

Der Nachteil der Werbung auf materieller Basis besteht u. a. darin, daß der IM durch bewußte Täuschung über seine operativen Möglichkeiten und Fähigkeiten, durch falsche Berichterstattung usw., sich ungerechtfertigt zu bereichern versucht und daß der Feind durch übermäßige und nicht legendierte Geldausgaben auf den Werbekandidaten aufmerksam wird und Ansatzpunkte für dessen Bearbeitung finden kann. Bei solchen IM muß immer mit der Möglichkeit feindlicher Überwerbung unter Ausnutzung der gleichen materiellen Motive gerechnet werden.

Deshalb ist anzustreben, echte Faustpfänder zu schaffen und die Basis der Zusammenarbeit mit politisch-ideologischen Elementen zu verbinden.

Ansatzpunkte für eine Werbung können neben materieller Interessiertheit auch in anderen persönlichen Bedürfnissen und Interessen bestehen. Derartige Ansatzpunkte sind festzustellen und weitgehend auszunutzen. Von besonderer Bedeutung hierbei sind solche Bedürfnisse und Interessen, die nach Auffassung des Kandidaten nur durch Organe, Institutionen und Einzelpersonen sozialistischer Staaten befriedigt werden können.

#### 2.2.4. Werbung auf der Grundlage kompromittierender Umstände

Die Werbung auf der Grundlage kompromittierender Umstände ist die Veranlassung zur Zusammenarbeit unter Ausnutzung bekannt gewordener Fakten und Umstände aus dem Leben einer Person, deren Bekanntwerden die berufliche oder gesellschaftliche Stellung des Kandidaten schwer schädigen oder unmöglich machen würde bzw. bei Bekanntwerden seine strafrechtliche Verfolgung nach sich ziehen kann.

Das kompromittierende Material muß tatsächlich für eine Kompromittierung ausreichen und darf für den Kandidaten normalerweise keine Möglichkeit offenlassen, die Zusammenarbeit abzulehnen. In bestimmten Fällen können kompromittierende Umstände geschaffen oder vorgetäuscht werden. Bei der Werbung ist das kompromittierende Material nur soweit als notwendig auszuspielen. Verhaltensweise und Reaktion des Kandidaten sind einzukalkulieren.

Kompromittierende Ansatzpunkte ergeben sich aus menschlichen Schwächen, kriminellen Handlungen oder aus früherer und gegenwärtiger geheimer bzw. verbrecherischer politischer Tätigkeit. In bestimmten Fällen sind bereits erfüllte wichtige operative Dienste das wichtigste Kompromat.

Der hauptsächliche Nachteil dieser Werbegrundlage besteht vor allem in ihrer begrenzten Wirksamkeit. Sie ist anzuwenden, wenn andere Werbegrundlagen keinen Erfolg versprechen. In der Zusammenarbeit ist die Festigung der Basis der Zusammenarbeit durch Kombinationen mit anderen Werbegrundlagen anzustreben.

#### 2.3. Werbung unter fremder Flagge

Die Werbung unter fremder Flagge ist die Täuschung des Werbekandidaten über den Beziehungspartner (Auftraggeber) bei Ausnutzung und Anwendung imperialistischer Ideologien, Methoden und Mittel, materieller Faktoren und kompromittierender Umstände.