

4.2.2. Die konspirative Kontaktaufnahme

Die konspirative Kontaktaufnahme ist auszurichten auf

- das Erarbeiten neuer Informationen über die Kandidaten aus der direkten persönlichen Begegnung und die Fortsetzung ihrer Überprüfung,
- die unmittelbare Beeinflussung der Kandidaten für die Bereitschaft zur Zusammenarbeit, die erste Aufträge als Bestandteile des Gewinnungsprozesses einschließen kann,
- das Schaffen von Ausgangspunkten für entwicklungsfähige, vertrauensvolle Beziehungen der Kandidaten zum MfS.

Über die Ziele der Kontaktaufnahme, ihre Art und Weise, den Zeitpunkt sowie die Teilnahme eines Vorgesetzten haben auf der Grundlage der politisch-operativen Erfordernisse und der Überprüfungsergebnisse die Leiter zu entscheiden, die das Anlegen des betreffenden IM-Vorlaufs bestätigten.

Zur Festlegung der Art und Weise der konspirativen Kontaktaufnahme sind die Möglichkeiten zu prüfen

- zur legendierten Bestellung des Kandidaten zum Kontaktgespräch,
- zum direkten Ansprechen und Beginn des Kontaktgespräches durch den Mitarbeiter,
- zum Schaffen von Einflüssen und Umständen, durch die der Kandidat zur selbständigen Kontaktaufnahme mit dem MfS veranlaßt wird.

Das Kontaktgespräch ist taktisch beweglich unter ständiger Beachtung der Persönlichkeit und der Reaktionen des IM-Kandidaten zu führen.

Das erfordert insbesondere

- das Anknüpfen an die Bestellungslegende und deren Weiterentwicklung für die Fortführung des Kontaktes bzw. den erforderlichen Wechsel zu anderen Gesprächslegenden,
- die Nutzung realer oder künstlich geschaffener Umstände für das Stellen und Begründen erster Forderungen an den Kandidaten,
- das Beachten der Einflüsse, die vom Mitarbeiter und den räumlich-zeitlichen Umständen ausgehen.

Der Kontakt ist – legendiert oder offiziell – abzubrechen, wenn sich nachweislich Fakten ergeben, die weder eine momentane noch perspektivische inoffizielle Arbeit mit dem IM-Kandidaten notwendig bzw. möglich machen.

4.2.3. Der Vorschlag zur Werbung

Im Ergebnis der systematischen Bearbeitung des IM-Vorlaufs ist der Vorschlag zur Werbung auszuarbeiten. Er hat zu beinhalten:

- die Personalien des Kandidaten;
- die Begründung der politisch-operativen Notwendigkeit der Werbung, die vorgesehene Einsatzrichtung und Kategorie;