

---

**ICH SPIELE MIT DEM GEDANKEN, EINMAL  
GESCHÄFTSFÜHRER ZU WERDEN,  
oder Überlegungen zum Begriff Kommunikationskultur  
im Unternehmen**

BRONEY SKOGSTRÖM

“Management ist nichts anderes... als die Kunst,  
andere Menschen zu motivieren.

Die einzige Möglichkeit, Menschen zu motivieren,  
ist die Kommunikation“. Iacocca Lee[1]

“Soll eine Kommunikation eine oder mehrere  
Personen beeinflussen, ihr Denken orientieren,  
ihre Gedanken erregen oder besänftigen, eine  
Handlung anleiten, dann fällt sie in den Bereich  
der Rhetorik“. Chaïm Pérelman[2]

## **1. DER MODERNE ADMINISTRATOR IM SPIEGEL DER WIRTSCHAFTSKOMMUNIKATION**

Ausgangspunkt der Überlegungen ist die These, daß die kulturelle Kompetenz eine Schlüsselqualifikation im heutigen Unternehmen ist. Der Bedarf, die Unternehmenskultur zu fördern, wird immer stärker, und nicht zuletzt auch dort hervorgehoben, wo es im Herangehen an das Phänomen Unternehmenskultur keine kommunikationstheoretischen Ansätze gibt.

Unternehmen werden einem immer härteren Wettbewerbskampf ausgesetzt, um auf dem Markt einen festen Fuß zu fassen, um erfolgreich zu sein, um letzten Endes ihr oberstes Ziel zu erreichen - Gewinnmaximierung. In den Unternehmen werden die besten Köpfe eingespannt, um neue langfristige Strategien auszuarbeiten, die zu wettbewerbsfähigen Unternehmen führen würden.

Diese Weisheiten sind nicht neu. Das methodische Design der Problemlösung hat sich aber heute geändert. In den Managementhierarchien wird langsam eingesehen, daß man sich eine neue Philosophie der Wirtschaftskommunikation zurechtlegen muß. Diese Philosophie gründet darauf, daß die Fachkenntnisse allein unzureichend sind, und daß die Fachkenntnisse in die systemtheoretische Perspektive einbezogen werden sollten, denn eine generelle Systemtheorie überschreitet die Grenzen der einzelnen konkreten Fachbereiche. Als ein wirksames Werkzeug, die Grenzen überschreiten zu können, tritt die kommunikative Kompetenz auf. Kommunikative Kompetenz wird im Unternehmen auf allen Kommunikationsebenen erfordert.

Also weder die wirtschaftswissenschaftliche Lehre noch die Fachkompetenz und damit die fachliche Kommunikation allein können heute zu einem erfolgreichen Konzept des Unternehmens beitragen.

Die Steuerung des Unternehmens bedeutet nicht nur fachspezifische Probleme lösen zu können, sondern es kann und muß sich auch um ein risikofreudiges und schlagfertiges Unternehmen, Hierarchie im Strukturgebäude des Unternehmens, eine hohe Motivation der Arbeitnehmer handeln.

Eine hohe Motivation der Geschäftsführung ist die erstrangige Voraussetzung dafür, daß im Unternehmen ein gesundes und dadurch eine wirksame Kommunikation prägendes Arbeitsklima auf allen Ebenen hinab die Hierarchiestufen herrscht: es entwickelt sich dabei eine Bereitschaft zur Teamarbeit, Einbeziehung von allen Mitarbeitern bei Unternehmensentscheidungen.

Der Begriff Administration wird in diesem Beitrag als ein Mechanismus der Verwaltung und Steuerung der Wirtschaft aufgefaßt. Der Prozeß des Administrierens leitet den Produktionsprozeß ein, und in diesem Sinne kann

man sagen, daß der Produktionsprozeß gegenüber der Administration besonders in der gegenwärtigen Lage von untergeordneter Bedeutung ist und von der Administration gesteuert und geprägt wird.

Das Modell der Administration entwickelt sich als Resultat einer komplexen Handlung von vier gesellschaftlichen Kategorien: Bürokratie, menschliche Beziehungen, System, Kultur. In einer heftigen Kontroverse zwischen diesen vier Kategorien wird der Vektor der Steuerung des Produktionsprozesses in der konkreten gesamtwirtschaftlichen Entwicklung gesucht. In diesem "Kampf" für das Recht, die Wirkungsrichtung und die Strategie der Steuerung des Produktionsprozesses festlegen zu dürfen, entfaltet sich der Konflikt der Administration.

Dem Konflikt liegen vor allem unzulängliche Kulturkenntnisse und kommunikative Fertigkeiten zugrunde. In dem Beitrag wird behauptet, daß der Konflikt der Administration ein Konflikt zwischen Vernunft und Gefühl ist, und daß bei dessen Lösung die Geisteswissenschaften behilflich sein könnten.

So lautet das übergeordnete Ziel die Entwicklung der unternehmensübergreifenden Denkweise, die Bildung eines "administrativübergreifenden" Intellekts.

## **2. GEISTESWISSENSCHAFTEN IM AUFMARSCH**

Um eigene fachliche Kompetenz zu stärken, wird das Hauptaugenmerk auf generelle Kulturwerte gerichtet, was eine Kulturrenaissance im Unternehmen signalisiert. Zum Zeichen des Kulturaufschwungs gehören günstige Voraussetzungen für die Entwicklung solcher Disziplinen wie Philosophie, Soziologie, Ethik, Rhetorik. Man könnte sogar die These unterbreiten, daß diese Geisteswissenschaften zum Wegbereiter einer erfolgreichen Steuerung des Unternehmens werden.

Auf den ersten Blick scheint das Problem leicht gelöst zu werden. Die Anzahl der angewandten Literatur im Bereich Geisteswissenschaften im Dienste der Menschenführung im Unternehmen steigt von Tag zu Tag; die Nachfrage nach dieser Literatur übersteigt sogar das Angebot. An und für sich aber ist diese Hochkonjunktur der Geisteswissenschaften in der Wirtschaft kaum erfreulich. Am Beispiel des Bedarfs an Rhetorik in der Wirtschaft unterzieht Ernest B.W.Hess-Lüttich diese Tatsache einer konstruktiven Kritik: "Die Folge war eine heute schier unübersehbar gewordene Flut einschlägiger Ratgeber-Literatur und eine Fülle von Seminaren, Trainings, Instituten, die einander in ihren Angeboten rhetorischer Feinessen zu übertreffen suchen"[3].

In diesen Überlegungen wird behauptet, daß der didaktische und daher Kommunikationsprozeß im Unternehmen oft scheitert; der scheitert an dem Fehlen der grundlegenden Kenntnisse für das Erlernen der für die Wirtschaft so unentbehrlichen Geisteswissenschaften, vor allem aber der Rhetorik.

### **2.1 Unternehmen müssen sprachlich werden**

Auf der Suche nach dem beruflichen Erfolg wird die Wahrheit oft übersehen. Der dringende Bedarf an Sprachwissen ist immer noch nicht erkannt worden. Denn das gesamte Wissen, auf dem der verbale Kommunikationsprozeß gründet, geht auf das gesprochene oder geschriebene Wort zurück. Es ist offenbar, daß die Ausbildung der rhetorischen Kompetenz ohne eingehende und grundlegende Sprachkenntnisse kaum denkbar ist. Die Botschaft der Linguisten richtet sich an alle Unternehmen, die im Umbruch sind und eine rhetorische Kommunikationspolitik, "management by rhetoric"[4], erstreben. Alle kommunikativen Handlungen belegen, so Burkhard Wessel, "daß Sprache ein wesentliches Instrument der Unternehmensführung darstellt und die Rhetorik ein Konzept anbietet, Sprache als ein initiiertes Instrument einzusetzen"[5].

Ein Plädoyer für das Medium Sprache, das zentrale Medium praktischer Rhetorik hält E.B.W. Hess-Lüttich[6]. Zu zitieren wären auch die Worte von Helmut Schanze, der den Leser auf den Gedanken Quintilians verweist, daß "'Grammatik' und 'Literatur' gleichermaßen Voraussetzungen für 'gutes' Reden sind"[7].

Die Komplexität des Begriffes Kommunikative Kompetenz im Unternehmen mit der Betonung der außenfachlichen Qualifikationen ist ein aktuelles Thema der angewandten Linguistik[8]. Um nur kurz die gegenwärtigen Trends auf dem weiten Feld der angewandten Linguistik zu fassen, genügen die drei Rahmenthemen der jährlichen Tagungen der Gesellschaft für Angewandte Linguistik: 1995 lautete das Schlagwort Kommunikationsgesellschaft mit dem Schwerpunkt Überfachliche Qualifikationen, 1997 - Medium Sprache mit dem Schwerpunkt Medium Sprache im Beruf, das Rahmenthema der GAL-Tagung 1998 lautet Sprache und Technik[9].

Die Unternehmen wissen zu wenig von den Fähigkeiten und Kapazitäten der Sprachwissenschaftler, die ihnen in unserem technokratischen Zeitalter eine hilfreiche Hand leisten und das kommunikative Paradigma öffnen und dadurch wechseln können.

Nicht nur, was gesagt wird, sondern vielmehr wie gesprochen wird und nicht zuletzt, wie argumentiert wird, ist von ausschlaggebender Bedeutung.

Die Welt aber wird immer "kleiner", und die Wirtschaft muß sich auf eine völlige Veränderung ihres Sprachbewußtseins einstellen, sie muß mit neuartiger Anforderung der unternehmerischen Praxis fertig werden.

Die Muttersprache allein, wenn auch aus dem vollen geschöpft, genügt nicht mehr. Die Forderung des Marktes wird immer härter, es wird erstrebt, dem Haus Europa gewachsen zu sein. Die langfristigen Strategien führen uns über den europäischen Markt hinweg zum Weltmarkt. Nun wird es klar, daß die Sprachkenntnisse, die Fremdsprachenkenntnisse, darüber hinaus die interkulturelle Kompetenz[10], Ansätze des beruflichen Erfolgs sind.

### 3. DER STAND DER RHETORIK IM UNTERNEHMENSKONZEPT

Die Unternehmen bemühen sich um ein rhetorisches Modell der administrativen Führung. "Die Betriebsrhetorik kann zusammen mit der Betriebsdialogik und der Betriebspsychologie eine Kommunikationsrolle übernehmen, die die zwischenmenschlichen Beziehungen im Betrieb regeln und wesentlich verbessern können" [11]. Es ist die Neue Rhetorik ( New Rhetoric, Nouvelle Rhétorique) [12], die die Tradition der antiken Rhetorik, einer Rhetorik der Überzeugung, einer Kunst der Persuasion und des Redeschmuckes, aufgegriffen und weitergeführt hat.

An dieser Stelle sollte man sich mit den antiken rhetorischen Grundbegriffen des Aristoteles auseinandersetzen. Die dreifache antike Grundlage der rhetorischen Kunst wäre Ausgangspunkt für die rhetorische Ausbildung im Unternehmen:

logos - ethos - pathos[13].

Zu logos: Darüber hinaus ergibt sich ein Argumentationsschema, wobei man alle Phasen der Textproduktion in der klassischen Rhetorik berücksichtigt hat:

inventio-dispositio-elocutio-memoria-pronuntiatio.

Ein kurzer Kommentar zu den Vorschriften der Textproduktion in der klassischen Rhetorik:

- in der Phase inventio erfolgt die gedankliche Ausformung des Gegenstandes und der Tatsachen, die in der schriftlichen oder mündlichen Kommunikation im weiteren vorkommen werden;

- in der Phase dispositio wird eine wirksame Rangfolge des Materials aufgeführt samt die Argumentführung im Dienste einer erfolgreichen Kommunikation - dies ist ein Versuch durch Argumente zu überzeugen und zu motivieren;

- in der Phase elocutio erfolgt eine passende sprachliche Ausformung des Textes;

- die Phase memoria weist auf das auswendige Lernen des Textes hin bei der Anwendung von besonderen Memorierungsverfahren;

-die Phase pronuntiatio bedeutet den Vorstellungsakt, in dem das Resultat in Form des mündlichen oder schriftlichen Textes vorgetragen wird.

Zu ethos: Der Begriff Charakter, der Personenbegriff, betreffend den künftigen Administrator. Ethos gehört zu den Überzeugungsmitteln in der Aristotelischen Rhetorik[14].

Person und ihr Handlungsstil sind voneinander nicht zu trennen. Dieser

Gedanke wird auf die Ethik von Aristoteles zurückgeführt, insbesondere auf den aristotelischen Begriff der gesunden Vernunft (phronesis), ohne die man sich kaum einen modernen Administrator einen vernünftigen Beschluß fassen vorstellen kann. Denn phronesis erfordert eine Handlung, aber nicht eine Handlung als solche, sondern eine positiv resultierende Handlung, eine Handlung, die auf das Wohl der Betroffenen bedacht ist ( vgl.: “We may grasp the nature of prudence - phronesis - if we consider what sort of people we call prudent. Well, it is thought to be the mark of a prudent man to be able to deliberate rightly about what is good and advantageous... For production aims at an end other than itself; but this is impossible in the case of action, because the end is merely doing well. What remains, then, is that it is a true state, reasoned, and capable of action with regard to things that are good or bad for man... We consider that this quality belongs to those who understand the management of households or states” [15].

Phronesis beinhaltet also eine wertschätzende Analyse, die auf der Erfahrung gründet und zum praktischen Handeln führt; somit ist phronesis mit dem Begriff Steuerung (conduct) verbunden. Der aristotelische Gedanke, daß eine phronetische Analyse immer praxisorientiert sein muß, betont die Aktualität der Tugend phronesis auch im wirtschaftlichen Kommunikationsprozeß, denn die Delegation der kommunikativen Strömungen, vom Gipfel bis auf den letzten Betroffenen, erfordert vom Gipfelsender ein fast musterhaftes phronetisches Verhalten.

Zu pathos: Zu einem unternehmensübergreifenden Intellekt gehört auch das Können, Gefühle zu steuern, die letzteren nicht zu dämpfen, wobei man sogar einem passiven Empfänger eine gewisse, passende Rolle anbietet. Es gilt also, Gefühle richtig wecken zu können, sie zu steuern, das eigene Ich und das zugeordnete Sie in einer neuen, im Prozeß der Kommunikation entstandenen Gemeinschaft aufzulösen, um so die wirtschaftlichen Realien für den Sender sprechen zu lassen.

Durch die Einführung dieser klassischen rhetorischen Begriffe werden die Grundsätze dargestellt, auf welchen der Anwendungsbereich der Wirtschaftskommunikation beruht.

Die Neue Rhetorik wurzelt in der Aristotelischen Auffassung der Rhetorik, so Ueding und Steinbrink, “als abgegrenztes Wissensgebiet, in welchem die Gegenstände nicht eindeutig bestimmt, sondern abhängig von der Erörterung, von Wahl und Entscheidung sind und das daher auch besondere und besonders auszubildende Fertigkeiten verlangt: nämlich beweiskräftig argumentieren und psychologisch glaubhaft darstellen zu können”[16]. Diese Ausrichtung der Aristotelischen rhetorischen Lehre auf die Pragmatik, auf die Psychologie, eher gesagt auf den Behaviorismus, “hat seine Rhetorik für die bis dahin wenig erfolgreiche Kommunikationswissenschaft so attraktiv gemacht”[17]. “Mit der Abschaffung des lateinischen Aufsatzes im Abitur 1890 ist auch die Rhetorik

aus der gelernten Schule verschwunden - die Universitäten hat sie schon früher verlassen und taucht erst in den 60er Jahren unseres Jahrhunderts, angeregt durch vielfältige, nicht zuletzt schulische Wiederentdeckungen, wieder auf"[18].

Seit den 50er Jahren kann man die Auferstehung des Sonderbereichs der Neuen Rhetorik, der sogenannten Wirtschafts - oder Managementrhetorik[19], beobachten.

Die generelle Idee der Neuen Rhetorik gründet auf der gefeierten Theorie von Chaïm Pérelman[20], dem hervorragenden Vertreter der argumentationstheoretischen Richtung der Neuen Rhetorik. In Anlehnung an Pérelman beschreibt Alain Jaillet in einer Untersuchung der Rhetorik des Experten in französischen Unternehmen die Neue Rhetorik als ein argumentatives System, "welches eine Anordnung der Argumente befolgt und rhetorische Figuren benutzt, um zu überzeugen"[21].

Im weiteren wird eine These unterbreitet, daß der moderne "Unternehmensgeist" in der Gestalt einer Führungskraft keine eindeutige rhetorische Aufgabe hat; er soll einer zweifachen Rolle gewachsen sein: einerseits ist er der klassische Rhetor, der seine Argumente in der Kunst zu überzeugen vorbringt, andererseits ist er der moderne Administrator-Mediator, der die in Definitionen und Direktiven ausgeformte Information die Hierarchiestufen hinab bis auf die unterste Stufe administriert und dirigiert.

Um in seiner rhetorischen Kunst erfolgreich zu sein, verbindet er die prägsamen Züge der klassischen Rhetorik, einer Rhetorik der Überzeugung, **einer perlokutiven Rhetorik**, und der modernen am Bedarf des Tages orientierten Rhetorik im Zeitalter des entwickelten Technokratismus, einer Rhetorik der Definition und Direktive, **einer illokutiven Rhetorik**. Die Fachausdrücke "perlokutiv" und "illokutiv" gehen auf die Sprechakttheorie von John L. Austin zurück, der mit den Fachausdrücken "lokutiv", "perlokutiv" und "illokutiv" die drei Teilakte in der allgemeinen Struktur eines Sprechaktes bezeichnet: " We first distinguished a group of things we do in saying something, which together we summed up by saying we perform a locutionary act which is roughly equivalent to "meaning" in the traditional sense. Second, we said that we also perform illocutionary acts such as informing, ordering, warning, undertaking, etc., i.e. utterances which have a certain (conventional) force. Thirdly, we may also perform perlocutionary acts: what we bring about or achieve by saying something, such as convincing, persuading, deterring and even, say, suprising or misleading" [22].



#### **4. FALLSTUDIE: ANALYSE EINER PREISGEKRÖNTEN "EXEMPLUM" - REDE AUS DEM BEREICH WIRTSCHAFT**

Es wurde einleitend darauf hingewiesen, daß der Sprache im modernen Unternehmen generell sowie in der Managementrhetorik eine entscheidende Rolle zufällt.

Im weiteren wird an einer naheliegenden Textanalyse demonstriert, wie ein "moderner Geist", diesmal Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Ulm, Dr. Erich Dittus\*, seine rhetorischen Künste in einer Ansprache ausübt.

#### **DER CICERO im Bereich Wirtschaft (Dr.Erich Dittus, Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer Ulm "Geleitwort der Handwerkskammer Ulm am 30.10.1993)**

Meine lieben Landessiegerinnen und Landessieger,  
liebe Jungmeisterinnen und Jungmeister,  
lieber Herr Ministerpräsident Teufel,  
verehrte Versammlung,

lassen Sie mich mein Geleitwort mit einer gleichnishaften Erzählung aus dem Mittelalter einleiten. Da lesen wir:

"Ein König baute Gott zu Ehren einen schönen Dom. Kein Mensch durfte auch nur ein Geldstück dafür geben: Er allein wollte alles aus seinem Schatz zahlen.

Mit goldenen Buchstaben ließ er dann auf eine große Tafel aus Marmor schreiben:

'Dieses ehrwürdige Gotteshaus ließ der König allein aus seinen Mitteln erbauen'.

Am nächsten Morgen waren alle überrascht:

Da war nicht mehr der Name des Königs zu lesen, sondern der einer alten Frau. Sofort mußte dieser Name wieder herausgemeißelt und der des Königs eingesetzt werden. Aber am nächsten Morgen stand wieder zu lesen, diese arme Frau habe den Dom ganz allein gebaut.

Da sah der König ein, daß er in seinem Herzen zu stolz gedacht hatte. Er ließ die

---

\* Erich Dittus ist für diese Rede mit dem Cicero-Preis 1994 im Bereich Wirtschaft ausgezeichnet worden. An dieser Stelle möchte ich Herrn Dr. Dittus danken, der nachdem ich ihm diese Analyse zugänglich machte, meine Ausführungen wahrgenommen und sie positiv bewertet hat.

---

arme Frau suchen. Sie trat zitternd vor ihn. 'Sag mir die volle Wahrheit', sprach er freundlich zu ihr. 'Hast Du doch etwas zum Bau des Domes hinzugetan, obwohl es verboten war?'

Da stützte sich die Frau zu seinen Füßen und rief: 'Verzeih Herr und König, ich muß mir mein tägliches Brot mühsam durch Spinnen verdienen. Ein wenig hatte ich gespart und wollte es gern zur Ehre Gottes geben. Aber ich kannte ja Dein Verbot und fürchtete mich vor der Strafe. Darum kaufte ich ein wenig Heu und gab es den Ochsen, die die Steine zum Dom zogen. So hatte ich meinen Wunsch erfüllt und Dein Gebot nicht übertreten!'

Da bereute der König sein falsches Denken und schenkte der Frau soviel, daß sie von nun an nicht mehr zu arbeiten brauchte".

Ist das nicht eine rührende Erzählung aus längst vergangener Zeit und ein typisches Beispiel dafür, wie absolutistische Herrscher mit ihrem Volk umgingen? Das gibt es Gott sei Dank heute nicht mehr! Heute leben wir in einer ganz anderen Zeit. Da setzen wir die Maßstäbe, da bestimmen wir Weg und Ziel unseres Lebens. Wozu also dieses "Königsmärchen"?

Vielleicht aber lohnt es sich doch, heute gemeinsam einmal über den Symbolgehalt dieser Erzählung nachzudenken, wenn wir sie in unsere Gegenwart hineinprojizieren!

Hand auf's Herz! Sind wir nicht alle selbst in vielen Situationen unseres Lebens solch ein König, der ganz allein oben auf dem Podest stehen?

Sie, meine lieben Jungmeisterinnen und Jungmeister, die Sie die höchste Sprosse auf der Stufenleiter der handwerklichen Ausbildung erklimmen haben und den "Königsweg" unserer Weiterbildung erfolgreich bis zum Ende gegangen sind?

Sie, die vielen Ehrenamtsträger unseres Handwerks, die Sie mit geschickter Hand Ihren Organisationen vorstehen?

Sie, Herr Landeswerkspräsident, der Sie mit großer Verantwortung an der Spitze von rund 100.000 Handwerksbetrieben in unserem Lande vorstehen?

Sie, Herr Ministerpräsident, der Sie mit Weitblick und Tatkraft in so schwieriger Zeit unser Staatsschiff durch Wind und Wellen steuern müssen?

Nicht zuletzt auch ich, der ich vor über 2.000 Zuhörern sprechen darf?

## Ich spiele mit dem Gedanken, einmal Geschäftsführer zu werden

---

Vergessen wir auf solchen Höhepunkten unseres Lebens nicht manchmal, wieviele Gespanne die Steine herangeschleppt haben, mit denen wir unseren Dom bauen konnten?

Wer von Ihnen wäre Landessieger geworden, ohne die treue Fürsorge Ihrer Eltern, den mühevollen Einsatz Ihrer Lehrmeister, dem engagierten Wissensvermitteln Ihrer Lehrer und dem freundschaftlichen Miteinander Ihrer Arbeitskolleginnen und -kollegen ?

Lauter Gespanne mit Steinen für Ihren Dombau!

Wer von Ihnen, meine lieben Jungmeisterinnen und Jungmeister, hätte ganz allein die solide Grundlage durch Ihre Kursdozenten, ohne die verständnisvolle Begleitung durch Ihren Ehepartner und Ihre Familie, ohne den Einsatz so vieler Ehrenamtsträger im Handwerk? Was wäre ein Kammerpräsident, was wäre ein Landeswerkspräsident, was wäre ein Ministerpräsident ohne die vielen ehren- und hauptamtlichen Helfer und Mitstreiter in der gemeinsamen Sache?

Immer wieder Gespanne mit Steinen für Ihren Dombau!

Hier gilt es, wie jener König Einsicht zu haben, aber noch viel mehr, all diesen Weggefährten dankbar zu sein.

Der große Stauferkaiser Friedrich Barbarossa hat dies bereits vor über 800 Jahren in die noch heute gültigen Worte gefaßt:

”Der ist nie recht dankbar gewesen, der aufhört dankbar zu sein!”

Unser Dank darf sich aber nicht nur in Worten erschöpfen, nein, er muß zur Tat werden. Zeigen Sie deshalb weiterhin Einsatz und Leistung!

”Wer leisten will, muß fröhlich sein!”, hat der große märkische Dichter Theodor Fontane einmal gesagt. Unsere Zeit aber liebt es, sich leistungsfeindlich zu gebärden, jedenfalls Leistungsstreben als Lebensprinzip zu belächeln.

Lassen Sie sich nicht durch jene beirren, die glauben, mit Umverteilungsplänen die wirtschaftlichen und sozialen Probleme unserer Zeit lösen zu können. Werden Sie und bleiben Sie Elite unseres Handwerks und unseres Volkes, denn erst die Weitergabe überdurchschnittlicher Leistungserträge sichert den sozial Schwachen eine menschenwürdige Existenz. Dabei müssen allerdings zahlreiche Mitbürger Abschied nehmen von dem Leitsatz:

”Jedem das Seine, aber mir das Meiste!” wobei vielfach unser vorbildliches Sozialsystem als bequeme Hängematte mißbraucht wird.

Wir müssen alle wissen, daß die Zeiten der "Raffgesellschaft" zu Ende sind und daß uns nur noch die "Schaffgesellschaft" retten kann. Deshalb gilt es, einmal ganz klar uns ohne politisches Schielen nach billigem Beifall, unseren Mitbürgerinnen und Mitbürgern die Worte von Abraham Lincoln ins Gedächtnis zu rufen, der vor rund 150 Jahren seinem amerikanischen Volk den Spiegel vor Augen hielt, indem er feststellte:

"Ihr werdet die Schwachen nicht stärken,  
indem ihr die Starken schwächt.  
Ihr werdet denen, die ihren Lebensunterhalt verdienen, nicht helfen,  
indem ihr die ruiniert, die sie bezahlen.  
Ihr werdet keine Brüderlichkeit schaffen,  
indem ihr den Klassenhaß schürt.  
Ihr werdet den Armen nicht helfen,  
indem ihr die Reichen ausmerzt.  
Ihr werdet mit Sicherheit in Schwierigkeiten kommen,  
wenn ihr mehr ausgebt als ihr verdient.  
Ihr werdet kein Interesse an den öffentlichen Angelegenheiten  
und keinen Enthusiasmus wecken,  
wenn ihr dem einzelnen seine Initiative und seine Freiheit nehmt.  
Ihr könnt den Menschen nicht auf Dauer helfen, wenn ihr für sie tut, was sie selber für sich tun sollten und könnten."

Im Sinne dieser Ermahnung können wir viel tun, und wir sollen es tun!

Wir sollten es auch für unsere Heimat und für unser Vaterland tun, denn unsere Demokratie bedarf der engagierten Demokraten, wobei wir zur Überwindung der sich epidemiehaft ausbreitenden Politikverdrossenheit mehr Staatsmänner brauchen, und weniger Politiker, die nur die nächste Wahl im Kopf haben.

Dies hat der amerikanische Senator Lucius Lamar bereits im vorigen Jahrhundert erkannt, indem er feststellte:

"Die Freiheit dieses Landes und seiner großen Aufgaben wird niemals gesichert sein, wenn seine Staatsmänner wie Knechte dem Geheiß ihrer Wähler folgen, anstatt wahrlich ihre Repräsentanten zu sein, die für die bleibende Wohlfahrt und die künftigen Interessen des Landes Sorge tragen".

Wir dürfen deshalb nicht das für notwendig halten, was gerade populär ist,

## Ich spiele mit dem Gedanken, einmal Geschäftsführer zu werden

---

sondern wir müssen das populär machen, was notwendig ist.

Tragen wir, tragen Sie, tragen wir alle Sorge für unser Handwerk und unser deutsches Vaterland, wozu ich Ihnen als Geleitwort mit dem Dichter Zenetti Mut zusprechen möchte:

”Was keiner wagt, das sollt ihr wagen  
was keiner sagt, das sagt heraus  
was keiner denkt, das wagt zu denken  
was keiner anfängt, das führt aus.

Wenn keiner ja sagt, sollt ihr’s sagen  
wenn keiner nein sagt, sagt doch nein  
wenn alle zweifeln, wagt zu glauben  
wenn alle mittun, steht allein.

Wo alle loben, habt Bedenken  
wo alle spotten, spottet nicht  
wo alle geizen, wagt zu schenken  
wo alles dunkel ist, macht Licht.”

Um zu zeigen, daß diese Rede, die wir als eine ”Exemplum”-Rede bezeichnen, wirksam gewesen war, haben wir folgende These aufgestellt:

**Es wird von dem Autor der Versuch unternommen, einen Text "Ansprache" aus dem Bereich Wirtschaft zu einem schönliterarischen Text zu machen.**

Im Ausgangspunkt der Beurteilung und Analyse dieser Rede liegt die Beschreibung der kommunikativen Aktion und Situation.

**Zeit:** am 30.10.1993

**Ort:** Handwerkskammer Ulm

**Personen:**

- Hauptgeschäftsführer der Handwerkskammer - der Orator, welcher im Ablauf der Rede zum Narrator wechselt;
- die Festversammlung, die der Redner bald belehrend, bald auffordernd, aber immer freundlich-familiär, auf die unvergänglichen Werte der Bruderschaft von

Handwerkern zu verweisen versucht.

Indem der Redner Dittus sich dies vornimmt, verwandelt er mit seinem familiären Ton die Handwerkskammer Ulm in eine Wilhelm Hauffsche Gesellschaft, die sich im "Wirtshaus im Spessart" einmal versammelt hat.

Er versteht sich als einer von der Brüderschaft, mit der er sich identifiziert. Seine Rolle aber kann nicht ohne weiteres eindeutig interpretiert werden, denn dies ist ein Geleitwort, eine Ansprache. Dittus hält eine epideiktische Rede zu Ehren der jungen Handwerker, die Landessieger geworden sind. Deswegen darf er nicht einer von vielen bleiben, sondern er muß eine zweite Rolle übernehmen.

So könnte die Rolle von Dittus als eine ambivalente bezeichnet werden. Er wechselt seine Rolle im Ablauf der Rede, indem er sich von der Figurenansammlung löst und zum Wegbereiter, zu Dantes Vergil, wird, der sich des rhetorischen *movere* bedient, und so die junge Generation zur Tat und Leistung anregt und belehrt.

**Dittus gründet seinen Redetext auf dem Redundanzprinzip. Man könnte diesen Text als einen "Über"-Text qualifizieren; hier wird die Redundanz zum Kennzeichen des Textes, ja sogar zur Norm.**

Wollen wir uns zuerst dem narrativen Muster der Rede zuwenden.

Es wird angenommen, daß ein geschriebener oder gesprochener Text normalerweise Beispiele in Form von Zitaten, oft exemplarisch-lehrhaften, miteinbezieht. Dieser Redetext aber gründet ausgesprochen auf lehrhaften Zitaten (= Exempla), welche die poetisch-narrative Redundanz des Textes prägen.

Damit wird aber das Thema des Redundanten hier noch lange nicht erschöpft. Es ist nicht zuletzt im auffallenden Überfluß an Fragesätzen und Ausrufen im Text vorhanden. Fragen und Ausrufe bilden eine natürliche Komponente der kommunikativen Sprachhandlung dieser Rede. Das Frage - Ausruf - Spiel, eingebettet in einen auf exemplarisch ausgeprägten Zitaten gegründeten Text, läßt uns die Intention des Redenschreibers erkennen, einen ursprünglich als Ansprache gedachten Text in einen schönliterarischen Text zu verwandeln.

Darüber hinaus ergibt sich, daß der Redenschreiber bestrebt ist, die Vorschriften der textualen Konvention zu sprengen; damit bringt er den Text der Rede in einen weiteren Kontext, und die Struktur des Inneren wird in eine weite Infrastruktur eingeschaltet:

**der Redetext wird zur Einheit eines kommunikativen Rituals (die Lebensform von Wittgenstein).**

Die Kontinuität der in den Text eingeflochtenen Zitate ordnet sich folgenderweise:

- Königsmärchen
- Kaiser Barbarossa
- Theodor Fontane
- Abraham Lincoln
- Senator Lamar
- Dichter Zenetti

Unser Redner beruft sich nicht wenige Male im Ablauf seiner verhältnismäßig kurzen Rede auf Autoritäten und wird auf diese Weise zum sogenannten "ewigen Erzähler", einem solchen, den es in der Märchenwelt, einer "erzählten" Welt gibt. Dieser Erzähler, im weiteren "Narrator des 1. Grades", zitiert dauernd Aussprüche, Gedanken, auch Verse von Leuten, denen seine Zuhörer Respekt oder Bewunderung entgegenbringen. So macht er seine Zitate, diese lehrhaften Exempla, zu den Fundorten zum Aufbau der Argumentationsstruktur.

**Damit wird angenommen, daß dieser Redetext auf dem Wege zur Selbststandardisierung ist. Er entsteht infolge der Reproduktion eines Textes in der Realität des anderen und schreibt sich selbst seine Norm vor.**

Die narrative Redundanz, kennzeichnend für diesen Redetext, zielt darauf, *die Zuhörer mit Berufung auf Autoritäten von der Richtigkeit der Gedanken und Belehrungen des Redners zu überzeugen.*

Die im Text entstehende und textweit ausgebreitete Kontinuität von Zitaten (= Exempla) schafft Voraussetzungen dazu, daß ein Text im Geiste der **Exemplum-Literatur** verfaßt wird (Exemplum as a short narrative used to illustrate a moral point).

Es sind also Exempla, die als textorganisierende Elemente auftreten und den Texttopos organisieren.

Diese zahlreichen Exempla organisieren sich im Text in topische Sequenzen. Eine topische Sequenz organisiert sich aus einem Kern und der dazu gehörenden Textmasse. Den Kern einer jeden topischen Sequenz bilden die zitierten Worte (= die Autorität des Narrators des 2. Grades), im weiteren LC (=locus communis). So wird angenommen, daß nur dasjenige Exemplum als Kern einer topischen Sequenz bezeichnet werden kann, welches einen Fundort der Argumentführung darstellt.

Der Redner selbst, Narrator des 1. Grades, gründet im weiteren seine Argumentführung auf der Autorität des Narrators des 2. Grades. Dies ist der Grund zur Annahme, daß es auch im Rahmen *einer* topischen Sequenz *einige* LC im Dienste der Argumentführung geben kann.

Alle Exempla berufen sich auf Autoritäten, deren Aussprüche, qualifiziert als Worte des Narrators des 2. Grades, den "locus communis" im Dienste der Argumentführung für den Narrator des 1. Grades (= unser Redenschreiber Dittus) vergegenwärtigen:

der Märchenkönig, Kaiser Barbarossa, Theodor Fontane, Abraham Lincoln, Senator Lamar, Dichter Zenetti.

Abb.1

## TOPOSGEOMETRIE DER REDE

### ANREDE

LC 1

LC 2

LC 3

### **BOTSCHAFT**

LC 4

LC 5

LC 6



Der sprachliche Teil in Schlüsselwörtern sieht wie folgt aus:

ANREDE

-----  
I. LC 1 MITTELALTER  
KÖNIG  
DANKBAR  
////////////////////////////////////

II. LC 2 DANKBAR

-----  
VOR ÜBER 800 JAHREN  
KAISER  
LEISTUNG  
////////////////////////////////////

III. LC 3 LEISTEN

**BOTSCHAFT DES REDNERS**

LC 4...SIE SELBER FÜR SICH TUN SOLLTEN UND KÖNNTEN...

-----  
KÖNNEN WIR VIEL TUN UND WIR SOLLTEN ES TUN  
STAATSMÄNNER / WAHL  
-----

LC 5 STAATSMÄNNER / WÄHLER  
... FÜR DIE KÜNFTIGEN INTERESSEN DES LANDES SORGE  
TRAGEN  
-----

TRAGEN WIR, TRAGEN SIE, TRAGEN WIR ALLE SORGE FÜR...  
NOTWENDIG POPULÄR  
POPULÄR NOTWENDIG  
-----

LC 6 NEIN JA  
JA NEIN

Der letzte LC, verwurzelt im Topos der 3. topischen Sequenz - der Vers des Dichters Zenetti - hat zum führenden Kunstgriff die Antithese zwar kaum auf der

syntaktischen Ebene, wie es im Chiasmus des vorletzten Absatzes zu sehen ist, sondern auf der fabulären Ebene.

*Erläuterung:*

Herr Dittus redet sein Publikum an, aber schon im ersten Satz der Rede verkündet er, daß er nicht mit eigenen Worten reden wird: sein Geleitwort will er mit einer gleichnishaften Erzählung einleiten, was unseren Orator eigentlich mit einem Schlag in die Rolle des Narrators versetzt.

Die Rede wird also mit einem Königsmärchen aus dem Mittelalter, LC 1, eröffnet. Ein König baute Gott zu Ehren einen schönen Dom... Und so hat der König, der zu stolz in seinem Herzen dachte, allen Menschen verboten, einen Beitrag zum Dombau zu leisten.

Der Dombau wurde zum Prüfstein seiner Gutherzigkeit und Einstellung zu den anderen.

So wird das Königsmärchen zum ersten Fundort zur Konstruktion der Argumente.

Das Märchen wird zu Ende erzählt, und der Orator ergreift aufs neue das Wort.

Diese Doppelrolle des Autors schreibt dem Redentext einen besonderen pronominalen Charakter vor. Der Redner spielt, ja sogar jongliert mit den Pronomen, die in der Struktur der emphatisch aufgelockerten Attributsätze gebraucht werden; das Bezugswort im Hauptsatz ist ein Personalpronomen der 1. oder der 2. Person, welches gewöhnlich als Subjekt des Teilsatzes nach dem Relativpronomen gesetzt wird:

- Sind *wir* nicht alle selbst...?
- *Sie*, meine lieben jungen Freunde..., *die Sie*... ?
- *Sie*, meine lieben Jungmeisterinnen und Jungmeister..., *die Sie*... ?
- *Sie*, die vielen Ehrenamtsträger..., *die Sie*...?
- *Sie*, Herr Landeshandwerkspräsident, *der Sie*...?
- *Sie*, Herr Ministerpräsident, *der Sie*...?
- Nicht zuletzt auch *ich*, *der ich*...?
- Vergessen *wir* ... nicht manchmal...?

Das brüderliche "wir" geht über in das väterliche "Sie", bezieht auch die Autoritäten in das Anredeparadigma mitein (Herr Landeshandwerkspräsident,

## Ich spiele mit dem Gedanken, einmal Geschäftsführer zu werden

Herr Ministerpräsident), erwähnt sich selber und greift zuletzt wieder zum einleitenden "wir" - ein Zeichen dessen, daß er Schlüsse im Namen aller Anwesenden zieht.

Die Argumentführung in der 1. topischen Sequenz gründet auf 13 Fragen, die hier in drei Formen auftreten [23]:

F1 - eine rhetorische Frage: Ist das nicht eine rührende Erzählung aus längst vergangener Zeit und....?

F2 - eine Fokusfrage in der Hoffnung, die Zuhörer anzuregen, zusammen mit dem Redner, eine Begründung für den LC1 vorzubringen: Wozu also dieses Königsmärchen?

F3 - eine einfache Geltungsfrage, die von den Zuhörern als Einladung interpretiert wird, den Dialog mit einer Antwort weiterzuführen: Hand aufs Herz! Sind wir nicht alle selbst in vielen Situationen unseres Lebens solch ein König, der ganz allein der Größte ist?

F4, F5, F6, F7, F8, F9 - eine elliptische Modifikation der F3 mit einer evaluierenden Charakteristik der angesprochenen Personen (=Zuhörer).

F10 - eine einfache Geltungsfrage, die in der Regel mit der Erwartung einer affirmativen Antwort verbunden ist: Vergessen wir auf solchen Höhepunkten unseres Lebens nicht manchmal, wieviele Gespanne die Steine herangeschleppt haben, mit denen wir unseren Dom bauen konnten?

F11, F12, F13 - rhetorische Fragen; diese Aufeinanderfolge von 3 rhetorischen Fragen wird dreimal durch exklamative Äußerungen mit einem flexivlosen Artikel aufgelockert.

Diese Exklamationen sind im Topos verwurzelt, sie beinhalten die Moralpointe der 1.topischen Sequenz. Die Moralpointen hier sind Wege, auf denen das Toposthema, der Dombau, in einen weiteren Kontext gelangt:

- Lauter Gespanne mit Steinen für Ihren Dombau!
- Alles Gespanne mit Steinen für Ihren Dombau!
- Immer wieder Gespanne mit Steinen für Ihren Dombau!

Die eine topische Sequenz geht in die nächstfolgende über; die topischen Sequenzen hier verstärken einander: so wird die erste topische Sequenz

keinesfalls abrupt zu Ende geführt, sondern der Kern der 2.topischen Sequenz, LC2, wird in dem abschließenden Gedanken der 1.topischen Sequenz verankert:

Für den, der diesen Weg einschlägt, "gilt es, wie jener König Einsicht zu haben, aber noch viel mehr, all diesen Weggefährten dankbar zu sein.... " Der Gedanke findet sich wieder im LC 2. F.Barbarossa:"Der ist nie recht dankbar gewesen, der aufhört dankbar zu sein!"

So lautet aber die halbe These der 2.topischen Sequenz, welche auf den Worten des Narrators des 2.Grades, Kaiser Barbarossa, beruht. Schon im ersten und einzigen Satz seiner Argumentführung hier will Orator Dittus die Zuhörer weiterführen und zu Einsatz und Leistung anregen.

Die 3.topische Sequenz wird mit den Worten von Theodor Fontane, LC3, eröffnet:

"Wer leisten will, muß fröhlich sein!"

In den Rahmen der 3.topischen Sequenz , die eigentlich den größten Teil der Rede umfaßt, führt der Redner seine eigene Botschaft ein.

So plaziert er seine "eigene" Botschaft in die Mitte der Rede.

Diese Botschaft zum Thema Kreativität und Leistung kann wie folgt verdeutlicht werden:

- \* Leistungsstreben als Lebensprinzip;
- \* die Weitergabe überdurchschnittlicher Leistungserträge sichert den sozial Schwachen eine menschenwürdige Existenz;
- \* uns kann nur noch "Schaffgesellschaft", keinesfalls "Raffgesellschaft" retten.

Die eben angeführte Information findet sich im mittleren Textsegment, in den drei Absätzen mit Schlüsselbegriffen

- Leistungsstreben,
- soziale Probleme,
- eine menschenwürdige Existenz,
- Schaffgesellschaft,

wo der zitierte ironische Ausspruch "Jedem das Seine, aber mir das Meiste!" kaum als ein eigentliches argumentatives Exemplum bezeichnet werden könnte, sondern er veranschaulicht eher das Gesagte im Sinne von Sentenzen als Quellen für allgemein gültige Auffassung.

Das Textsegment, in dem die eigentliche Botschaft des Redners Dittus

verkündet wird, wirkt sehr sachlich, das Merkmal "rhetorisch" tritt hier in den Hintergrund.

Der Redenschreiber verfaßt dieses Segment im konventionellen Stil und die drei

Absätze werden zum eigentlichen textualen Teil der Rede.

Der übrige Text gehört in den Bereich des Redundanten, des "Über", denn der Redenschreiber verläßt das Festland der Konvention, was auch in der Topogeometrie einen Niederschlag findet.

Die Plazierung der LC (=Exempla) im argumentativen Bereich erfolgt kaum einheitlich.

Aus dem ersten redeenleitenden LC schöpft der Redner seine Argumente. Und, wie aus der Abb.1 zu ersehen ist, hat LC 2 eine Verankerung in der 1.topischen Sequenz, wobei es in dem Redentext ein Transitionsinterval für die Überführung der Argumentation von einer topischen Sequenz in die andere gibt. Dasselbe Verfahren gilt für die Eröffnung der 3.topischen Sequenz, in der aber LC (=Exempla) anders plaziert werden.

Als Fundorten für die Argumentführung wird den LC in dieser Rede ein diverser Charakter zugesprochen.

LC 1,2 sind geistige Entlehnungen aus dem Mittelalter , tragen einen historischen Charakter und sind dazu berufen, eine sich über Zeiten erstreckende logisch-rhetorische Tradition klarzulegen.

LC 3,6 verkünden Universalien, die einen trivialen Charakter tragen. Elegante Formen, in die sie gekleidet sind, erheben Anspruch auf den Ersatz dieser Trivialität.

Durch den moralischen Imperativ des Redners unterrichten die LC 4,5 über die tatsächlichen Realien: in diesem konkreten Fall - Gesellschaftsordnung.

***Eine Symmetrie dieses "Pantheons" des Herrn Dittus verleiht dem ganzen Redentext einen fast gotischen Charakter, in dem eine Linearität der Formen das Inhaltspathos nuanciert und verfeinert.***

## LITERATURNACHWEIS

1. Iacocca, Lee. Eine amerikanische Karriere. Düsseldorf, Wien 1985, 81.
2. Pérelman, Chaïm. Das Reich der Rhetorik. Verlag C.H. Beck München 1980, 163.
3. Hess-Lüttich, Ernest W.B. Effektive Gesprächsführung. Evaluationskriterien in der Angewandten Rhetorik, in: Ueding, G.(Hg): Rhetorik zwischen den Wissenschaften, Bd.1. Max Niemeyer Verlag Tübingen 1991, 37.
4. Burkhard Wessel nennt "plakativ" alle ausbildenden Maßnahmen der Gesprächstrainings im Unternehmen "management by rhetoric", siehe Wessel, Burkhard. Rhetorik im Wirtschaftsunternehmen, in: Dyck, J., Jens, W., Ueding G.(Hg.): Rhetorik, Bd.14: Angewandte Rhetorik. Max Niemeyer Verlag Tübingen 1995, 57.
5. Wessel, B., ibidem, 56.
6. Hess-Lüttich, E.W.B., ibidem, 36.
7. Schanze, Helmut. Geschichte der Rhetorik. Literaturgeschichte - Stilgeschichte - Sprachgeschichte. Anmerkungen zu einer interdisziplinären Fragestellung, in: Bausch, K.-H., Grosse, S.(Hg.): Praktische Rhetorik. IDS Mannheim 1985, 20.
8. Folgende Fragen standen im Blickpunkt der Diskussion des Arbeitskreises "Profession und Kommunikation" in der 28. GAL-Tagung in Bielefeld am 25.-27. 9. 1997:
  - welche Qualifikationsprofile benötigen Personen, die im Bereich der sprachlichen Kommunikation als Professionelle tätig sind;
  - für welche Tätigkeits - und Aufgabenfelder sind solche Standards - und Qualitätskriterien erforderlich;
  - welche sind die zentralen Ausbildungsinhalte;
  - wo und von wem können solche Ausbildungen angeboten werden.
9. Vgl. zur Übersicht ZfAL - Bulletin, Heft 26, Februar 1997, ISBN 0175-2103; Heft 28, Februar 1998, ISBN 1433-9889.
10. Vgl. zum Problem der interkulturellen Kompetenz S.Opitz: Interkulturell orientiertes Kulturmanagement. Am Beispiel Deutschland-skandinavische Länder, in: Kultur und Europa. 15 Handbuch KuM, März 1996, A4.3, 1-11.
11. Elertsen, Heinz. Moderne Rhetorik. Rede und Gespräch im technischen Zeitalter. Heidelberg 1979, 90.
12. Über die Neue Rhetorik siehe in: Ueding G., Steinbrink B. Grundriß der Rhetorik. Geschichte, Technik, Methoden. 3.Auflage. Verlag J.B. Metzler Stuttgart, Weimar 1994, 165-171.
13. Aristotle on Rhetoric. A theory of Civic Discourse. Newly translated with Intro-duction, Notes and Appendixes by Kennedy George A. Oxford University Press 1991, 119-215.

14. Sieh dazu Sprute, Jürgen. Ethos als Überzeugungsmittel in der Aristotelischen Rhetorik, in: Ueding G.(Hg.): Rhetorik zwischen den Wissenschaften, Bd.1. Max Niemeyer Verlag Tübingen 1991, 281-290.
15. Aristoteles. The Nicomachean Ethics. Penguin, Harmondsworth 1976, 207.
16. Ueding G., Steinbrink B., ibidem, 166.
17. Ueding G., Steinbrink B., ibidem, 166.
18. Ockel, Eberhard. Zur rhetorischen Bildung als Indiz gesellschaftlicher Strömungen, in: Ueding G.(Hg.): Rhetorik zwischen den Wissenschaften, Bd.1. Max Niemeyer Verlag Tübingen 1991,370.
19. Ausführlicher dazu Kühn, R. Rhetorik als Sozialtechnologie, Bonn 1977: 1.2. Der ‘Vater’ der Industrie - und Wirtschaftsrhetorik, 9-15; Hess-Lüttich, E.W.B., ibidem 37-39.
20. Pérelman, Chaïm, Olbrechts Tyteca, Lucie. Traité de l’argumentation, la nouvelle rhétorique, Édition de l’Institut de Sociologie. Bruxelles 1970.
21. Jaillet, Alain. Die Rhetorik des Experten: Untersuchung von Beiträgen beratender Experten in französischen Unternehmen. Thesen des Vortrags, in: Kommunikationsgesellschaft. Abstracts zur 26. Jahrestagung der GAL. 28.-30.09.1995 in Kassel, 74.
22. Die Fachausdrücke ‘perlokutiv’, ‘illokutiv’ und ‘lokutiv’ finden sich in: Austin, John L. How to Do Things with Words. The William James Lectures delivered at Harvard University Press in 1955. Oxford University Press 1962, 108.
23. Weinrich, Heinrich. Textgrammatik der deutschen Sprache. Dudenverlag 1993, 878-895.