

5.4.2. Die Überwerbung

Mit der Gewinnung von Personen, die durch imperialistische Geheimdienste o. a. feindliche Stellen geworben wurden und in deren direktem Auftrag subversiv gegen die DDR tätig sind, ist das Ziel zu verfolgen, in die Konspiration des Feindes einzudringen, um

- seine Pläne, Absichten, Maßnahmen, Mittel und Methoden zu erkunden, zu dokumentieren und offensiv zu bekämpfen,
- die unmittelbaren Aufträge und Handlungen solcher Personen zu paralyisieren und sie zur Desinformation des Feindes und zur Störung seiner Maßnahmen zu nutzen.

Die Durchführung einer Überwerbung ist in Übereinstimmung mit den Regelungen über den Abschluß der Bearbeitung Operativer Vorgänge gemäß meiner Richtlinie Nr. 1 76, Ziffer 2.8., vorzubereiten und durchzuführen. Dabei sind die möglichen Risiken gründlich einzuschätzen und die Konspiration und Geheimhaltung unbedingt zu sichern.

Grundlegende Voraussetzungen zur Überwerbung sind:

- der dringende Verdacht einer im Auftrage imperialistischer Geheimdienste o. a. feindlicher Stellen begangenen Straftat und ihre Beweisbarkeit;
- die Verletzung von auferlegten Verhaltensnormen imperialistischer Geheimdienste u. a. feindlicher Stellen in einer für die geworbene Person erheblich belastenden Weise;
- das Vorhandensein anderer wirksamer und geprüfter kompromittierender Materialien.

Die Vorschläge zur Werbung bedürfen der Bestätigung durch die Leiter der HA selbst, Abteilungen und BV/V bzw. deren Stellvertreter.

Die Leiter der operativen Dienstseinheiten haben die Vorbereitung und Durchführung von Überwerbungen besonders zu unterstützen.

Dabei haben sie zu sichern:

- die gründliche Analyse des Bekanntwerdens der Kandidaten, um insbesondere das Eindringen feindlicher Kräfte in den IM-Bestand zu verhindern;
- die allseitige Aufklärung der Persönlichkeit der Kandidaten sowie die Überprüfung ihrer operativen Perspektive;
- die Konsultation der zuständigen Dienstseinheit der Linie IX, vor allem im Zusammenhang mit der Einschätzung der Beweislage hinsichtlich des dringenden Verdachts begangener Straftaten.

Das Werbungsgespräch ist darauf auszurichten,

- die spezielle Mentalität und die nachrichtendienstlichen Kenntnisse des Kandidaten in Rechnung zu stellen,
- das Fehlen echter Alternativen für die Entscheidung zur Zusammenarbeit mit dem MfS überzeugend deutlich zu machen sowie die verbindlichen Konsequenzen und positiven Auswirkungen der Entscheidung zur Zusammenarbeit und die unabwendbaren Folgen ihrer Ablehnung hervorzuheben.