief in Beziehung zu den Verkaufsabschluss-techniken der großen Meister ihres Faches aus dem vorangegangenen Abschnitt.

BAND 8A

- 10:05 1. HCO PL 14. Feb. 61
 DER AUFBAU EINER ZENTRALEN ORGANISATION
 (Auszug über die Unterabteilung für Werbung und Registration)
- 2. KNET-DEMO: Was passiert, wenn ein Registrar in bezug auf Geld nicht völlig frei ist.
- 25:25 3. HCO PL 21. Sep. 65
 ZWECKE DER UNTERABTEILUNG FÜR REGISTRATION
- 4. KNET-DEMO: Die Zwecke der Unterabteilung für Registration.
- 41:00 5.** HCO PL 15. Nov. 58
 WIE MAN LEUTE BESCHAFFT
- 6. ÜBUNG: Machen Sie die Übung mit dem Titel „Verfahren“ aus diesem Policybrief.

BAND 8B

- 01:00 7. HCO PL 25. Jan. 57
 VERWEISUNGEN ANS FELD
- 04:20 8.** HCOB 16. Juni 57
 DIE FRAGEN DER LEUTE
- 05:50 9.** HASI PL 27. Sep. 57
 DIE ANFÜHRUNG VON PREISEN
- 10:05 10.** HCOB 15. Sep. 59
 TIPS FÜR DIE VERBREITUNGSARBEIT
- 11. AUFSATZ: Wie Sie die Scientology erfolgreich verbreiten.
- 27:15 12.** HCO PL 4. Juni 59 III
 DEFINITION EINER HEISSEN AKTE

- 32:30 13. HCO PL 6. März 63
DER VERKAUF VON TECHNIKEN IST VERBOTEN
- 02:50 14. HCO PL 21. Aug. 63
VERÄNDERUNG VON PLANZIELEN FÜR DIE ORGANISA-
TION (Forts. Band 9)
15. ÜBUNG: Lernen Sie die Definitionen in dem obigen Policybrief gründlich.
- BAND 8
- 08:15 16.** HCO PL 10. Feb. 64
EINSCHREIBUNG AUF DER GRUNDLAGE DER SELBST-
BESTIMMUNG
- 11:05 17.** HCO PL 7. Jan. 64
GRADIENTENSKALA DER BESCHAFFUNG DURCH
MITARBEITER
18. DEMO: Die 5 Kategorien für Mitarbeiter-
beschaffung.
- 47:20 19. HCO IL 23. Mai 65
FREISNACHLÄSSE
- 54:30 20.** HCO PL 1. Juli 65
BRIEFREGISTRAR, PERSONENREGISTRAR
- BAND 9B
- 01:05 21. HCO PL 9. Mai 65, wiederherausgeg. 30.4.79
FELD-AUDITOREN WERDEN MITARBEITER
- 38:50 22.** HCO PL 16. Juli 77 II
R-FAKTOR UND BRIEFREGISTRATION
(Forts. Band 10)
- BAND 10B
- 15:20 23.** HCO PL 16. Juli 77 I
WIE MAN BESCHAFFUNGSBRIEFE SCHREIBT
24. AUFSATZ: Was Realität mit Verkaufskunst zu
tun hat, und warum.
25. DEMO: Wie ein Registrar Realität über Leute
entwickeln kann.
26. ÜBUNG: Schreiben Sie anhand von 2 Akten aus
dem Zentralarchiv 2 Beschaffungsbriefe, wobei
Sie die Daten aus dem obigen HCO PL verwenden.
- 40:00 27. HCO PL 30. Aug. 66
VORSCHRIFTEN FÜR DIE SELEKTIERUNG
- 42:30 28. HCO PL 5. Juni 68
FSM-PROVISIONEN
- 43:55 29.** HCO PL 18. Nov. 69 I
DER WERT DER ZENTRALAKTEN (Forts. Band 11)
30. AUFSATZ: Der Wert der Zentralakten (Akten im
Zentralarchiv).
- BAND 11A
- 08:45 31. HCO PL 16. Mai 70
PETITIONEN VON ANSTALTS- UND SCHOCKFÄLLEN
- 16:15 32.** HCOB 28. Apr. 60, wiederherausgeg. 4.6.79
BÜCHER SIND VERBREITUNG
- 39:10 33. HCO PL 28. Sept. 71
VERKAUF UND LIEFERUNG VON AUDITING
(Forts. Seite B)

BAND 11B

- 12:10 34. HCO PL 11. Okt. 71
KORREKTUR - VERKAUF UND LIEFERUNG VON AUDITING
35. AUFSATZ: Der Grund für die Linie zwischen der Technischen Abteilung und dem Registrar, die in dem obigem Policybrief erwähnt wird.
- 17:05 36. **HCO PL 25. Nov. 71, wiederherausgeg. 29.11.77
AUSTAUSCH VON STUDENTEN UND GEBÜHREN ZWISCHEN DEN ORGS
- 43:55 37. **HCO PL 30. Nov. 71, korr. & wiederherausgeg. 2.12.71
WICHTIG - BLINDE REGISTRATIONSARBEIT
(Forts. Band 12)

BAND 12A

- 24:00 38. HCO PL 27. Nov. 71R
FREIE DIENSTLEISTUNGEN - FREIER FALL
- 33:55 39. **IRH ED 167 INT
IHRE VERBREITUNGS-ABTEILUNG
- 43:05 40. **HCO PL 15. Nov. 74
TIPS FÜR TELEPHON (Forts. Seite B)

BAND 12B

- 03:50 41. HCO PL 20. Juni 72
REGISTRATOREN UND SCHULDSCHEINE
- 07:25 42. **HCO PL 25. Juni 72
WIEDERGEGWINNUNG VON STUDENTEN UND PCs
43. KNET-DEMO: Wie sich der obige Policybrief auf den Registrar bezieht.
- 37:40 44. **HCO PL 6. Dez. 76
DAS ANNEHMEN VON ILLEGALEN PRECLEARS
- 44:10 45. **HCO PL 20. Jan. 79
EINNAHMEBESCHNEIDUNGEN UND LOHNSUMME
(Forts. Band 13)

BAND 13A

- 23:40 46. **HCO PL 26. Okt. 75
DAS VERHÄLTNISS ZWISCHEN BRUTTOEINNAHMEN UND KORRIGIERTEN BRUTTOEINNAHMEN
- 48:20 47. **HCO PL 27. Apr. 65
PREIS-ENGRAMM (Forts. Seite B)

BAND 13B

- 04:30 48. **HCO PL 27. Sept. 70
PREISREDUZIEREN
- 11:35 49. **HCO PL 19. Jan. 79RA I
KEINE RABATTE BEI STIPENDIEN
- 19:40 50. HCO PL 13. Okt. 72
SCHMAROTZER (FREELOADERS)
- 24:45 51. IRH-ARTIKEL: WOHIN IHRE SPENDEN GEHEN
52. Preisliste Ihrer Org.
- 43:25 53. **IRH ED 284 INT, 16. Sept. 76
DIE LÖSUNG FÜR DIE INFLATION
- 49:00 54. **IRH ED 284-1 INT, 3. Juli 77
DIE LÖSUNG FÜR DIE INFLATION - ÄNDERUNG
- 51:10 55. **IRH ED 284-2 INT, 28. Okt. 77
DIE LÖSUNG FÜR DIE INFLATION - ÄNDERUNG FÜR GROSSBRITANNIEN
- 53:30 56. **IRH ED 284-3 INT, 9. Juni 78
STEIGERUNGEN DER PROZESSING-PREISE

BAND 14A

- 01:00 57. **IRH ED 284-4 INT, 23. Nov. 78
WIEDERINKRAFTSETZUNG DER IRH ED 284 INT
- 04:45 58. **IRH ED 284-5 INT, 8. Mai 79
BUCHPREISERHÖHUNGEN
- 08:40 59. **IRH ED 284-6 INT, 30. Juni 79
DIE LÖSUNG FÜR DIE INFLATION - FLAG-DIENST-
LEISTUNGS-ORG
- 13:25 60. **IRH ED 284-7 INT, 30. Juni 79
DIE LÖSUNG FÜR DIE INFLATION - GROSSBRITANNIEN
- 16:05 61. **IRH ED 284-8 INT, 18. März 80
BUCHPREISSTEIGERUNGEN
- 20:30 62. **IRH ED 284-9 INT, 30. Apr. 80
DIE LÖSUNG FÜR DIE INFLATION
63. KNET-DEMO: Der Zweck der IRH ED 284 INT.
- 29:00 64. **HCO PL 21. März 79
GLEITENDE SKALA FÜR DIE PREISBESTIMMUNG

ZUSATZBAND 1A

- 01:15 65. **HCO PL 21. März 79-1
VORÜBERGEHENDE AUFHEBUNG DER GLEITENDEN SKALA
FÜR DIE PREISBESTIMMUNG

BAND 14B

- 37:20 66. IRH ED 306 INT
DAS HERVORBRINGEN VON AUDITOREN
(Forts. Seite B)
67. _____
68. _____
69. _____

ABSCHNITT 7

TRs, DISSEMINATIONS-DRILL, AUSGABEN UND ÜBUNGEN ZU
DEN VERKAUFSABSCHLUSSTECHNIKEN DER GROSSEN MEISTER

1. HCO PL 27. Mai 80
ÜBUNGEN FÜR REGISTRARE

ZUSATZBAND 1A

- 04:10 2. HCO PL 20. Mai 80
AUFHEBUNG VON BTB 11. Aug. 74, ÜBUNGEN FÜR
VERKAUFSKUNST FÜR REGISTRARE

BAND 14B

- 11:15 3. HCOB 16. Aug. 71R II, rev. 5.7.78
DIE NEUMODERNISIERTEN TRAININGSÜBUNGEN
4. OT TR 0 _____ TR 2 1/2 _____
- TR 0 _____ TR 3 _____
- TR 1 _____ TR 4 _____
- TR 2 _____
- 46:55 5. HCOB 7. Mai 68
TRs DER HÖHEREN SCHULUNG
(Forts. Band 15A)
6. TR 6 _____ TR 8 _____
- TR 7 _____ TR 9 _____

ZUSATZBAND 1A

- 07:05 7. HCOB 31. Jan. 79
MCOB DRILLS (STIMMUNGSÜBUNGEN)

8. ÜBUNG: Üben Sie die Verwendung der Tonskala gemäß dem HCOB vom 31. Jan. 79, MOOD DRILLS
- BAND 3A
01:00 9. HCO PL 23. Okt. 65
DISSEMINATIONS-DRILL
10. ÜBUNG: Der vollständige Disseminations-Drill (machen Sie die Schritte zunächst einzeln, und verbinden Sie sie dann zu dem ganzen Drill).
11. ÜBUNG: Üben Sie die „Kaufen Sie jetzt“-Übung, wie sie im HCO PL vom 27. Mai 80, ÜBUNGEN FÜR REGISTRARE, angegeben ist.
- ZWS. FOLIO
51:30 12. HCO PL 21. Feb. 80, Nr. 3RB der Registrations-
serie der „großen Meister“, DAS FRAGEN NACH
PROSPECTS BEIM VERKAUFSABSCHLUSS
(Forts. Seite B)
- 17:10 13. HCO PL 20. März 80, Nr. 5R der Registrations-
serie der „großen Meister“, EINE ALTERNATIVE
ANBIETEN
- 29:00 14. HCO PL 26. Feb. 80, Nr. 8RA der Registrations-
serie der „großen Meister“, DER AUSBILDER FÜR
DIE REGISTRATIONS-TECHNIKEN DER „GROSSEN
MEISTER“
- 23:55 15. HCO PL 19. Feb. 80, Nr. 13R der Registrations-
serie der „großen Meister“, WIE EIN REGISTRAR
ÜBER FINANZEN SPRICHT - AUFGEHOBEN
- 33:30 16. HCO PL 14. Jan. 80, Nr. 16R der Registrations-
serie der „großen Meister“, ERFOLGREICHE
REGISTRAR-AKTIONEN
17. _____
18. _____
19. _____
20. ÜBUNGEN: Machen Sie die folgenden Übungen zu dem Buch „Die Verkaufsabschlusstechniken der großen Meister ihres Faches“:
- a) Lesen Sie die Seiten 93-95 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 1 - DAS ERZIELEN VON ÜBEREINSTIMMUNG.
- b) Lesen Sie die Seiten 95-107 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 2 - EINE ALTERNATIVE ANBIETEN.
- c) Lesen Sie die Seiten 85-91 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 3 - DEMONSTRATION.
- d) Lesen Sie die Seiten 93-107 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 4 - DIE GRUND-LEGENDEN ERFORDERNISSE.
- e) Lesen Sie die Seiten 123-125 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 5 - SETZEN SIE DEN PROSPECT NICHT INS UNRECHT.
- f) Lesen Sie die Seiten 123-137 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 6 - DIE SECHS VERKAUFSABSCHLUSS-FEHLER.
- g) Lesen Sie die Seiten 109-121 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 7 - ABSPRINGEN DES PROSPECTS.

- n) Lesen Sie die Seiten 35-47 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 8 - SICH MIT DEM PROSPECT IDENTIFIZIEREN. _____
- i) Lesen Sie die Seiten 175-189 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 9 - DAS EINSTUFEN DES PROSPECTS. _____
- h) Lesen Sie die Seiten 19-22 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 10 - DER ANGSTHASE. _____
- k) Lesen Sie die Seiten 22-25 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 11 - DER BERECHTIGTE EINWAND. _____
- l) Lesen Sie die Seiten 25-27 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 12 - TELEFONISCHE VERABREDUNG EINES INTERVIEWS. _____
- m) Lesen Sie die Seiten 25-27 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 13 - VERKAUFSWIDERSTAND BEI INTERVIEWS ZU HAUSE. _____
- n) Lesen Sie die Seiten 31-34 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 14 - DER SHOPPER-STOPPER. _____
- o) Lesen Sie die Seiten 36-47 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 15 - ES FÜR DEN PROSPECT ANNEHMBAR MACHEN, EINEN VERKAUFSABSCHLUSS ZU AKZEPTIEREN. _____
- p) Lesen Sie die Seiten 139-154 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 16 - DIE VIER GRUNDLEGENDEN KNÜPERTYPEN. _____
VERKAUFSÜBUNG Nr. 17 - DER ABLÖSE-TEAM-VERKAUFSABSCHLUSS (5 Teile): _____
- q) Lesen Sie die Seiten 49-52 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 17(1) - DER AUTORITÄTS-ABLÖSER. _____
- r) Lesen Sie die Seiten 54-57 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 17(2) - DER BEISPIEL-ABLÖSER. _____
- s) Lesen Sie die Seiten 59-62 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 17(3) - DER AUFEINANDERPRALL VON PERSÖNLICHKEITEN. _____
- t) Lesen Sie die Seiten 62-63 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 17(4) - DER ZUFALLS-ABLÖSER. _____
- u) Lesen Sie die Seiten 63-65 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 17(5) - DER ALLESWISSER-ABLÖSER. _____
- v) VERKAUFSÜBUNG: Machen Sie die Verkaufsübung Nr. 17(6). _____
- w) Lesen Sie die Seiten 67-77 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 18 - DER DOPPELTEAM-VERKAUFSABSCHLUSS. _____
- x) Lesen Sie die Seiten 79-85 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 19 - DER VERKAUFSABSCHLUSS DURCH EINFÜHLENDES ERZÄHLEN. _____
- y) Lesen Sie die Seiten 155-164 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 20 - DAS FRAGEN NACH PROSPECTS BEIM VERKAUFSABSCHLUSS. _____

- z) Lesen Sie die Seiten 165-174 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 21 - DIE AKTIEN. _____
 - aa) Lesen Sie die Seiten 191-193 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 22 - DER VOLLSTÄNDIGE VERKAUFSABSCHLUSS. _____
 - bb) Lesen Sie die Seiten 29-31 und machen Sie die VERKAUFSÜBUNG Nr. 23 - FÜRNIERUNG. _____
 - cc) VERKAUFSÜBUNG Nr. 24 - ELEKTRONISCHE MITTEL. _____
21. _____
22. _____
23. _____

Ich bescheinige, daß ich alle Erfordernisse dieses Checksheets vollständig erfüllt habe, keine Mißverständnisse in den Materialien habe und die Materialien erfolgreich anwenden kann und dies auch bereits getan habe.

STUDENT: _____ DATUM: _____

Ich bescheinige, daß der Student alle Erfordernisse dieses Kurses erfüllt hat, daß ich mit ihm eine Überprüfung am E-Meter gemacht habe und festgestellt habe, daß er keine Mißverständnisse in den Materialien hat, daß ich die Übungen genau überwacht habe und gesehen habe, daß sie bis zu einem hohen Standard gemacht wurden und daß der Student einen angemessenen Nachweis einer effektiven praktischen Anwendung erbracht hat.

KURSÜBERLEHNER: _____ DATUM: _____

Der Student hat das schriftliche Examen mit 100% richtigen Antworten bestanden und einen Nachweis erfolgreicher Anwendung erbracht. (Ein Student, der 85% oder mehr richtige Antworten liefert, kann auf die Punkte, die ihm zu einem 100%igen Bestehen fehlten, ein Cramming machen. Wenn jemand weniger als 85% richtige Antworten hat, so muß er eine Wiederauffrischung des Kurses machen.)

STUDENTEN-EXAMINER: _____ DATUM: _____

BESCHEINIGUNG DES STUDENTEN BEI C & A: (ANMERKUNG: Studenten, die Fast-Flow studieren, brauchen nur diese Bescheinigung zu machen.)

Ich bescheinige, daß ich a) mich auf dem Kurs eingeschrieben habe, b) den Kurs bezahlt habe, c) alle Materialien auf dem Checksheet studiert habe und verstehe, d) alle auf diesem Checksheet verlangten Übungen gemacht habe und e) das in den Materialien des Kurses verlangte Resultat hervorbringen kann.

BESCHEINIGUNG DES STUDENTEN: _____ DATUM: _____

C & A: _____ DATUM: _____

EDCS:LRH:AG:nt:gal:bk; Übers.:ST/WR:wr
 Copyright (c) 1972, 1980
 by L. Ron Hubbard
 ALLE RECHTE VORBEHALTEN
 Übersetzung genehmigt vom LRH Comm PDK

L. RON HUBBARD
 GRÜNDER
 Unterstützt vom CS-5
 für die
 VORSTÄNDE
 der
 SCIENTOLOGY-KIRCHEN

HUBBARD-KOMMUNIKATIONSBÜRO
Saint Hill Manor, East Grinstead, Sussex

HCO-POLICYBRIEF VOM 27. DEZEMBER 1972

Wiedervervielfältigen

GESCHWINDIGKEIT DER DIENSTLEISTUNG
(LRH ED 805 INT vom 11. Januar 1968
herausgegeben als Policy)

Wenn es um Kurse und Studenten geht, ist die GESCHWINDIGKEIT der Dienstleistung von lebenswichtiger Bedeutung.

Das Gedeihen eines Unternehmens ist direkt proportional zu der Geschwindigkeit seines Partikelflusses (Mitteilungen, Telegramme, Waren, Boten, Studenten, Kunden, Vertreter usw.).

Wenn man gedeihen will, muß die Dienstleistung möglichst sofort geliefert werden.

Alles, was den Fluß eines Unternehmens stoppt oder verlangsamt, alles, was einen Kunden oder ein Produkt auf WARTEN setzt oder aufhält, ist ein Feind dieses Unternehmens.

Ein gutes Management isoliert sorgfältig alle Stopps auf den Flußlinien und beseitigt sie, um die Flußgeschwindigkeit zu erhöhen.

Die Geschwindigkeit der Dienstleistung ist an Wichtigkeit mit der Qualität der Dienstleistung vergleichbar. Wo übertriebene Qualitätsvorstellungen herrschen, müssen sie der Geschwindigkeit untergeordnet werden.

Nur dann kann es einem Unternehmen gut gehen.

L. RON HUBBARD
GRÜNDER

LRH:nt; Übers.:HKS/WR/DH:h1
Copyright © 1972, 1983
by L. Ron Hubbard
ALLE RECHTE VORBEHALTEN
Übersetzung genehmigt vom LRH Comm New Era Pubs