



Thetanen in geheimer Mission

Die Scientology-Sekte unterwandert bundesdeutsche Unternehmen / Von Egmont R. Koch und Irene Meichner

Lothar Schlegel* glaubte, durchgreifen zu müssen. Einer seiner Angestellten hatte sich geweigert, während der Dienstzeit einen Kurs über „Das Geheimnis der Leistungsfähigkeit“ zu besuchen. Der Unternehmer, in einem kleinen Ort in der Eifel Chef einer Firma, die Spielautomaten aufstellt, bewertete dieses Verhalten schriftlich als „grobe Verletzung Ihrer Pflichten als Arbeitnehmer“, die „im Wiederholungsfalle ... Ihre fristlose Entlassung zur Folge haben“ werde. Zwei Jahre vorher war der Unternehmer einer Sekte, der Scientology Church, beigetreten. Scientology bedeutet „Lehre vom Wissen“. Das Standardwerk der Scientologen („Dianetik“) hatte Schlegel verschlungen. Es war das erste Buch, das er seit Jahren gelesen hatte.

Verfasser dieser 1950 in den USA gedruckten „Modernen Wissenschaft der geistigen Gesundheit“ ist L. Ron Hubbard, vormals Autor von Trivial- und Science-fiction-Romanen – ein Mann mit schillernder Vergangenheit, um dessen Leben als Marinesoldat, Weltreisendem und Hobbyforscher seine Anhänger längst ein unentwirrbares Geflecht von Mythen grantk haben. In seinem Bestseller „Dianetik“ behauptet Hubbard, eine absolut zuverlässige „Technik“ entdeckt zu haben,

die den Menschen glücklich und erfolgreich mache, ihn „totale Freiheit“ genießen lasse. Sein Zauberwort heißt „Auditing“, eine Mischung aus Beichte und seelischer Tiefenanalyse, bei der alle schmerzhaften Erinnerungen und inneren Widerstände („Enggramme“) systematisch „ausgelöscht“ würden. Es ist Hubbards Vokabel für ein erbarungsloses Frage- und Antwortspiel, das oft als Gehirn- oder Seelenwäsche bezeichnet worden ist.

Schon vor vier Jahrzehnten sah Hubbard den „optimalen“ Menschen kommen und taufte ihn „Clear“. Lothar Schlegel, der Spielautomaten-Unternehmer aus der Eifel, erreichte den „geklärten“ Zustand. Wie seine Frau spendete er 100 000 Mark an die scientologische „Kriegskasse“; Schlegel reiste nach „Flag“. So nennen die Gläubigen ihr Mekka in Clearwater/Florida. Dort gehört der Sekte fast ein ganzer Stadtteil sowie ein elfstöckiges Nobelhotel („Fort Harrison“). In dieser Luxusherberge mit Palmengarten und Swimmingpool veranstaltet Scientology Schulungen.

Schlegels Angestellte spürten die Folgen der Kurse. Als ihr Chef nach einigen Wochen aus den USA zurückkehrte, wurden sie noch hartnäckiger bedrängt, scientologische Kurse zu belegen. Vorträge zu besuchen und Bücher zu studieren. Schlegel bot sogar an, die Hälfte der Kosten zu übernehmen und, wie man sich in der Belegschaft

Sie sind Unternehmensberater und Management-Trainer. Sie bringen die brutale Heilslehre des L. Ron Hubbard. Und sie kassieren ab. Die Anhänger



der Scientology Church haben die „Clear-Deutschland-Kampagne“ ausgerufen. Ihre Zielgruppe sind die Köpfe der Wirtschaft.

erinnert, das „Weihnachtsgeld in die Höhe zu powern“. In der Eifel hatte er inzwischen eine Scientology-Zweigstelle eingerichtet. In den Schaufenstern seiner Spielhallen legte er stapelweise das Hubbard-Werk „Dianetik“ aus. Als sich 1989 die Grenzen zur DDR öffneten, stellte er Übersiedler ein, die – dankbar, eine Stelle gefunden zu haben – unverzüglich auf Kurs gingen. Vor den Augen seiner Mitarbeiter, die Schlegel bisher als Kumpeltyp gekannt hatten, wandelte er sich zum unzugänglichen Ideologen.

Zunächst hatte er ihnen einen Persönlichkeits-test vorgelegt. Es war der gleiche Test, den die Sekte Scientology abertausendfach bei der Briefkasten- und Passantenwerbung benutzt. „Kauen Sie an Ihren Fingernägeln oder Gegenständen herum?“ – „Geben Sie Ihr Geld im Verhältnis zu Ihrem Einkommen zu leichtfertig aus?“ – „Lächeln Sie oft?“ Vorgeblich offenbaren die Antworten auf die zweihundert Fragen die Stärken und Schwächen einer Persönlichkeit, zeigen, welche Fähigkeiten brachliegen. Fachleute halten den Test für lauten Zauber. Aber die Sekte hat durch dieses „kostenlose und unverbindliche“ Angebot schon unzählige Menschen angeworben.

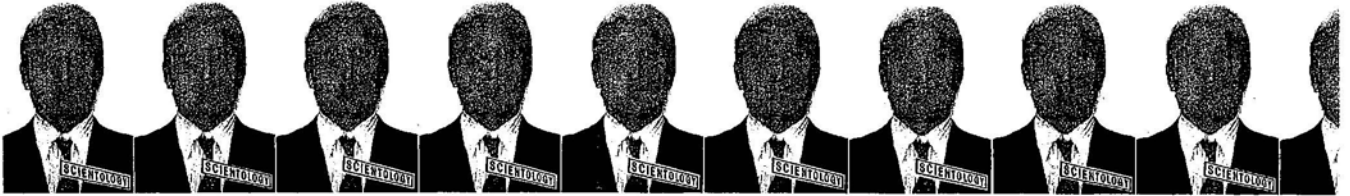
Im Fall des Unternehmers Schlegel, der verzwungen, seine Angestellten in die Sekte zu zwingen, waren nur sechs Mitarbeiter betroffen, und

einige hatten den Mut, sich juristischen Beistand zu suchen und ihren Arbeitsplatz zu riskieren. Der Spielautomaten-Aufsteller mußte seine Abmahnung widerrufen. Aber weltweit arbeiten, glaubt man Angaben der Scientology Church, schon 18 000 Unternehmen – kleine wie große Firmen – nach den Kriterien der Sekte. Die Heilslehre hat die unterschiedlichsten Branchen erfaßt: Immobilienspekulation, Firmenberatung, Managementtraining, Versicherungswesen, Verkaufs- und Public-Relations-Agenturen, Verlage. Auch in der Bundesrepublik hat sich die Sekte bei renommierten Unternehmen eingeschlichen. Der Firmen-Coup ist Teil der neuen Expansionsstrategie der Sekte. Sie verläßt das Ghetto ihrer Gläubigen und beschränkt sich nicht länger auf die übliche Seelenfängerei. Jetzt geht es um die wirtschaftliche Kraft des Konzerns Scientology. Zugleich soll die menschenverachtende Ideologie der Sekte über die Arbeitswelt in die Gesellschaft einsickern. Viele Opfer merken anfangs nicht einmal, was mit ihnen geschieht.

Seit Anfang dieses Jahres werden Bundesbürger, die Scientology für „Meinungsführer“ hält, mit Hochglanzbrochüren eingedeckt. Es ist die bislang wohl teuerste Imagekampagne der Sekte auf

● Fortsetzung nächste Seite

*Name von der Redaktion geändert



»WERDEN SIE NIEMALS ÄNGSTLICH, GANZ GLEICHGÜLTIG, WIE SICH DER PATIENT KRÜMMT.«

L. Ron Hubbard

• Fortsetzung von Seite 9

dem Gebiet der Bundesrepublik. Geschäftsleute, Journalisten, Bundes- und Landtagsabgeordnete, Verwaltungskräfte, Verleger, Künstler wurden persönlich angeschrieben. (Sie haben eine ausgesprochen verantwortungsvolle Position...)

Seit Mitte der fünfziger Jahre gibt Scientology vor, eine „Kirche“ zu sein, also eine Ecclesia, eine Gemeinschaft von Gläubigen. Ebenfalls wird ihr nachgesagt, sie sei die skrupelloseste unter den Heilskonzerne, die mit der Sehnsucht der Menschen nach einer besseren Welt Geschäfte machen.

Anfang Dezember 1990, nur einen Monat bevor in der Bundesrepublik die PR-Aktion für den, so die Werbebroschüre, „Menschenfreund“ Hubbard begann, hatte die amerikanische Zentrale Funktioniäre zu einem Treffen gerufen. Die „neuen Expansionspläne“ sollten bekanntgegeben werden.

Die Zusammenkunft war in der Karibik anberaumt worden, an Bord der *Freewinds*, einem schneeweißen Kreuzfahrtschiff mit 7000 Bruttoregistertonnen, mit Platz für mindestens 540 Passagiere. Das Traumschiff dient der Scientology-Sekte als schwimmende Befehlszentrale – neben den Landstützpunkten in Clearwater und Los Angeles. Hubbard hatte ein Faible für die Marine, staffierte seine Führungsmannschaft mit blauen Kapitänuniformen aus und lebte selber zeitweise auf Schiffen. Mit der „Sea Organization“, der Ordegemeinschaft seiner engsten Getreuen, kreuzte er in internationalen Gewässern – wohl auch, um der Steuergerichtsbarkeit zu entgehen.

An Bord der *Freewinds* gerufen zu werden ist für Scientologen eine ganz außergewöhnliche Ehre. Sie kann noch nicht allzu vielen Gläubigen zuteil geworden sein. Diesmal galt der Ruf dem World Institute of Scientology Enterprises (Wise), einer Spezialabteilung im weltvernetzten Führungssystem der Sekte. Im „Weltinstitut der Scientology-Unternehmungen“ sind alle Kirchenmitglieder organisiert, die Hubbards Verwaltungslehre anwenden wollen.

Diese Management-Technik war ursprünglich nur für den internen Gebrauch in seiner Kirche gedacht. Doch dieselben Grundsätze, denen die

Church ihre Erfolge verdankt, müßten doch, so die Überlegung beim Wise, geeignet sein, die „Profite“ eines jeden Unternehmens über alle Erwartungen in die Höhe zu schrauben – vorausgesetzt, Hubbards Techniken würden konsequent angewandt. So präsentiert sich die Scientology-Sekte als ein multinationaler Konzern, dem es um wachsende Umsätze und Gewinne geht.

L. Ron Hubbard ist seit mindestens fünf Jahren tot. Nach schweren Richtungs- und Führungskämpfen – Scientology stand kurz vor der Auflösung –, gab die Zentrale im Januar 1986 bekannt, daß Hubbard sein Lebenswerk vollendet und „sein Körper verlassen“ habe. „Ron“ war schon seit Ende der siebziger Jahre nicht mehr gesehen worden. Die Umstände seines Todes sind bis heute ungeklärt. Die siegreichen Kader schafften es jedenfalls schnell, ein neues Imperium aufzubauen – nahezu unbemerkt von der Öffentlichkeit.

Nur ein halbes Jahr nach der Bekanntgabe von Hubbards Tod verabschiedete Scientology eine „Strategie für den Kontinent Europa“. Bereits Anfang 1987 hatte sich, wie die Organisation meldete, die Anzahl der Wise-Mitglieder verdreifacht. Zweigstellen waren in Italien, Australien und der Schweiz gegründet worden, mehr als 3000 Unternehmungen von Wise-Mitarbeitern begleitet worden. Im Sommer 1987 wurde in Kopenhagen, der Europa-Zentrale, eine „Clear-Deutschland-Kampagne“ ausgerufen, um „durch die Aktivierung eines optimalen Überlebensziels Vertrauen und Sicherheit in dem deutschen Volk wiederherzustellen und seine wertvolle Power freizusetzen“.

Wiebke Hansen, algediente Hamburger Scientologin und Vorsitzende des neuen „Clear-Deutschland-Komitees“, machte sich umgehend an die Vorbereitung einer aufwendigen „Dianetik-Buch-Kampagne“, die im März 1990, zu Hubbards 89. Geburtstag, anlaufen sollte.

Anfang 1988 forderte Heber Jentsch, Chef der internationalen Abteilung für Religioses, alle Kirchenmitglieder auf, ihn wissen zu lassen, ob „Sie mit führenden Persönlichkeiten der Regierung, der Medien, des Finanzwesens oder anderer Religionen persönlich oder gesellschaftlich Kontakte pflegen“ – vermutlich der Ursprung für die umfang-

che Adressenkartei und zugleich Ausdruck der neuen Sekten-Strategie: Die Scientology Church versucht offenbar, ihren Einfluß durch die Ausnutzung von Kontakten mit Wirtschaft, Handel, Verwaltung und – wie etwa in Hamburg – politischen Parteien zu vergrößern (siehe Kasten Seite 12). Zu Silvester 1989 rief Hubbards Nachfolger, David Miscavige – ehemals Hubbards Assistent,



Lächelnd in die neunziger: Scientology-Funktioniäre, wie eine Broschüre sie zeigt

jetzt im Vierstößenrang des Scientology-Admirals –, in Los Angeles vor mehr als 7000 geladenen Gästen die „totale Expansion“ für die neunziger Jahre aus. In die „Kriegskasse“ für die diesem Zeitpunkt mehr als achtzig Millionen Mark eingezahlt worden. Kosten von einigen hunderttausend Mark können entstehen, wenn ein Anhänger der Sekte höchste Weihen erhalten will und deshalb alle Kurse, Seminare, Trainingsdrills und das „Auditing“ besucht. Dabei baut die Sciento-

logy Church immer neue Hürden auf dem Weg zur Wahrheit auf. War der Zustand eines „Clears“, einer „gewaschenen“ Seele, ursprünglich das Ziel aller Träume, ist die Sekte inzwischen schon Lichtjahre weiter. „Neue Operierende Thetanen“ heißen die modernen Super-Menschen, im Kauferweck der Sekte „New OT-VIII“ genannt. Jede Stufe kostet den Heilsuchenden neues Geld. Dafür ist ein „OT-VIII“ immun gegen radioaktive Strahlen und kann an mehreren Orten gleichzeitig sein; sein Geist ist unsterblich geworden – daran glauben jedenfalls Scientologen. Sie fiebern noch größeren Wundern entgegen. Wenn nämlich sämtliche Niederlassungen, „Orgs“ genannt, sich ausreichend entwickelt haben, soll die Schulung zum „New OT-IX“ freigegeben werden.

Weltweit unterhält Scientology heute mehr als 150 „Orgs“, dazu Hunderte von kleineren Missionen. In der Bundesrepublik ist die Sekte mit 7 „Orgs“, 25 Missionen und 3 „Celebrity Centers“, scientologischen Prominentenzentren, vertreten. Künstler, die sich zu Scientology bekennen – etwa die Sängerin Julia Migenes, die Musiker Chick Corea und Cyprien Katsaris, die Maler Pablo Röhig und Gottfried Helwein, der Pop-Star John Travolta –, werden von der Sekte hofiert. Auf die Werbung neuer Mitglieder sind allerorten schon Kopfförderungen ausgesetzt worden. Auch das Gebiet der ehemaligen DDR ist inzwischen flächendeckend erfasst, die Hamburger „Org“ zählt zu den ehrgeizigsten der Welt.

Bei der ersten Begegnung mit Scientology klingt vieles wie ein Science-fiction-Roman der billigsten Sorte. Aber die Sekte hat zumindest ihre vier Millionen aktiven Anhänger (so ihre eher untertrebende Angabe) und wohl mindestens ebenso viele Sympathisanten in aller Welt überzeugen können – Hausfrauen und Facharbeiter, Lehrer, Ärzte (speziell Zahnärzte), Computerfachleute.

Scientologen können sich roboterhaft „glücklich“ geben, während sie ihr Gegenüber gleichzeitig anhand einer „Emotionskala“ nach versteckten Feindseligkeiten absuchen. Weit davon entfernt, wie Anhänger anderer Sekten durch kahlgeschorene Köpfe oder feuerrote Gewänder aufzufallen, neigen sie eher zur Anpassung durch die

gepflegte Unauffälligkeit eines gehobenen Bankangestellten – um „vertrauenswürdig“ zu sein und damit zu bewirken, „daß Rechnungen bezahlt werden“. So lautet eine von Hubbards Anweisungen, wie Mitarbeiter die Einnahmen der Sekte „um etwa 500 Prozent erhöhen“ könnten.

Scientology verfügt über eine eigene „Finanzpolizei“. Mitarbeitern ist schon für Nachlässigkeiten beim Geldeintreiben die Ladung vor ein Sektengericht angedroht worden. Jedes winzige Detail der Missionsarbeit wird täglich durch akribisch in Rubriken unterteilte „Statistiken“ kontrolliert – eine Maßnahme, die Scientology jeder von ihr betreuten Firma zu ergreifen rät.

Bei alldem führen Scientologen beharrlich das Wort „Ethik“ im Munde. Sie haben von dem „Menschenfreund“ L. Ron Hubbard gelernt, Worte so lange zu „re-definieren“, bis sie unter „Ethik“ die „Entfernung von Gegenabsichten“ verstanden – die Beseitigung von allem, was den eigenen Interessen im Wege steht. Mit dieser für Scientologen grundlegenden Technik des „Re-definierens“ von Worten wird die Sprache der Sekten-Mitglieder – und damit ihr Denken – systematisch der scientologischen Ideologie angepaßt: Die Gläubigen sprechen vom „Wortkräften“. Die Wirkung beruht auf einem einfachen Prinzip. Man müsse nur, so Hubbard, eine „neue Definition sooft wie irgend möglich“ wiederholen, bis mit Worten die gewünschten anderen Gefühle und Symbole verbunden seien. Als Hilfsmittel benutzen die „Auditoren“ das „Elektronen-Meter“, einen einfachen Apparat, der – an zwei Metallösen angefaßt – Veränderungen der elektrischen Hautwiderstände registriert.

Beim „Re-definieren“ soll das E-Meter anzeigen, ob die Hubbardschen Neudeutungen erfolgreich verinnerlicht wurden oder noch „unverstanden“ blieben. Für Scientologen ebenso unverzichtbar ist das oft mit einem Luwendektor verglichene Elektro-Meter beim sogenannten „Auditing“. Dabei wird der aufstrebende Anhänger, ein „Precler“, über jedes Detail seiner Vergangenheit ausgeforscht. Die „schwebende Nadel“

• Fortsetzung nächste Seite



»WIR HABEN DICH LIEBER TOT ALS UNFÄHIG.«

L. Ron Hubbard

• Fortsetzung von Seite 10

des E-Meters soll Gewißheit schaffen, daß alle irritierenden Empfindungen des „Prelear“ erfolgreich ausgelöscht wurden.

Ihm bei dieser Tortur „Mißgefühl“ zu schenken könne den ganzen Fall durcheinanderbringen, schrieb Hubbard und rief seinen „Auditoren“ zu „lächeln“, wenn der Kandidat sich unter den Attacken „aufhübe“. Wenn ein Auditor sich geistig so einstellt, daß er ruhig sitzen bleiben und ein Liedchen pfeifen könnte, während Rom vor ihm abbrennt, wird er optimale Arbeit leisten.“

Eisene Regel: jede Sitzung mit einer angenehmen Empfindung beenden. Ehemalige Sektens-Mitglieder berichten, daß sie regelrecht süchtig wurden. Angehende Scientologen werden dieser Tortur so lange unterzogen, bis sie selbst ein Teil der Sektens-Maschinerie geworden sind. Ein vergleichbares System, Menschen so weit zu deformieren, daß sie sich bedingungslos einem fremden Willen unterwerfen, gab es zuvor allenfalls in literarischen Schreckensvisionen. George Orwell im Jahre 1949 veröffentlichter Roman „1984“ scheint in der Scientology-Sekte Realität geworden zu sein - vom „Big Brother“ Hubbard bis zu den Details von „New Speak“.

Nur wer der Sekte angehört, ist für Scientology geistig „gesund“. Nicht-Scientologen werden auch „rohes Fleisch“ („raw meat“) genannt. Kritiker gelten als „kriminal“ und „asozial“. Bei zehn Prozent der Bevölkerung nehme die geistige Verwirrung gefährliche Ausmaße an, meinte Hubbard. Man müsse nur „in der Lage sein, diese 10 Prozent zu entdecken und auszumerzen, so daß sie keine Gebiete versuchen, die wir in bezug auf Ethik, Tech und Verwaltung nach oben bringen“.

Wenn sie „Maschinenmenschen“ genannt werden, geraten Scientologen in Rage. Erstaunlich, denn diese Bezeichnung ist ganz im Sinne des Sektens-Gründers. „Wenn wir einen Clear erreicht haben“, schrieb Hubbard schon in „Dianetik“, „sehen wir vor etwas, das man nie zuvor gesehen hat, denn es existierte nie zuvor in einem schuttfreien Zustand: eine perfekt funktionierende, gut geölt, kraftvoll, schimmernd und instande, all ihre eigenen Funktionen ohne jede weitere Wartung abzustimmen und zu steuern.“ Mit den wissenschaftlichen Methoden der Dianetik werde der „in der Maschine und um sie herum aufgebaute Unrat fachgerecht weggeräumt“.

Nach den Erfahrungen ehemaliger Mitglieder dauert es nicht einmal lange, bis Menschen, die sich von Scientology mehr Sicherheit, Selbstvertrauen und Durchsetzungsvermögen im Alltag versprochen, davon überzeugt sind, sich selbst, ihrem Geschäft oder der ganzen Welt etwas Gutes zu tun, wenn sie „Gegenabsichten“ aus ihrem Umfeld entfernen und damit praktizieren, was sich „scientologische Ethik“ nennt.

Etwa, wenn der Trennungsbefehl befolgt wird. Er schreibt Sektens-Mitgliedern vor, sich von einer „unterdrückten Person“ im Familien-, Freundes- oder Bekanntenkreis loszusagen, wenn sie nicht davon abzuhalten war, sich gegen Scientology auszusprechen. Oder es ist die Kündigung von Mitarbeitern, die in einem Sektens-Unternehmen Widerstand leisten.

Wenn sich eine Firma von Scientologen beraten läßt, sind davon über kurz oder lang alle Mitarbeiter betroffen. Das gilt für das Kleinunternehmen aus der Eifel ebenso wie für größere Betriebe; die Abläufe ähneln einander. So schlug in der Vanessa-Textilhandel GmbH, einer niederrheinischen Damenmoden-Kette mit rund 150 Angestellten, das Betriebsklima um, als der Geschäftsführer Kontakt mit Scientology bekam. Kurse in Düsseldorf absolvierte und nach „Flag“, dem Sektens-Zentrum in Florida, pilgerte.

Verkaufserinnen sind in den vergangenen beiden Jahren in verhörsartigen Gesprächen bedrängt worden. Kurse zu besuchen; sie mußten täglich die detaillierten, sektentypischen Statistiken führen. „Wir haben dich lieber tot als unfähig“, ließ es - L. Ron Hubbard wörtlich zitiierend - in einem Rundschreiben der Vanessa GmbH. Als eine Mitarbeiterin sich im November 1989 weigerte, „Anweisungen auszuführen“, hatte sie eine „unethische Handlung begangen“. Der „Ethik-Zettel“, der ihr daraufhin eingehändig wurde, war einer Abmahnung gleichzusetzen, was bedeutete, daß bei der nächsten Weigerung „mit dem Verlust des Arbeitsplatzes zu rechnen“ sei. Unterschrieben war das Papier vom Personalchef - gleichzeitig Leiter der firmeneigenen „Ethik-Abteilung“.

Es gibt Unternehmern, die - wie der Dortmunder Süßwarenhersteller Werner Braunnüller - ihren Mitarbeitern monatlich Prämien ausgesetzt haben, wenn sie scientologische Kurse belegen oder gar ihren Abschluß als „Auditoren“ machen. Ein Düsseldorfer Stahlhändler nahm sich das Leben, als er sich einer Steuerschuld in Millionenhöhe ge-

genübersah. Er hatte, unter anderem, mehr als eine Million Mark für scientologische Materialien aus dem Betriebskapital abgezogen. Was auch geschieht, wenn sich ein Betrieb nach dem Muster von L. Ron Hubbard organisiert, einer gewinnt immer: die Scientology Church.

Wer das sekteneigene Managementmaterial benutzen will, muß Lizenzgebühren an das World Institute of Scientology Enterprises abführen. Hinzu kommen die Kosten für Fortbildungskurse in den sektenskonformen Managementschulen -



Der „Hubbard-Elektro-Meter“ mit Tomate und Namensgeber

wie dem CCI-Institut auf Schloß Philippspeich bei Frankfurt. Inhaber Reinhold Stricker ist zugleich Vorsitzender des World Institute of Scientology Enterprises im Raum Frankfurt. CCI steht für „Coordination, Communication, Innovation“ - Worthüllen, so profan wie Strickers Leitsatz: „Das einzige, was zählt, sind Resultate.“

Ein Betriebswirt, der im vergangenen Jahr beim CCI auf Schloß Philippspeich einen Einführungskurs über Hubbards „Grundlegende Management-

werkzeuge“ besuchte, fand, was er erlebte, zu nächst nur lächerlich. Bis das Thema „Ethik“ zur Sprache kam. Zur Mitarbeiter-Kontrolle empfiehlt Stricker, was innerhalb der Scientology-Organisation zum Alltag gehört: neben den üblichen Personalakten „Ethik-Akten“ anzulegen. Darin werden alle „Wissensberichte“ über Verfehlungen und Versäumnisse der Mitarbeiter abgelegt. Jeder überwacht jeden. Erscheint ein Mitarbeiter zu spät zum Dienst, muß sein Kollege dies dem zuständigen „Ethik-Officer“ melden. Denunziert er nicht, riskiert er einen Eintrag in seine eigene „Ethik-Akte“. Auch die Vorgesetzten sind von der allgemeinen Bespitzelung nicht ausgenommen. Fällt Verdacht auf ranghohe Scientologen, wird „an die nächsthöhere Organisation berichtet“.

In einem Nebenraum von Schloß Philippspeich ging es während des Kurses, den der Betriebswirt besuchte, laut zu. Durch die Wand war ein so wildes Kommandieren zu hören, daß es dem Beobachter vorkam, als werde hinter der aristokratischen Fassade des CCI-Instituts eine Privatarmee ausgebildet. Er war offenbar Ohrenzeuge eines „Top Führungsseminars“ geworden. In diesem Kurs schreien Strickers Kunden Aschenbecher an, um ihre Hemmungen zu überwinden, damit sie später auch ihren Untergebenen - in leiserem Ton - klare Anweisungen geben können. In diesem Stricker-Kurs lernen die Teilnehmer auch, „mit rebellischen Leuten“ umzugehen.

Wer sich nicht konform verhält, wird von der Scientology-Organisation bestraft. Manchmal ist es nur einfache Putz- oder Drecksarbeit. Ein ehemaliger Steuerberater von Scientology, ein Deutscher, schildert, wie er „in die Mangel der Finanzpolizei“ geraten sei. Zweieinhalb Tage sei er, jeweils „circa zehn Stunden lang“, durch „E-Meter-Drills“ einer „psychischen Folter“ unterzogen worden. Erst nach einer Woche habe man von ihm abgelassen. Danach habe er „mit Lähmungserscheinungen eine Woche im Bett“ gelegen. Eines seiner Vergehen: Er sei „einmal 1. Klasse zu einem Finanzgerichtsprozess geflogen statt 2. Klasse (Mehrkosten ca. 90,- DM)“.

Weil der „Angeklagte“ sich ungerecht behandelt fühlte („Ein Thetan gibt nicht auf“), reiste er vier Wochen später nach „Flag“, dem Sektens-Zentrum in Florida. Dort habe er sich „vor Schmerzen nur noch gekrümmt“, so daß er „weder sitzen, liegen, stehen noch schlafen konnte“.

Da ist noch vergleichsweise gut bedient, wenn

nur der „Kurs zur Entdeckung, Weiterleitung und Handhabung“ von „potenziellen Schwierigkeitsquellen und unterdrückten Personen“ befohlen wird. Dabei ist eine Reihe sogenannter „Trainingsroutinen“ zu absolvieren, mit denen Scientologen vom Beginn ihrer Sektens-Karriere an geschult werden. Kunde und Geistlicher, Schüler und Trainer, sitzen einander dicht gegenüber, die Hände liegen auf den Oberschenkeln. Erst sind die Augen geschlossen, dann starrt man sich an. Der Trainer versucht, sein Gegenüber zu reizen, ihn mit allen Mitteln aus der Fassung zu bringen. Der Schüler darf nicht mit der Wimper zucken. Vorbildliche Trainingsroutinen, sagt Hubbard, seien „hart, unerschütterlich und streng“.

Für die Scientology Church sind solche Lehrgänge eine „Goldgrube“ - so Hubbards verärrerte Überschrift über das Schlüsselwort zu seinem „Kurs für profitables Verkaufen“. Gleich nach den üblichen „Trainingsroutinen“ übt der Schüler im ersten „Verkaufsdрил“ das „feinfühlig Durchleuchten“ aller von potentiellen Käufern vorgebrachten Gründe, nicht zu kaufen“. Dazu zählt Hubbard ausdrücklich, den „Verkaufswiderstand einer Person zu überwinden“, die gegen den Kauf „einen berechtigten Einwand“ hat. Verkaufte werden sollen die sekteneigenen Materialien: Bücher, Elektro-Meter, Kurse und „Auditing“. Hubbards „Kurs für profitables Verkaufen“ gehört zur Grundausbildung aller Kirchen-Verkäufer, die in die freie Wirtschaft gehen - ob sie ihr Geld mit Immobilien, Lebensversicherungen oder Hubbards „Managementwerkzeugen“ verdienen.

Die Firma „Management Services“ in Düsseldorf beispielsweise arbeitet mit den Hubbardschen „Trainingsroutinen“ als „persönlichem Intensivtraining“, ohne dabei den Namen des Sektens-Gründers zu nennen. Inhaber Jörg G. Stallmann hat es zum „Neuen Operierenden Thetan“ gebracht, darf also den Ehrentitel „OT“ führen. Zu dem Auftraggebern seiner Firma, rühmt sich Stallmann, zählten Unternehmen wie IBM, Philips, Degussa - so steht es in seiner Kurzvita, mit der die Deutsche Verkaufsförder-Schule GmbH den „international bekannten Führungsspezialisten“ im Herbst 1990 als Referenten für ihren „führungspsychologischen Informationsgang für Verkaufsförderer“ im Münchner „Sheraton Hotel“ ankündigte.

Nicht jeder Manager muß wissen, worauf er

• Fortsetzung nächste Seite



»DENKEN SIE DARAN - SIE WAREN EINMAL CLEAR - VOR BILLIONEN VON JAHREN.«

L. Ron Hubbard

• Fortsetzung von Seite 11

sich einläßt, wenn er sich für Hubbard-Jünger als Personal- und Unternehmensberater, Werbe- und Verkaufsfachleute entscheidet. Dutzende von scientologischen Management-Trainern oder ganzen Beratungsfirmen bieten mittlerweile in der Bundesrepublik ihre Dienste an. Die meisten geben sich branchentypische Allerweltsnamen, manche Gründung brachte es nie zum Eintrag in ein Handelsregister; mindestens eine der Firmen betreibt auf offener Straße Passantenwerbung.

Einige der Beratungsfirmen haben Niederlassungen in mehreren Städten der Bundesrepublik aufgebaut. Axel Fehling, Jahrgang 1937, ist Leiter der Münchner Filiale der Firmenkette ON TOP. Als „Öffnender Theater“ der Stufe VI ist er tief in den Hubbardschen Glauben eingedrungen. Um einen „ersten Einblick in die Schatztruhe einer außergewöhnlichen Managementtechnologie“ zu geben, lehrt er fünf „Grundlegende Managementwerkzeuge“. An diesem Kurs nehmen schon Mitarbeiter prominenter Firmen teil, darunter Manager der Zigarettenfirma Philip Morris und der Photofirma Kodak. Zuerst ging es in den Lehrgang, scheinbar unverfänglich, um „Zeitmanagement“ und „Effizienztraining“. Worauf die Kursteilnehmer peu à peu eingesammlt wurden, eröffnete sich ihnen erst – so die Aussage eines Kodak-Managers – beim Thema „Ethik“. In Fehlings Kursmaterial heißt es: „Nur einige wenige erkennen die einmalige Chance, jetzt 'clear' zu werden“, während die „meisten Menschen immer wieder eine Begründung“ finden, um der „Auslöschung“ ihrer Verständnisbarrieren zu entgehen. Erst auf hartnäckiges Nachfragen nannte Fehling schließlich Hubbards „Dianetik“ als seine wissenschaftliche Grundlage.

Über knapp zwei Dutzend Filialen in ganz Europa verfügt inzwischen eine Mitte der achtziger Jahre in der Schweiz gegründete Organisation: U-MAN International, die – wie Insider sagen – erfolgreichste Tochter des World Institute of Scientology Enterprises. U-MAN berät Firmen bei der Auswahl von Stellenbewerbern. Dazu dient ein Persönlichkeits-Test („U-Test“).

Diese Idee ist vor mehr als zehn Jahren von zwei Scientologen aus Tel Aviv geboren worden. Das Prinzip: Der Kunde kauft beliebig viele Tests, läßt die Fragen von den Stellenbewerbern beantworten und schickt die Bögen ausgefüllt an U-MAN zurück. In Sekundenschnelle werdet ein Computer die Tests aus und druckt das Ergebnis, übersichtlich, als Kurve aus. Zehn Eigenschaften werden beurteilt, ob der Bewerber gründlich ist,

zielstrebig, kommunikativ, ob er zu Depressionen neigt oder über Verantwortungsbewußtsein verfügt. Am Ende zeigt eine Skala mit 27 Abstufungen, ob die Einstellung des Kandidaten zu empfehlen ist. Der Test soll auf alle Berufe anwendbar sein, pro Stück kostet er rund 700 Mark, mit Mengenrabatt auch weniger.

Der „U-Test“ ist identisch mit dem einzigen Gratisangebot, das die Scientology Church Interessenten offeriert: dem „unverbindlichen“ Persönlichkeits-Test, jenem aberausendfach bewährten Lockmittel, das so plump und oberflächlich erscheint, daß viele Menschen wohl nur mitmachen, um sich die Zeit zu vertreiben. Doch spätestens beim verarbeiteten Auswertungsgespräch hört der Spaß auf. Zwar mag manchem nur lächelnd gesagt werden: „Sie sind zu gutartig. Sie werden berufserfolgreich.“ Anderen dagegen soll schon Axiom Selbstmordgefahr bescheinigt worden sein. Was niemand ahnt: Schon diese erste Begegnung mit der Scientology Church haben die Sektenmitglieder wie ein Verkaufsgespräch trainiert.

Ein Scientologe bespricht präzise die Vorschriften für das Auswertungsgespräch – wann er sich zurückziehen, den Kugelschreiber beiseite legen, den „Kunden“ gerade in die Augen schauen und wann er „vertraulich“ werden soll. So steht es jedenfalls in einer sekteninternen Handakte. Erklärtes Ziel: Dem Kandidaten soll der persönliche „Ruin“ attestiert werden, um ihn dann elends zur „Hilfe“, also zur Scientology Church, zu führen. Nach spätestens einer Viertelstunde soll der „Kunde“ zumindest ein Buch kaufen oder, noch besser, gleich einen scientologischen Kurs belegen. „Einfach. Praktisch. Schnell!“, so preist ein geübter U-MAN-Vertreter den „U-Test“ an. Dieses „einzigartige“ System sei den üblichen, mit unverständlichen Fachtermini gespickten psychologischen Tests weit überlegen.

Der „U-Test“ führt zu erstaunlichen Ergebnissen. Da ist zum Beispiel Frage 4: „Sind Sie manchmal mehrere Tage lang besonders aktiv?“ Oder Frage 194: „Sind Sie manchmal traurig und niedergeschlagen, anstatt mehr oder weniger auf demselben Stimmungsniveau zu bleiben?“ Wird eine der beiden Fragen mit „Ja“ beantwortet, deutet das für Scientologen darauf hin, daß der Bewerber eine „potentielle Schwierigkeitsquelle“ ist. Antworte er zweimal mit „Ja“, entlarve er sich sogar als „unterdrückte Person“.

Englich ausgesprochen klingt U-MAN wie *human*, aber dieses menschenfreundliche Wort ließ sich nicht als Firmenname patentieren. Im übrigen ist U-MAN eine europäische Spezialität. U-MAN International hat im vergangenen Jahr,

ähnlich wie das Sektenzentrum in Florida, zu einem „Emergency Meeting“ aufgerufen: „Wir expandieren!“

Bei mehr als 150.000 europäischen Stellenbewerbern sei die Persönlichkeit bisher durch einen „U-Test“ „präzise und verlässlich“ gemessen worden, behauptet die Firma U-MAN. Eine Dame aus München wurde in einer internen Wochenstatistik unter den „Top Ten“ von 110 „U-Test“-Verkäufern lobend erwähnt. „Kumulativ“ hatte in der Bundesrepublik zu diesem Zeitpunkt aber Berlin die Nase vorn: die U-MAN-Filiale von



Hamburg-Eppendorf, 23. Februar 1991: Scientology-Anhänger wenden sich gegen Kritiker

Farhad Raschidi, Ehemann von Heidi Raschidi, der langjährigen Berliner Scientology-Direktorin.

Neue Kunden suchen U-MAN-Vertreter über Stellenangebote in Zeitungen. Erfolgreich sind die U-MAN-Vertreter wohl vor allem bei mittleren und kleineren Firmen, die sich keine großen Personalabteilungen leisten können. In Prospekten wird allerdings auch mit namhaften Kunden geworben – so mit Autoverleih-Firmen und Kfz-Herstellern.

Wer mit Lizenz U-MAN-Fragebögen vertreiben will, muß eine Grundgebühr an die Schweizer Zentrale entrichten, laut Vertragstext 46.000 Franken. Der Vertrag gilt nur so lange, wie der Lizenznehmer die vorgeschriebenen „Quoten“ einhält – mindestens 300 verkaufte Tests in den ersten sechs Monaten, 700 im ersten Jahr, 1200 im zweiten, danach ein Zuwachs um jährlich mindestens zehn Prozent. Hinzu kommen die monatlichen Lizenzgebühren – zehn Prozent der Bruttoeinnahmen gehen an U-MAN International und dazu noch einmal sechs Prozent an das World Institute of Scientology Enterprises.

In der Bundesrepublik wird der scientologische Persönlichkeits-Test nicht nur als „U-Test“ gehandelt, er taucht auch als „P-Test“ auf. Solche „Personal-Tests“ würdet „bei Stellenbesetzungen und etablierte Dienste“ erweisen, heißt es auf dem Bestellchein eines „Unternehmer-Service“ in Metzungen bei Reutlingen. Die Kunden werden aufgefordert, die ausgefüllten Fragebögen entweder per Post oder per Telex zurückzuschicken. An der angegebenen Adresse mit dem genannten Faxanschluß ist eine Delta Werbung GmbH eingetragen, deren geschäftsführender Gesellschafter gar kein Hehl daraus macht, daß er Scientology schon seit über zwanzig Jahren angehört. Viele seiner Kunden seien „inzwischen selbst Scientologen“. Sein Partner Wolfgang Martin Ostertrag war schon Leiter der Stuttgarter Mission der Sekte.

Auch in Göttingen verfügt der „Unternehmer-Service“ über eine Kontaktadresse. Seine Dienste können von Kunden aus dem ganzen Bundesgebiet in Anspruch genommen werden. So hat beispielsweise der Kölner Firmenberater Fred Heuwing Kunden schon geraten, einen „P-Test“ auszufüllen. Heuwing, der im Kölner Nobelstadtteil Marienburg komplette „Unternehmer-Systeme“ anbietet, ist begeistert „von der Exaktheit der Gesetzmäßigkeiten des menschlichen Verstandes, so wie es L. Ron Hubbard herausgefunden hat“. Sein Firmen-Logo ist das Delta-Dreieck, das Scientology als Symbol für „Dianetik“ benutzt. Intern wird dieser verschachtelte Geschäftsablauf „Choice International“ genannt.

Wenn man, wie Sekten-Gründer Hubbard trefflich formuliert, von Scientology vor allem lernen kann, „jede beliebige Dienstleistung und jedes beliebige Produkt“ zu verkaufen, dann liegt es nahe, daß sich Scientologen als Spezialisten für Public Relations besonders berufen fühlen. Hubbard wußte, daß die Verbreitung seiner Lehre ohne permanente PR unmöglich war – eine schwierige Aufgabe angesichts des Widerstandes in der Gesellschaft. Wenn die Scientology Church angegriffen

werde, seien „Gegenkampagnen mit Hilfe von „Schwarzer Propaganda“ unumgänglich“. Dazu könne es durchaus „einer spionageartigen Untersuchung“ bedürfen, um herauszufinden, mit welchen Verleumdungen der Kritiker verunsichert werden könne.

„Der heimliche oder offene Vorwurf der Homosexualität ist ein altes PR-Mittel der Schwarzen Propaganda, einen Gegner ins öffentliche Abseits zu manövrieren. Die Methode, eine Detektei hierfür zu beauftragen, ist typisch.“ Denn „selbst“ dürfe ein PR-Manager natürlich „niemals Techniken der Schwarzen Propaganda benutzen“. Was klingt, als sei es eine interne Anweisung Hubbards, stammt aus einem Ratgeber über „Macht und Magie der Public Relations“ – erschienen im angesehenen Wirtschaftsfachverlag moderne industrie. Einer der Autoren ist Günther Träger, einer der renommiertesten PR-Berater der Reisebranche.

Träger, in den siebziger Jahren ZDF-Redakteur und PR-Mitarbeiter von Helmut Kohl, bekannte sich wiederholt, auch öffentlich, zur Scientology Church. Er ließ wissen, nirgends „soviel über Public Relations gelernt“ zu haben „wie in Scientology“. Mit seinen beiden Koautorinnen und Sekten-Brüdern der Nationalsozialisten als „kleine Geniestreiche“: „Zwar prangern die Autoren das „Barbarentum des Nationalsozialismus“ an. Aber „Mein Kampf“ werde „bis heute hinsichtlich Schwarzer Propaganda-Technik zu wenig gelesen“. Der Führer „verriet (und verriet) darin, wie es möglich ist, die Massen zu gewinnen. Betrachteten wir uns also höchst sorgfältig seine Techniken!“ Der Verfasser stolperte erst am Tag nach dem Erscheinen über diese und andere Passagen und nahm das Buch im Frühjahr 1990 vom Markt.

Der Fachverlag moderne industrie befand sich in guter Gesellschaft. Auch der Münchner Heyne Taschenbuchverlag merkte zuerst nicht, wer hinter seinem „Handbuch Führungskräfte“ steckte. Dabei hatten die Autoren in einem Vorwort ausdrücklich der „L. Ron Hubbard Library“ gedankt. Einer der Koautorinnen dieser kompakten Zusammenfassung des scientologischen „Managementwissens“ für die 90er Jahre“ hatte sich durch jahrelange Zusammenarbeit das Vertrauen der Lektoren erworben und dem Verlag diverse Sekten-Freunde als Buchautoren angeeignet.

Als der Heyne Verlag die Bücher im vergangenen Jahr zurückzog, weil er mit der Scientology Church nicht zu tun haben wollte, war etwa die Wirtschaftslehre im Geiste des L. Ron Hubbard schon monatelang in deutschen Buchhandlungen verkauft worden – zum Preis von 19,80 Mark.

WIE VERSCHAFFT MAN SICH EINE SPRECHSTUNDE BEIM CHEFARZT?

DEUTSCHE KRANKENVERSICHERUNGEN



Wenn es sich um ernsthafte Gesundheitsprobleme handelt, sollten Sie sich den Ersten statt den Nächsten leisten! Eine private Voll- oder Zusatzversicherung öffnet Ihnen die Tür zu allen Ärzten, vom Allgemeinarzt bis hin zum Chefarzt.

Neben der freien Arzt- und Krankenhauswahl gibt es viele weitere Vorzüge, die Ihnen private Krankenversicherungen bieten. Sie machen Leistungen und Kosten transparent, bieten unterschiedliche Tarife und zur Beitragssenkung Selbstbeteiligung und Beitragsrück-

erstattung. Informieren Sie sich über Ihre Vorteile als Privatpatient. Dann sehen Sie sofort klar, mit welcher gesunden Entscheidung Sie richtig liegen.



DIE PRIVATEN KRANKENVERSICHERUNGEN
Ihre gesunde Entscheidung

Nähere Informationen schickt Ihnen kostenlos der Verband der privaten Krankenversicherung e.V., Postfach 51 10 40, 5000 Köln 51

Dianetik für die FDP

Die „Hamburg Org“, wie die Hamburger Organisation der Scientology Church im Kauderwelsch der Sekte heißt, erntete ein dickes Lob. Das Weithauptquartier schrieb: „Die Hamburg Org ist heute eine der größten Orgs der Welt. Diese Org hat zur Zeit vor allen anderen Klasse-IV-Orgs auf dem Planeten die Führung.“ Das soll schon etwas heißen, denn laut Sekten-Gründer Hubbard ist Expansion das erste Gebot der Scientologen: „Der einzige Grund, warum es Orgs gibt, ist die Aufgabe, Materialien und Dienstleistungen an die Öffentlichkeit zu verkaufen und Leute aus der Öffentlichkeit heranzuziehen, an die man verkaufen und liefern kann.“

In Hamburg ist das mit Hilfe einflussreicher „Leute aus der Öffentlichkeit“ offenbar so gelungen, daß die *Hamburger Morgenpost*, auf Kriegsfuß mit den Regeln über das grammatische Geschlecht, titelte: „Reicht die Krake bis ins Rathaus?“ Prominente FDP-Politiker gerieten durch Immobiliengeschäfte mit einem Scientologen aus der eigenen Partei ins Gerede. Frank-Michael Wiegand, FDP-Fraktionsvorsitzender in der Hamburger Bürgerschaft, ist von Beruf Makler. Seine Firma Jendrusch & Partner vermittelte dem Scientologen und FDP-Mitglied Götz Brase eine Wohnanlage im Wert von 4,85 Millionen Mark und kassierte dafür mehr als eine Viertelmillion Mark Courtagen. Der 34-jährige Brase ist offenbar nicht bloß ein einfaches Sektenmitglied. Das interne Scientologen-Magazin *Impact* führt ihn als „Patron from Germany“. Ein Mitglied, dem diese Ehre zuteil wird, muß zuvor mehr als 40 000 US-Dollar in die „Kriegskasse“ gezahlt haben.

Der FDP-Politiker Wiegand wollte in seinen Geschäften mit Parteifreund und Sekten-Mitglied Brase zunächst nichts Verwerfliches sehen: „Wir wollen keine Kasse von Unberührbaren schaffen, das wäre mit liberalen Grundsätzen nicht vereinbar.“ Erst als der Skandal immer neue Schlagzeilen lieferte, ging Wiegand auf Distanz. Mit der Grundstücksvermittlung an die Götz Brase KG sei er „persönlich“ nicht befaßt gewesen. Jetzt habe er mit seinem Partner vereinbart, keine weiteren Geschäfte „mit der Brase KG“ zu tätigen.

Auch der Landesvorstand der FDP will Brase nun schnell loswerden: Der Makler und eine weitere Scientologin wurden aufgefordert, aus der Partei auszutreten. Trotzdem konnte es sich die FDP nicht verkneifen, die Vorwürfe als „Dum-Dum-Geschosse im Wahlkampf“ zu bezeichnen. Am 2. Juni sind in Hamburg Bürgerschaftswahlen.

Vor zwei Wochen ist ein weiterer FDP-Politiker ins Blickfeld geraten. Kai Wünsche, Großkaufmann und starker Mann des rechten Flügels der Hamburger Liberalen, hält - Presseberichten zufolge - über seine Immobiliengesellschaft Urania eine Grundschuld über eine halbe Million Mark für ein Haus im Stadtteil Eppendorf. Das Haus gehört Götz Brase und beherbergt das neueröffnete zweite „Dianetik-Zentrum“ Hamburgs. Brase hat inzwischen

Strafanzeige erstattet: Die Presseberichte, in denen auch von einer Darlehensvereinbarung mit Wünsche die Rede war, gingen auf eine „unrechtmäßige Einsichtnahme ins Grundbuch zurück“.

Die Anwohner in Eppendorf fühlen sich von den Werbeversuchen der Scientology-Schlepper belästigt. Sie schlossen sich zu einem Protestbündnis aus Parteien, Kirchen und Bürgerinitiativen zusammen. Mit Info-Ständen, Podiumsdiskussionen und Unterschriftenlisten kämpfen sie gegen die Sekte. Einige der Kritiker haben daraufhin anonyme Briefe mit Hubbard-Zitaten erhalten. Drohend ist da von einem „Feind“ die Rede, der „dumpe auf Straßenplaster klatscht“. Und bei einer Demonstration vor dem Eppendorfer Scientology-Zentrum kam es sogar zu einem Handgemachte, als Plakate der Sekten-Kritiker mit „Juden-Sternen“ überklebt wurden. Die Scientologen wollen die Klebekaktion jedoch nicht veranlassen.

Der Senat will der Scientology Kirche e. V. nun die Rechtsfähigkeit und damit ihren Verfassungsschutz entziehen. Bereits im Februar hatte das örtliche Verwaltungsgericht die Sekte verpflichtet, den Verkauf ihrer Bücher und Kurse als Gewerbe anzumelden. Wenn das Urteil rechtskräftig wird, ist dies ein Erfolg für die Sekten-Gegner. Denn die Urteilsbegründung zielt allein auf die Geschäftspraktiken der Sekte und läßt sich nicht auf den von Scientologen oft geführten Streit um den Religionsstatus der Sekte ein.

Die SPD-Abgeordnete Ursula Caberta hat darüber hinaus Strafanzeige erstattet. Der Scientology-„Konzern“ sei nicht nur ein getarntes Wirtschaftsunternehmen, sondern verfolge „verfassungswidrige Ziele mit strafrechtlich relevanten Methoden“.

Auffallend viele Unternehmensberater mit Scientology-Kontakten haben sich in der Hansestadt niedergelassen. Die Angst, die städtische Wirtschaft werde von Scientologen unterwandert, wird durch Querelen in der Hamburger Handwerkskammer genährt. Die Scientologin Christine Kischke-Wolbrandt, frühere Leiterin der Akademie des Handwerks, wurde schon 1986 beschuldigt, in Fortbildungen mit Methoden der Sekte gelehrt und bei Mitarbeitern der Handwerkskammer für die Sekte geworben zu haben. Kurz darauf wurde Kischke-Wolbrandt versetzt, arbeitete aber in der „Zukunftswerkstatt“ der Kammer weiterhin eng mit Geschäftsführer Jürgen Hogeforster zusammen.

Nebenbei verbreitet sie in einer „Akademie für Führungskräfte“ die Ideen des Scientology-Gründers. In Briefen an ihre Kunden erwähnt sie Hubbard und zitiert aus seinen Schriften. Ihr Engagement in der „Akademie“ habe nichts mit der Handwerkskammer zu tun, sagt Geschäftsführer Hogeforster. Erst in der vergangenen Woche, zum Quartalsende, ist Christine Kischke-Wolbrandt bei der Handwerkskammer ausgeschieden, „auf eigenen Wunsch“, wie Geschäftsführer Hogeforster betont.

Henrik Bork