

Die Erarbeitung von realen Anforderungsbildern muß demnach zu einem festen Bestandteil der Planung und Durchführung von Aufgaben für die qualitative Erweiterung des IM-Bestandes werden.

Worum geht es bei der Erarbeitung von Anforderungsbildern für zu gewinnende IM?

Neue IM sind zur Lösung konkreter politisch-operativer Aufgaben zu werben. Jedes andere Herangehen führt von diesen weg und verselbständigt die Gewinnung von IM.

Deshalb muß der in der Richtlinie 1/68 exakt festgelegte und bewährte tschekistische Grundsatz überall durchgesetzt werden: Jede Werbung ist an bestimmte und konkrete politisch-operative Aufgaben gebunden und muß auf deren operative Lösung gerichtet sein. Der Nutzen einer Werbung erhöht sich in dem Maße, wie es gelingt, alle Teilmaßnahmen und Schritte im Gewinnungsprozeß auf diese politisch-operativen Aufgaben auszurichten. Er erhöht sich in dem Maße, wie es gelingt, von der Frage auszugehen, wann wo die Erfüllung welcher politisch-operativen Aufgaben eine Neuwerbung objektiv notwendig macht.

Das heißt: Es kann nicht ein beliebiger IM geworben und nachträglich geprüft werden, für welche Aufgabe er einsetzbar ist.