

- Verhaltensvarianten des Werbers und der anderen eingesetzten IM entsprechend der möglichen Reaktionen des Werbekandidaten
- Maßnahmen zur Absicherung der Werbung bzw. der Treffs
- Legenden und Maßnahmen bei Konfrontation mit feindlichen Polizei-, Abwehr- und Untersuchungsorganen.

2.9.

#### Aufbau einer zweiten Bearbeitungslinie

Das Wesen der zweiten Bearbeitungslinie besteht im bewußten Ausnutzen bereits vorhandener operativer Möglichkeiten oder im Heranschleusen geeigneter IM an den Werbekandidaten mit dem Ziel, diesen vor, während und nach dem Werbeprozess unter Kontrolle zu halten und seine Reaktionen umfassender und zuverlässiger festzustellen. Die zweite Bearbeitungslinie ist nicht in jedem Falle möglich oder erforderlich.

Die Ergebnisse der zweiten Bearbeitungslinie dienen

- der Überprüfung und Ergänzung der bereits vorhandenen operativen Materialien,
- der Bestätigung oder Korrektur der Werbekombination,
- der Sicherung eines maximalen Nutzeffektes in der späteren operativen Zusammenarbeit,
- dem rechtzeitigen Erkennen einer möglichen Gefährdung des Werbevorganges.