

Richtlinien für Abschlüsse zwischen Verlegern und Übersetzern.*)

Von Erwin Magnus, Vorsitzendem des Bundes deutscher Übersetzer.

Unter den Übersetzern — und unter den Verlegern übrigens auch — herrscht noch allgemeine Unsicherheit über Art und Höhe der Honorierung. Im allgemeinen, kann man sagen, gibt es eine grundlegende Trennung zwischen Büchern, deren Übersetzungsrecht der Übersetzer selbst erworben hat, und die er nun einem deutschen Verlage anbietet, und solchen, die der deutsche Verlag vom Autor (oder dessen Verlag oder Agenten) erworben hat, und für die er sich einen Übersetzer bestellt.

Hat der Übersetzer das Übersetzungsrecht seinerseits erworben, so tritt er dem deutschen Verlage gegenüber in die Rechte des Autors ein. Grundsätzlich sollte der Übersetzer in diesem Falle zu Bedingungen abschließen, die denen für ein deutsches Buch entsprechen. Also etwa für einen Roman in durchschnittlicher Aufmachung und Preislage 15 Prozent vom Ladenpreis des broschierten Exemplars, voranzahlbar für eine Auflage, deren Höhe im allgemeinen zwischen 3000 und 10 000 schwanken wird.

Anders, wenn der Verlag selbst die Rechte direkt erworben hat und einem Übersetzer das Buch übergibt. In den meisten Fällen wird der Verlag geneigt sein, den Übersetzer mit einem Pauschale abzufinden. Verleger, die nicht in den Ruf kommen wollen, die Notlage der Übersetzer auszunutzen zu wollen, zahlen heute ein Mindesthonorar von 50 RM für den normalen Druckbogen (16 Seiten zu 1500 Buchstaben), teilweise werden jedoch schon weit höhere Honorare — bis zu 200 RM — bezahlt. Gerechter für beide Teile erscheint mir eine dauernde prozentuale Beteiligung des Übersetzers, und zwar 5 bis 7½ Prozent vom Ladenpreis des broschierten Exemplars, garantiert mit einem Betrage, der etwa 30 RM für den normalen Druckbogen entspricht, sodas dem Übersetzer wenigstens Barauslagen und Zeitaufwand ersetzt werden. Hier ein Beispiel: Der Übersetzer erhält für einen Roman von 20 Bogen ein Pauschale von 75 RM für den Bogen, d. h. also 1500 RM. Oder er erhält 5 Prozent von einem Broschur-Ladenpreis von 4 RM, also 20 Pf., vorausbezahlt für 3000 Exemplare mit 600 RM. Verkauft der Verlag nur 3000 Exemplare oder darunter, so hat er selbst ein schlechtes Geschäft gemacht und der Übersetzer auch. Bei einem Verkauf von 10 000 Exemplaren hingegen hat der Übersetzer 2000 RM erhalten und kann zufrieden sein, wie auch der Verleger es sein wird. Da das Autorenhonorar häufig nach Überschreitung einer gewissen Absatzgrenze steigt, läßt sich kaum etwas dagegen sagen, daß in solchen Fällen das Honorar des Übersetzers von diesem Zeitpunkt an etwas herabgesetzt wird, also etwa von 5 auf 4 Prozent oder von 7½ auf 5 Prozent.

Ganz ungeklärt ist noch die Frage des Vorabdruck-Honorars. Eine vor kurzem an die Mitglieder des Bundes deutscher Übersetzer gerichtete Umfrage hat nur wenige und teilweise stark abweichende Antworten gezeitigt. Prinzipiell — das sei hier festgestellt — hat der Übersetzer Anspruch auf eine Beteiligung. Hat der Übersetzer die Rechte des Buches erworben und erzielt er einen Vorabdruck, ehe er einen Buchverlag gefunden hat, so hat er selbstverständlich nur mit dem Autor abzurechnen. In jedem Falle hingegen, in dem der Übersetzer schon mit einem Buchverlage abgeschlossen hat — einerlei, welcher der Teile Inhaber der Rechte ist —, erscheint mir eine Drittelung des Vorabdruckhonorars zwischen Verlag und Autor und Übersetzer angemessen. Dasselbe gilt auch von Nachdruckhonoraren. Diese Regelung hat den Vorteil, daß alle Beteiligten das gleiche Interesse an der Unterbringung der Abdrücke haben und Hand in Hand arbeiten werden, wobei in manchen Fällen die Erfahrungen des Übersetzers denen des Verlegers überlegen sein werden.

Unsaubere Mißstände herrschen bei der Honorierung von Bühnenübersetzungen. Wir sammeln hierzu noch Material und werden demnächst darauf zurückkommen.

*) Es dürfte den Verlag sicherlich interessieren, diese von Erwin Magnus, dem Vorsitzenden des Bundes deutscher Übersetzer, aufgestellten Richtlinien für Abschlüsse zwischen Verlegern und Übersetzern kennenzulernen. Der Abdruck geschieht im Einverständnis mit dem Schutzverband deutscher Schriftsteller, in dessen Zeitschrift: »Der Schriftsteller« Heft 5, 1930, sie zuerst erschienen sind.

Wie ein Buch gedruckt wird. Ein Blick in die Werkstatt des Schriftsetzers und Buchdruckers. Nach dem russischen Volksbuch von Dr. Schitkoff neu bearb. von A. Pfeilschifter. Stuttgart, Franck'sche Verlagshandlung. 48 S. mit Abb. RM. —.70. [Augen auf! Heft 201/201 a.]

An Lehrbüchern über die Buchdruckerkunst ist kein Mangel. Sie sind für Berufsangehörige bestimmt und setzen ein bestimmtes Maß von Fachwissen und -können voraus. Für den Außenstehenden bleibt das Handwerk des Setzers und Druckers weiterhin eine geheimnisvolle »Schwarze Kunst«. Dem Autor eines Buches wie überhaupt allen denen, die mit einem Druckhause ständig in Verbindung stehen, insbesondere also dem Buchhändler, ist ein Vertrautsein mit den elementarsten Grundbegriffen graphisch-buchgewerblichen Schaffens vonnöten. Die gebräuchlichsten Schriftgrade und -charaktere, die Korrekturzeichen, die Merkmale der drei Hauptdruckverfahren, Buchdruck, Offset und Tiefdruck, wird man hier als bekannt voraussetzen dürfen, um das Zusammenarbeiten mit dem Drucker zu erleichtern.

Da nun aber das gedruckte Wort und Bild Gemeingut des ganzen Volkes geworden ist, sollte man auch wünschen müssen, daß jedermann, und sei er auch der vollkommenste Laie, mit der Entstehung eines Buches vertraut gemacht wird. Die Zeitungen bringen des öfteren technische Plaudereien aus ihren Werkstätten. Dem Verleger und Drucker eines Buches steht ein derart willfähiges Publikationsmittel im Dienste der eigenen Sache nicht zur Verfügung. Leider, wird man sagen, denn es ist gut und nützlich, wenn der Bücherkäufer das Buch nicht nur liest, sondern sich auch über die Entstehung des Buches eigene Gedanken machen kann. Als wichtigste Erkenntnis würde sich dann wohl diejenige einstellen, daß Bücher heute im Vergleich zu dem großen Aufwand an technischen, künstlerischen und finanziellen Mitteln und gegenüber den allgemein gestiegenen Kosten der Lebenshaltung sehr, sehr billig sind. Eine vollstündliche Einführung in die Technik des Buchdrucks könnte auch zwischen Buchhändler und Bücherkäufer Mittlerdienste leisten.

Von solchen Erwägungen ausgehend, ist die Herausgabe des eingangs angeführten Büchleins nur zu begrüßen. Technische Dinge, zumal wenn sie auf so vielseitiger und komplizierter Grundlage beruhen wie im Buchdruck, lassen sich nicht leicht in allgemein verständlicher Weise schildern. Die eigentlichen Fachleute, also die Männer der Praxis, schreiben meist das berückichtigte Ingenieur-Deutsch. Nicht nur das, da die Schilderung der einzelnen Arbeitsstadien zu umständlich und schwerfällig gerät, werden in der Regel selbst bei vollstündlichen Einführungen allzuviel Fachkenntnisse vorausgesetzt. Das in der Franck'schen Verlagshandlung, Stuttgart, erschienene kleine Heft »Wie ein Buch gedruckt wird«, ist von Anton Pfeilschifter nach dem russischen Volksbuch von Dr. Schitkoff neu bearbeitet. Dem kleinen Werk ist weitest Verbreitung zu wünschen, denn ihm ist die besondere Gabe zu eigen, die Arbeit des Setzers und Druckers in liebevoller Kleinmalerei jedermann verständlich zu machen. Nach einer kurzen historischen Einführung wird das Werkzeug des Setzers geschildert: Lettern, Füllmaterial, Winkelhaken, Setztafeln, der Umbruch, die Korrektur, dann die Setzmaschine, das Klischee, die Druckverfahren, selbst die Stereotypie fehlt nicht! In allem geht das Büchlein den Dingen auf den Grund, und ohne ermüdend zu wirken, weiß es bei aller fachtechnischen Nichtigkeit angenehm zu plaudern. Ein kleiner Schlußabschnitt ist der Arbeit des Buchverlegers gewidmet. Verständlich wie der Text ist auch der illustrative Teil. Zu alledem hat sich das Büchlein noch die Aufgabe gestellt, neben dem Verständnis für die Arbeit des Setzers, Druckers und Buchhändlers bzw. Verlegers auch die Liebe für das Buch zu wecken. So kann man mit gutem Gewissen dieser sympathischen Neuerscheinung weitest Beachtung wünschen. Das Heft ist ein buchgewerbliches Laienbrevier für Schule und Haus.

Adressbuch der Adressbücher. 20. Auflage. Verlag M. Du Mont Schauberg, Köln. Lwd. Ladenpreis RM 3.—.

Wie oft wird beim Sortimenter das oder jenes Adressbuch verlangt und wie oft benötigt er selbst Adressenmaterial über ein bestimmtes Gebiet. Auch der Verleger braucht zu Propaganda- und Nachschlagezwecken oft das Adressenmaterial eines bestimmten Industriezweiges oder irgendwelcher Behörde oder Organisation. Der Buchhandel wird daher einen Führer durch die Adressen aller Branchen begrüßen.

Jetzt liegt, acht Jahre nach dem letzten Erscheinen, das »Adressbuch der Adressbücher« (Ada) wieder vor, und man kann wohl sagen, daß diese neue Auflage einem dringenden Bedürfnis entsprach. Das Werk verzeichnet über 2000 Fach-, Orts- und Länderadressbücher aller