

durch besondere „Weisungen kraft Wertung“ weisungsgemäßes Verhalten eines B herbeizuführen, so hat er nicht nur die „Pflicht“, solche Weisungen zu erteilen, sondern auch die „Vollmacht“ besonderer Interessevertretung. Die Gegebenen „Zuständigkeit“ und „Vollmacht pflichtgemäßer Ausübung“ stimmen aber keineswegs stets überein. Ein „Rechtsrichter“ ist z. B. für besondere „Weisungen kraft Auslegung“ zuständig, er ist aber nicht bevollmächtigt, da der „Rechtsrichter“ nicht „Interesse-Vertreter“ ist. Obwohl nun also „Befugnis“, „Vollmacht“ und „Zuständigkeit“ je verschiedenes Gegebenes darstellen, kommen sie doch darin überein, daß sie je besondere, durch besondere Behauptung abgeleitete Macht darstellen, jemanden durch besondere Behauptung zu besonderem Verhalten zu veranlassen.

Nachdem wir nunmehr das Gegebene „Verhalten-Werbung“ von dem Gegebenen „Verhalten-Werbung-Ausfüllung“ („Quasi-Verhalten-Werbung“), mit dem es meist verwechselt wird, geschieden haben, müssen wir noch einige wichtige Besonderheiten von „Verhalten-Werbung schlechtweg“ und „Verhalten-Werbung-Entsprechung schlechtweg“, die wir bisher noch nicht ins Auge gefaßt haben, erörtern. Zunächst betrachten wir die „an mehrere Adressaten gerichtete Verhalten-Werbung“, als welche wir jede „Verhalten-Werbung“ bezeichnen, mit welcher der Werber mehreren Adressaten einen besonderen Verhalten-Seelenaugenblick zugehörig zu machen beabsichtigte. „An mehrere Adressaten gerichtete Verhalten-Werbungen“ sind aber entweder „disjunktiv an mehrere Adressaten gerichtete Verhalten-Werbungen“ oder „konjunktiv an mehrere Adressaten gerichtete Verhalten-Werbungen“. Eine „disjunktiv an mehrere Adressaten gerichtete Verhalten-Werbung“ ist jene Verhalten-Werbung, mit welcher der Werber darauf zielte, daß ein besonderer Verhalten-Seelenaugenblick entweder dem Einen oder dem Anderen usw. jener Adressaten zugehörig wird („Einer von Euch soll mir Wasser bringen!“). In jedem solchen Falle will der Werber, daß einer aus jenen mehreren Adressaten sich in besonderer Weise verhalte, es ist ihm aber gleichgültig, welcher besondere Adressat aus jenen mehreren Adressaten sich derart verhält. Ist die „disjunktiv an mehrere Adressaten gerichtete Verhalten-Werbung“ ein Anspruch, so behauptet der Ansprucherheber mit seiner „Ander-Soll-Behauptung“, daß durch seine „Eigen-Wunsch- bzw. -Furcht-Behauptung“ ein besonderes Sollen (bzw. eine besondere „Sollen-Anwartschaft“) aller jener Adressaten begründet wurde, daß aber dadurch, daß nur einem jener Adressaten das beanspruchte Verhalten zugehört, das Sollen aller jener Adressaten aufgehoben wird. Wird jenes „Sollen“ tatsächlich begründet, so sprechen wir von einem „disjunktiv aufhebbaren Sollen mehrerer