

ihm gar kein Behauptungs-Glaube zugehörig sein muß. Hat jedoch der Werber mit seiner Werbung darauf gezielt, daß dem Dritten hinsichtlich des ihm übermittelten Satzes ein Behauptungs-Glaube, nämlich ein Glaube an eine Behauptung des Werbers zugehörig wird, so ist die „Andersatz-Übermittlung“ nach der Absicht des „Übermittlung-Werbers“, wenn auch nicht des Übermittlers, eine „Ander-Behauptungs-Übermittlung“. Wird nun im Falle einer „Ander-Behauptungs-Übermittlung“ gesagt, daß der „Übermittler“ „im Namen des Übermittlungs-Werbers eine Erklärung abgebe“, so ist diese Rede ungenau, woferne das Wort „Erklärung“ im Sinne des Wortes „Behauptung“ gebraucht wird. Denn jeder „Andersatz-Übermittler“ stellt allerdings — und zwar „in eigenem Namen“ — zwei Behauptungen auf, nämlich a) die Behauptung, daß der Übermittlung-Werber besonderen Satz gebildet habe und b) die Behauptung, daß jener Satz bildner darum geworben habe, daß jener Satz dem Dritten übermittelt wird, aber der Übermittler stellt wesentlich keine Behauptung „in anderem Namen“ auf, er behauptet nicht wesentlich, daß jener übermittelte Satz als Behauptung gebildet wurde, da er gar nicht wissen muß, in welcher Absicht jener von ihm übermittelte Satz gebildet wurde. Weiß aber auch der Übermittler darum, daß der von ihm übermittelte Satz eine Behauptung des Übermittlung-Werbers war, so ist dieses sein Wissen ohne wesentliche Bedeutung für sein „Übermitteln“. Mit der Rede vom „Behaupten (Erklären) in anderem Namen“ ist also lediglich gemeint, daß jeder „Andersatz-Übermittler“ einen anderen Menschen nennt, nämlich eben als „Werber um die eigene gegenwärtige Satz-Übermittlung“ nennt, also auch als solchen Menschen, der besonderen Satz gebildet hat. In vielen Fällen weiß allerdings der „Andersatz-Übermittler“, daß er eine „Ander-Behauptung“ übermittle und hinsichtlich solcher Fälle hat die Rede vom „Behaupten (Erklären) in anderem Namen“ ihre annähernde Richtigkeit. Ein „übermittelter Andersatz“ kann sich nun auch als „übermittelte Verhalten-Werbung“ darstellen, und in solchem Falle können wir mit Rücksicht auf die Absicht des Übermittlung-Werbers von einer „Verhalten-Werbung-Übermittlung“ („Anspruch-Übermittlung“ oder „Antrag-Übermittlung“) reden. Jeder „Verhalten-Werbung-Übermittlung-Werber“ zielt auf drei Verhalten-Werbungen, nämlich auf zwei an den „Übermittlung-Werbungs-Adressaten“ gerichtete eigene Verhalten-Werbungen, und dadurch auf besonderes Verhalten dieses Adressaten, welches sich als eine an den Dritten gerichtete Verhalten-Werbung des Übermittlung-Werbers darstellt. In jedem Falle einer „Verhalten-Werbung-Übermittlung“ müssen wir also vom „Verhalten-Werbung-Übermittlung-Werber“ den „Verhalten-Werbung-