

## 2.7. Auswahl, Vorbereitung und Einsatz von Werbern

Der Werber muß in der Regel ein zuverlässiger und in der operativen Arbeit erprobter IM sein, der sich besonders durch solche Eigenschaften auszeichnet, wie

- Kontaktfreudigkeit,
- hohes Maß an Einfühlungs- und Anpassungsvermögen,
- Entscheidungs- und Handlungsfreudigkeit,
- selbstbewußtes und selbstsicheres Auftreten.

Er muß in der Lage sein, die Gefühle, das Denken und das Handeln geeigneter Werbekandidaten wesentlich zu beeinflussen.

Die Auswahl des jeweiligen Werbers richtet sich nach den individuellen Merkmalen des Werbekandidaten, zumindest aber nach den verallgemeinerten Merkmalen bestimmter Personengruppen.

In bestimmten Fällen ist der Einsatz von Werbergruppen zweckmäßig und erforderlich.

Werbergruppen bestehen aus mehreren IM, die den Werbekandidaten und die Einzelheiten der Werbekombination kennen. Sie sind untereinander bekannt und arbeiten bei der Werbung unmittelbar zusammen.

Der Einsatz von Werbergruppen und deren Personenstärke ergibt sich aus der Kompliziertheit der Werbebedingungen und der Dringlichkeit der zu lösenden operativen Aufgaben.

Als Leiter einer Werbegruppe ist ein besonders qualifizierter und operativ erfahrener Mitarbeiter einzusetzen.

Auch in Werbergruppen dürfen die einzelnen IM nur über das für die Lösung der operativen Aufgabe notwendige Wissen verfügen.

Die Vorbereitung und der Einsatz von Werbern muß den erfolgreichen Verlauf der Werbekombination und die maximale Sicherheit aller bei der Werbung beteiligten IM gewährleisten. Der Werber muß an der Ausarbeitung der Werbekombination schöpferisch teilnehmen und von ihrem Erfolg überzeugt sein.

Er ist mit allen Ermittlungsergebnissen über den Werbekandidaten, über die konkrete Situation im feindlichen Objekt und mit dem Inhalt der Werbekombination vertraut zu machen, soweit dies für die Werbung notwendig ist.

Der Werber muß die für die Realisierung der Werbekombination erforderliche Legendierung und Abdeckung besitzen. Sie muß ausbaufähig und gut fundiert sein und dem Werber die erforderliche operative Beweglichkeit und Eigeninitiative ermöglichen.