

Märchenhafte Grimm-Geschichte

Geschäftsführer des Grimm Verlags am Institut für Germanistik zu Gast

Es ist unserer Dozentin Edit Gyáfrás zu verdanken, dass im Rahmen des Lexikographie-Seminars im Wintersemester 2006/2007 ein Mann unser Gast war, den man nicht jeden Tag zu Gesicht kriegt. László Borbás, selbst ein ehemaliger Germanistikstudent unserer Universität, ist einer der Gründer und der jetzige Geschäftsführer des Szegediner Grimm Verlags, der heute zu den wichtigsten Unternehmen in dem ungarischen Verlagswesen zählt. Mit einem kurzen Vortrag führte er uns in die Geheimnisse der ungarischen „Wörterbuchpolitik“ ein.

Grimm Verlag – der Name klingt bekannt, oder? Wir als Studierende der Germanistik benutzen die Publikationen dieses Verlags fast jeden Tag: für Hausaufgaben, Referate oder Seminararbeiten. Unter diesen Publikationen sind nämlich Wörterbücher wie das allgemeine zweisprachige Wörterbuch (deutsch-ungarisch, ungarisch-deutsch) von Hessky, die Lizenzausgabe von Langenscheidts Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, das Deutsch-ungarische Wörterbuch zur Substantivvalenz von Bassola und das Ungarisch-deutsche/Deutsch-ungarische Wirtschaftswörterbuch von Bernáth und Gyáfrás zu finden. Was aber viele vielleicht nicht wissen, ist, dass das Unternehmen auch Lehrbücher, Studien, Wandkalender, Alben und Reiseführer veröffentlicht.

Der Szegediner Grimm Verlag wurde 1996 gegründet. Glücklicherweise begann er seine Tätigkeit in der Periode der Konsolidierung nach den von der Privatisierung verursachten chaotischen Jahren. Der Name Grimm deutet gar nicht auf Märchenbücher hin – das linguistische und lexikographische Schaffen

der weltbekannten Gebrüder wurde bei der Namenswahl berücksichtigt. Das deutsche Wörterbuch von Jacob und Wilhelm Grimm ist auch für die heutige Generation noch ein Nachschlagewerk von epochaler Bedeutung. Es ist das vollständigste Bedeutungswörterbuch der Welt in der Geschichte der Wörterbucherstellung bis heute.

Das Ziel der Verlagsgründung war die Versorgung der Studierenden und Lehrenden verschiedener Fremdsprachen mit niveauvollen und praktischen Sprachbüchern beziehungsweise Wörterbüchern. Im Laufe der Jahre wurden die Pläne verwirklicht: das Unternehmen bereicherte den Markt der anspruchsvollen Wörterbücher in den letzten zehn Jahren mit dreißig Neuerscheinungen. Keine Übertreibung ist es dann zu sagen, dass der vierzehn Angestellte zählende Grimm Verlag der sich am dynamischsten entwickelnde Wörterbuchverlag Ungarns ist.

Wo liegt dann der Schlüssel des Erfolges? Er ist sicherlich in der sorgfältigen Arbeit zu finden. Die primäre Zielsetzung ist ja, solche Nachschlagewerke herzustellen, die den Bedürfnissen verschiedener Zielgruppen entsprechen. Die Geschäftsführer eines Verlags sollen bestimmen können, welche der eingereichten Wörterverzeichnis-Manuskripten gut sind und welche nicht. Die Methode des Grimm Verlages ist folgende: er bleibt bei den schon altbewährten, erfahrenen und großes Fachwissen habenden Redakteuren, die ihre Werke auch nach dem Erscheinen „pflegen“ und bearbeiten. Der Wortbestand verändert sich ja ständig, und man muss mit den Änderungen Schritt halten. Von einem Buchverlag kann man nicht schnell reich werden. Jahre-lange harte Arbeit geht dem lang ersehnten Erfolg voraus.

Auch die heutzutage charakteristische Verteuerung der Bücher steht damit im Zusammenhang. Laien machen sich vielleicht nie darüber Gedanken, wie kompliziert und komplex es ist, ein Wörterbuch oder überhaupt ein Buch zu produzieren. Von dem Papier bis zur Druckmaschine muss eine Buchdruckerei für zahllose Dinge Geld ausgeben. Allein eine einfache Maschine kostet 300 Millionen Forint. Dazu kommen noch die laufenden Druckkosten (z.B. die Farbe), die Arbeitslöhne der Drucker, die Provision des Verfassers, die Kosten des Vertriebes und so weiter und so fort. Falls der Verlag seine Kosten tüchtig kalkuliert, kann er sogar einen Profit von zwei-drei Prozent einstecken. Der Grimm Verlag schaffte das. Innerhalb von zehn Jahren erreichte er das Ergebnis, auf dem heimischen qualitativen Wörterbuchmarkt eine vierzigprozentige Beteiligung zu besitzen. Das bedeutet, dass er bei parallelen Publikationen 2,5mal so viele Auflagen verkauft wie der Akademie Verlag in Budapest.

2007 verspricht gleichfalls ein erfolgreiches Jahr zu werden. Die Leitung des Szegediner Unternehmens hat vor, die Wörterbücher auch im CD-Format und auf anderen Datenträgern zur Verfügung zu stellen. So können die Käufer diese Dateien in der Zukunft aus dem Internet herunterladen. Das und die früher schon erwähnten Eigenschaften des Grimm Verlags beweisen, dass er bezweckt, seinen Kunden eine möglichst große Hilfe zu leisten. Leider gibt es aber viele Partnerunternehmen, die das nicht gewährleisten.



Anna Simon



Internet:

www.mkke.hu
www.grimm.hu

Direktor
des Grimm
Verlags László
Borbás (2. v.
l.) mit Mitarbei-
tern des Verlags,
Ilona Piszeck-
ki, Zita Gólya,
István Hevesi,
Tamás Ko-
vács, Hédi
Császár