

größerem Widerstand zu finden, von dänischen Lesern willkommen geheißen wurde, erschwert jetzt die sprachliche Entwicklung den Verkehr. Darauf macht nachdrücklich die nachstehende Zuschrift aufmerksam, die dem Börsenblatt vom norwegischen Verlegerverein und norwegischen Presseverband zugegangen ist.

Der norwegische Verlegerverein und der norwegische Presseverband gestatten sich die deutschen Herren Verleger auf einen Uebelstand aufmerksam zu machen, dessen Abstellung beide Organisationen auch im Interesse Deutschlands anstreben.

Bei dem Verkauf von Übersetzungsrechten an Dänemark und Norwegen ist es üblich geworden, diesen für beide Länder und Sprachen gemeinsam abzuschließen; und da Dänemark Deutschland geographisch näher liegt als Norwegen, hat sich das geschäftsmäßig dahin ausgewirkt, daß ein sehr bedeutender Teil der Übersetzungsangebote zuerst nach Kopenhagen geht. Diese für die dänischen Verleger so vorteilhaften Verkaufsbedingungen können unter Umständen aber auch die Herausgabe einer besonderen norwegischen Übersetzung unterbinden.

In früheren Zeiten verursachte das weniger Schwierigkeiten. Die dänische und die norwegische Schriftsprache waren einander damals so ähnlich, daß ein dänisches wie ein norwegisches Buch in beiden Ländern verhältnismäßig gleich guten Absatz fand. Zudem beherrschte bis zum Ende des vergangenen Jahrhunderts der dänische Verlagsbuchhandel auch Norwegen. Nicht nur, daß die bedeutendsten norwegischen Schriftsteller dänische Verleger hatten, auch die Übersetzungsliteratur klassischer und moderner Verfasser erschien weit überwiegend in dänischen Verlagen.

Hierin ist im Laufe der letzten Jahrzehnte aber eine vollständige Veränderung eingetreten. Der norwegische Verlagsbuchhandel hat sich von dem dänischen ganz losgerissen und ihm jede Hegemonie über den norwegischen Büchermarkt streitig gemacht. Die klassische Literatur ist allmählich in großem Umfang ins Norwegische übersetzt und von norwegischen Verlagen herausgegeben worden. Und der norwegische Schriftstellerstand wendet sich heute ausschließlich an norwegische Verleger. Diese arbeiten ihrerseits mit großem Interesse daran, das früher Versäumte in der Übersetzungs-, nicht zum mindesten in der Schönen Literatur nachzuholen. Gleichzeitig hat die Entwicklung die dänische und die norwegische Sprache so weit voneinander entfernt, daß man heute in Norwegen nicht gern dänische und umgekehrt in Dänemark nicht gern norwegische Übersetzungsliteratur liest. Ja, man übersetzt heute sogar dänische Werke ins Norwegische und norwegische ins Dänische. So stark hat sich die Sprachscheide gestaltet.

Da es die norwegische Sprache ist, die diese umwälzende Renaissance durchgemacht hat, sind es natürlich auch in erster Reihe die norwegischen Verleger, die den Bedarf an guten Übersetzungen in die wirkliche Landessprache verspüren und sich nicht mehr wie früher mit dänischen Übertragungen zufrieden geben können. Die dänischen Verleger dürften diesem Gedankengang nicht so leicht folgen können, da sie seit Generationen gewohnt sind, den norwegischen Büchermarkt einschließlich der dänischen Übersetzung als Anhängsel zu haben.

Diese Frage ist aber auch für die ausländischen Schriftsteller und Verlage von großem Interesse, da sie zwangsläufig mit sich führen muß, daß dänische Übersetzungen, nach Maßgabe der heutigen Sprachverhältnisse, in Norwegen bei weitem nicht die Absatzmöglichkeiten wie norwegische haben. Zu wiederholten Malen hat es sich in der letzten Zeit ereignet, daß ausländische Bücher, die in Norwegen guten Absatz gefunden haben würden, wenn sie auf Norwegisch erschienen wären, in dänischer Übertragung und von dänischen Verlagen ausgesandt nur recht mittelmäßigen Absatz hatten. Auf der anderen Seite hat in einzelnen Fällen, wo das gleiche Buch sowohl in norwegischer wie in dänischer Übersetzung erschien, sich die norwegische Ausgabe eines großen Absatzes erfreuen können, ohne daß dies den Verkauf der dänischen Ausgabe nennenswert beeinträchtigte. Und da heute die meisten Übersetzungen auf Tantieme-Basis verkauft werden, liegt es auf

der Hand, daß die ausländischen Schriftsteller und Verlage auf die Dauer besser fahren, wenn sie ihre Bücher sowohl ins Dänische wie ins Norwegische oder nur in eine dieser beiden Sprachen übersetzen lassen.

Grundsätzlich und geschäftsmäßig gestatten wir uns deshalb die deutschen Herren Verleger zu bitten, nach Möglichkeit mit den norwegischen Verlegern unmittelbar zu arbeiten und den norwegischen Büchermarkt als unabhängig und dem dänischen gleichgeordnet zu behandeln.

Den norske Forleggerforening
(gez.) Torger Baardseth.
Norsk Presseforbund.
(gez.) Th. v. Madahl.

Die hier geschilderten Verhältnisse werden den Verlegern zu erwägen geben, ob ein zu übersetzendes deutsches Buch in erster Linie sein Publikum in Dänemark oder in Norwegen finden dürfte, um danach die Entscheidung zu treffen, ob man es ins Dänische oder ins Norwegische oder in beide Sprachen übersetzen lassen soll.

Dr. Gustav Morgenstern.

Wer kauft Karl May?

Von Horst Kliemann.

Im Börsenblatt 1927 Nr. 222 habe ich erstmalig die wichtigsten Ergebnisse der vom Karl-May-Verlag veranlaßten Käuferbefragung wiedergegeben. Der Umfang dieser größten Befragung von Buchkäufern (fast 32 000 Antworten) rechtfertigt es, auch über die neu eingelaufenen Karten der Jahre 1926—1930 zu berichten. Es können somit die Ergebnisse von 13 Jahren in drei Stappen verglichen werden.

Wegen grundsätzlicher Einzelheiten über solche Käuferbefragungen verweise ich auf die unten genannte Literatur*). Zum besseren Verständnis sei nur erwähnt, daß der Karl-May-Verlag die Fragearten den Bänden 1 und 36 der Reiseromane von Karl May beigelegt hat. Alle Einsender der Karten erhalten ein Bild des Schriftstellers mit seinem Namenszug. Band 1 (»Durch die Wüste«) ist ein in Nordafrika spielender Roman, ursprünglich für Erwachsene geschrieben. Band 36 (»Der Schatz im Silbersee«) spielt im »Wilden Westen«, der Held wird in dritter Person eingeführt. Dieser Band war ursprünglich für die Jugend geschrieben.

Die Fragen lauteten: a) Haben Sie das Buch gekauft, weil Sie es vorher — etwa in einer Leihbibliothek — gelesen hatten? Oder weil Sie einen andern Mayband vorher lasen und er Ihnen gefiel? Oder war Ihnen das Buch durch einen Bekannten, eine Buchhandlung (welche?) oder einen Bücherreisenden empfohlen worden? Oder wurden Sie durch einen Prospekt, ein Inserat, durch Auslage in einem Buchladen oder in einem Schaufenster darauf hingewiesen?

b) Haben Sie das Buch geschenkt erhalten? Zu Weihnachten oder bei einem andern Anlaß? Von Eltern, Verwandten, Bekannten? Ging der Gedanke des Geschenks von Ihnen oder vom Geber aus? Aus welchem Grund wurde ein Mayband gewählt?

Zunächst ein Überblick der beigelegten und der eingelaufenen Karten:

	Beigelegte Karten		
	Bd. 1	Bd. 36	gesamt
1918/20	22 020	27 610	49 630
1921/25	34 144	31 712	65 856
1926/30	42 197	47 042	89 239
1918/30	98 361	106 364	204 725
	Beantwortete Karten		
	Bd. 1	Bd. 36	gesamt
1918/20	3902 = 17.7%	5298 = 19.2%	9200 = 18.5%
1921/25	4536 = 13.3%	4199 = 13.3%	8735 = 13.3%
1926/30	5430 = 12.8%	8454 = 17.9%	13884 = 15.4%
			31819 = 15.3%

Die Durchschnittsziffer von 15,3% an Beantwortungen ist sehr hoch (verglichen mit anderen Umfragen). Zweifellos wirkt hier der Anreiz

*) Giese-Güser, M.: Zur Psychologie des Bücherkäufer. Langensalza 1921.

Kliemann, H.: Neuere Motivstatistiken im Buchhandel. Rk-Namen 1927, Nr. 21.

— Eine neue Motivstatistik. Bbl. 1927, Nr. 222.

— Zur Wirksamkeit der Werbemittel im Buchhandel. Bbl. 1930, Nr. 165.