

Phasenmodell der Gruppenentwicklung ¹

Keine Gruppe ist von Anfang an ein multinationaler Psychokonzern oder eine weltweit tätige Religions- und Weltanschauungsbewegung. Vielmehr gibt es verschiedene Entwicklungsphasen in der Gruppengeschichte. Manche Gruppierungen kommen über das Stadium der Gründungsphase mit einer begrenzten Anhängerschaft nie hinaus und streben dies vielleicht auch gar nicht an. Andere wiederum betreiben engagiert und aggressiv Mission und haben damit Erfolg. Manche Gruppen werden zunächst immer größer und einflussreicher, bis es zu internen Auseinandersetzungen und Abspaltungen kommt. Das nachstehende Phasenmodell zeigt die verschiedenen Entwicklungsstufen. Fließende Übergänge zwischen einzelnen Schritten sind dabei ebenso denkbar, wie das Überspringen oder Rückschritte.

<p>1. Idealistische Phase</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Lehre oder Ideologie wird geschaffen bzw. bestehende Glaubensinhalte abgeändert oder neu definiert • erstes Auftreten und Werben in der Öffentlichkeit • noch keine festen organisatorischen Strukturen vorhanden • relativ kleine Anhängerschaft, vorwiegend aus den eigenen Landsleuten • unmittelbarer Kontakt „Schüler - Meister“ • nach außen hin begrenzter Wirkungskreis (sowohl geographisch als auch persönlich) • Erfolg oder Mißerfolg nicht absehbar
<p>2. Organisationsphase</p>	<ul style="list-style-type: none"> • durch die Attraktivität von Lehre und Gründerpersönlichkeit wird Wirkung über die engere Region hinaus entfaltet • wachsende Anhängerschaft • Notwendigkeit einer organisatorischen Struktur und Schaffung hierarchischer Strukturen • Kommunikationswege nicht mehr in allen Fällen direkt zwischen „Meister - Schüler“
<p>3. Missionsphase</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Expansion über die Landesgrenzen hinaus • Straffung der Organisation und Ausweitung der Hierarchieebenen • Werbeaufwand und erhöhter Bedarf an finanziellen Mitteln • Konflikte durch das Eindringen in fremde Kulturkreise • verstärkte Aufmerksamkeit in den Medien und damit verbunden die Möglichkeit eines zusätzlichen Werbeeffekts

¹ Entwickelt von Minhoff/Lösch in „Neureligiöse Bewegungen“, München 1988, 1994, 1996, Bayerische Landeszentrale für politische Bildungsarbeit

4. Kommerzphase	<ul style="list-style-type: none">• wachsende Einnahmen durch wachsende Anhängerschaft• Geld wird immer wichtiger• Lehre oftmals nur noch Mittel zum Zweck; wachsende Kommerzialisierung und Ausbau der wirtschaftlichen Betätigung, der alles untergeordnet wird• zunehmender Leistungsdruck auf die Anhänger• Austausch der Hierarchieebene der „ersten Stunde“, sofern diese sich den neuen Entwicklungen widersetzt• Konflikte innerhalb der Gruppe und erste Abspaltungen• zunehmender Einfluß des neuen Managements ggf. bis hin zur langsamen Entmachtung der Gründerfigur, die nur noch Symbol nach außen hin ist.
5. Korruptionsphase	<ul style="list-style-type: none">• weiterer Rückgang der idealistischen Grundansätze• verstärkte Auseinandersetzungen mit der „Außenwelt“• Kommerzialisierung wird weiter vorangetrieben• persönliche Bereicherung der Gruppenführung, Machtkämpfe rivalisierender Gruppen innerhalb der Hierarchie• Konfusion, weitere Abspaltungen, Destabilisierung, Machtvakuum, Auseinanderfallen der Gruppe
6. Individualisierungsphase	<ul style="list-style-type: none">• einzelne Anhänger verlassen die Gruppe, praktizieren aber Lehre und Methoden „auf eigene Rechnung“ weiter, ohne Gründung einer eigenen Organisationsstruktur
7. Reorganisationsphase	<ul style="list-style-type: none">• Gründung neuer kleinerer Gruppen oder• neue Gruppenführung nach Entmachtung der bisherigen Hierarchie• neues Gruppenmanagement nach Tod der bisherigen Gründerfigur