

Die Täuschung des Werbekandidaten über den Beziehungspartner durch Legendierung einer Tätigkeit für andere Organisationen und Dienststellen der Deutschen Demokratischen Republik oder anderer sozialistischer Länder bzw. für progressive Organisationen und Institutionen aus dem Operationsgebiet ist keine fremde Flagge.

Bei der Entscheidung über die Werbekonzeption ist neben der Werbegrundlage und der Art der Werbung bei den anzuwendenden Mitteln und Methoden zu klären und festzulegen, unter welcher Legende oder fremden Flagge der Kontakt herzustellen ist.

Die Entscheidung über den Beziehungspartner ist für den Erfolg der Werbekombination oft von ausschlaggebender Bedeutung.

In bestimmten Fällen ist die Werbung unter fremder Flagge die einzige Möglichkeit, den Werbekandidaten für eine operative Zusammenarbeit zu gewinnen. Die Werbung unter fremder Flagge stellt hohe Anforderungen an die Kenntnisse und Fähigkeiten der operativen Mitarbeiter. Sie muß sorgfältig durchdacht und exakt vorbereitet werden.

Die Wahl der günstigsten Flagge sowie die Festlegung ihres erforderlichen Ausmaßes und Aufwandes werden von den operativen Möglichkeiten, der Bedeutung des Werbekandidaten und seines Persönlichkeitsbildes sowie der politischen Situation bestimmt.

Die Variationen bei der Werbung unter fremder Flagge reichen vom Einsatz eines Werbers mit einfach legendiertem Hintergrund bis zum Einsatz einer Werbegruppe mit systematisch aufgebauter Basis bzw. mit unter der feindlichen Flagge echt tätiger IM.

Die Abdeckung aller operativen Aktivitäten hat weitgehend echt und überprüfbar zu erfolgen.

Die bei der Werbekombination eingesetzten IM müssen über umfangreiche Kenntnisse und Erfahrungen in der operativen Arbeit verfügen sowie die Fähigkeit besitzen, die konkrete fremde Flagge überzeugend zu repräsentieren.

Im Prozeß der Zusammenarbeit ist entsprechend den Möglichkeiten die Umwandlung auf den tatsächlichen Beziehungspartner (Ministerium für Staatssicherheit) anzustreben.

2.4. Art der Werbung

Im Prozeß der Werbung ist zwischen der allmählichen und der unmittelbaren Einbeziehung des Werbekandidaten in die bewußte operative Arbeit zu unterscheiden. Die Art des Werbeprozesses ist in Einheit mit der Werbegrundlage und dem gewählten Beziehungspartner festzulegen. Die Art der Werbung wird durch zahlreiche operative Maßnahmen, Mittel und Methoden realisiert.