

Wie erfolgt die Auswertung der Treffs, vor allem die Analyse und Bewertung der Auftragserfüllung?

Wie gehen die Mitarbeiter - ausgehend von der Einsatzrichtung und dem Werbungsziel - insgesamt an den systematischen Aufbau und die Entwicklung neugeworbener IM heran, wie werden in diesem Prozeß die unterschiedlichen Motive für die Zusammenarbeit mit dem MfS genutzt, um die IM fest an uns zu binden?

Wie werden die Regeln der Konspiration und Geheimhaltung sowohl durch die Mitarbeiter als auch durch die neugeworbenen IM eingehalten?

Die in diesem Prozeß gewonnenen Erkenntnisse sind durch die Leiter und mittleren leitenden Kader gründlich und ohne Verzug auszuwerten.