

### 3.5. Die Auswahl und der Einsatz von Werbern

Die Werbung von IM ist vorrangig durch den Einsatz von Werbern zu realisieren. Von der Persönlichkeit der Werber hängt in hohem Maße ab, inwieweit bei Werbekandidaten entsprechende Zielvorstellungen und Handlungen ausgelöst werden können. Die Werber müssen Autorität besitzen und vom Werbekandidaten in ihrer Rolle akzeptiert werden. Sie müssen in der Lage sein, zur Realisierung der jeweiligen Bearbeitungskonzeption erforderlichenfalls auch relativ langfristig Werbekandidaten aufzuklären und zu beeinflussen. Eine besondere Rolle spielt dabei die Überprüfbarkeit ihrer gesellschaftlichen Stellung.

Werber sind in der Regel an der Ausarbeitung der Werbekombination zu beteiligen.

In bestimmten Fällen sind Werbegruppen einzusetzen. Sie arbeiten unmittelbar zusammen und müssen die Werbekombination insoweit kennen, wie das für die Lösung ihrer jeweiligen Aufgaben erforderlich ist.

Die Werbekombination ist nach Möglichkeit über mehrere Bearbeitungslinien zu realisieren. Dazu sind vorhandene bzw. zu schaffende operative Kontakte besonders mit dem Ziel zu nutzen, die Reaktionen der Werbekandidaten auf operative Maßnahmen zuverlässig festzustellen und in Abhängigkeit davon ihr Verhalten zu beeinflussen.

### 3.6. Die allmähliche und die sofortige Einbeziehung in die operative Arbeit

Die allmähliche Einbeziehung geeigneter Kandidaten in die operative Arbeit ist der gebräuchlichste Verlauf des Werbeprozesses und erfordert eine relativ langfristige Beeinflussung und zunächst meist unbewußte Einbeziehung in die operative Tätigkeit. Sie bietet die Möglichkeit, die Werbeabsicht über eine bestimmte Zeit zu verschleiern, den Werbekandidaten gründlicher und allseitiger aufzuklären, die Werbekombination in Übereinstimmung mit den Aufklärungsergebnissen zu vervollkommen und das Risiko bei der Durchführung der Werbung einzuschränken.

Die sofortige Einbeziehung in die operative Arbeit ist die unmittelbare, für die Werbekandidaten meist überraschende Offenbarung der Werbeabsicht, ohne daß eine längere Phase ihrer Beeinflussung vorausgegangen ist.

Die sofortige Einbeziehung kommt zur Anwendung bei

- besonders günstigen Voraussetzungen hinsichtlich der Motive für eine Zusammenarbeit;
- bestimmten Zwangssituationen, aus denen sich erfolgversprechende Ansatzpunkte für Werbekombinationen ergeben (Kompromate, materielle Abhängigkeitsverhältnisse, Überwerbung u. a.);
- einmaligen Gelegenheiten für Werbungen.

Der Ausgang der Werbung ist in diesen Fällen oft vom Inhalt der vorliegenden Informationen über den Kandidaten, dem Ergebnis äußerst kurzfristig durchzuführender Maßnahmen und manchmal nur von einem einzigen Gespräch abhängig.