

Übermittlung-Werbung-Adressaten“ und den „Adressaten der übermittelten Verhalten-Werbung“ unterscheiden. Die „Verhalten-Werbung-Übermittlung-Werbung“ kann selbstverständlich eine Verhalten-Werbung anderer Art sein als die zu übermittelnde Werbung, die erstere Werbung kann z. B. ein „Ersuchen“ sein, während die letztere Werbung ein „Gebot“ ist, so daß dann der „Verhalten-Werbung-Übermittlung-Werber“ zugleich an den einen Adressaten ein „Ersuchen stellt“, dem anderen Adressaten aber „gebietet“. Eine „Verhalten-Werbung-Übermittlung-Werbung“ kann ferner entweder eine „Werbung um Übermittlung identisch übertragener Verhalten-Werbung“ oder eine „Werbung um Übermittlung äquivalent übertragener Verhalten-Werbung“ sein. Ein Beispiel für eine Werbung ersterer Art liegt vor, wenn etwa A zu B sagt: „Bitte, sagen Sie dem C wörtlich: A läßt Ihnen sagen, daß er, wenn Sie nicht bis 6 Uhr abends zahlen, morgen die Klage gegen Sie überreicht“. Ein Beispiel für eine Werbung der letzteren Art liegt hingegen vor, wenn etwa A zu B sagt: „Sagen Sie dem C, daß er unbedingt bis heute 6 Uhr abends zahlen muß“, wobei es A dem B überläßt, äquivalente Worte zu gebrauchen. Aus Gründen, die wir bereits angeführt haben, kann in genauer Rede nicht gesagt werden, daß der „Verhalten-Werbung-Übermittler“ „im Namen eines Anderen einen Anspruch erhebt oder einen Antrag stellt“. Denn der „Verhalten-Werbung-Übermittler“ wirbt überhaupt nicht um Verhalten des Dritten, er erhebt gegen ihn keinen Anspruch und stellt ihm keinen Antrag, handelt vielmehr nur als „Verhalten-Werbung-Übermittler“ in der dargelegten Weise, wobei er allerdings wesentlich einen anderen Namen angibt, nämlich den Namen jenes, dessen Verhalten-Werbung er übermittelt. Wird einer übermittelten Verhalten-Werbung entsprochen, so liegt eine „durch Vergesellschaftung vermittelte Vergesellschaftung“ vor, nämlich eine Vergesellschaftung des Adressaten der übermittelten Verhalten-Werbung mit dem „Übermittlung-Werber“, welche vermittelt ist durch eine Vergesellschaftung des Adressaten der „Übermittlung-Werbung“ — des „Übermittlers“ — mit dem „Übermittlung-Werber“.

Die Rede vom „Anspruch erheben“ und „Antrag stellen“ „im Namen eines Anderen“ wird aber auch noch in zahlreichen anderen, untereinander gleichartigen, aber von den bisher betrachteten Fällen verschiedenen Fällen von „Satzbildung“ angewendet. Um dieses sogenannte „um Verhalten werben im Namen eines Anderen“ zu zergliedern, erinnern wir an die „Anträge“ des Staatsanwaltes „im Namen des Staates“, an die „Anträge“ des Rechtsanwaltes „im Namen seines Klienten“, an die „Urteile“ des Richters „im Namen Sr. Majestät des Königs“ oder „im Namen der Republik“, an „Befehle“ „im Namen des Gesetzes“ usw. usw.