

Beim Anzeigen-Übersetzer!

Routinearbeit. Verzerrte Ausdrücke bei Damenmoden. Phantasie der Anzeigen-Manager. Richter.

Eine eigenartige, aber nicht unwichtige Stellung nimmt in einer großen deutschen Tageszeitung die Anzeigen-Übersetzungsabteilung ein. Was es auch den einen oder den anderen geben, der diesen Zweig des Zeitungs-Geschäftes als untergeordnet betrachtet, so läßt sich darauf erwidern, daß auch der beste, genialste und leistungsfähigste Generalstab irgend einer Armee ohne Proviant und Munitionskolonnen ebensowenig eine Schlacht gewinnen kann, wie die wirksamste und sorgsamste Schriftleitung einer deutschen Tageszeitung ohne die Anzeigen und Anzeigen-Übersetzungs-Abteilung die Zeitung zu einem geschäftlichen und finanziellen Erfolg führen kann. Doch, um den Lesern eine Idee über das Anzeigengeschäft einer Zeitung zu geben, wollen wir von den ersten Anfängen an ausgehen. Die Anzeigen selbst werden gesammelt von der Anzeigen-Abteilung. Daß dies einer der wichtigsten Zweige des Zeitungs-Geschäftes ist, wird wohl Jedermann einleuchten. Die Anzeigen-Abteilung, die stets unter der Leitung eines energiegelassen, tüchtigen und erfahrenen Anzeigen-Mannes steht, setzt sich meist aus intelligenten, aufgeweckten, tätigen und lebhaften jüngeren Leuten zusammen, von denen jeder sein eigenes Feld bearbeitet und dessen Aufgabe es natürlich ist, auf möglichst gutem Fuße mit allen seinen Kunden zu stehen. Wenn nun die jungen Herren die Anzeigen (natürlich möglichst viele und möglichst große) eingebracht haben, bekommt sie zuerst der Vormann der Sektion, um Raum, Größe usw. zu bestimmen und dann werden sie der Übersetzungs-Abteilung überliefert. Nun muß vorausgeschickt werden, daß in einem solchen Zeitungs-Betrieb, wie der der Täglichen Omaha Tribune ist, die Anzeigen sehr verschiedenartig sind. Es ist ein großer Unterschied zwischen der Anzeige eines Department-Ladens in Omaha selbst und der Anzeige in einer unserer Wochenzeitungen. Die großen Anzeigen der Department-Geschäfte sind meistens in dem regulären Stil der geschulten "Advertising Agents"

geschrieben, sie heben die Vorzüge der angezeigten Waren hervor und führen in Einzelheiten eine Beschreibung der ausgestellten Waren auf. Das ist nur mehr oder weniger Routinearbeit. Wenn in einer Beschreibung der Name der Stoffe, die Länge und Breite, der reguläre Wert und der Verkaufspreis, die Verwendung, die der betr. Artikel finden kann und all dergleichen Einzelheiten angeführt sind, so kann ein erfahrener Prospektentzettel dies alles auch ohne Übersetzung selbst direkt vom Blatt ablesen. Allerdings ist auch da große Vorsicht nötig, denn bereitere Lesern, wie würde es Ihnen gefallen, wenn Sie in einer englischen Zeitung "Gun Metal" Schuße angezeigt finden und in einer deutschen Zeitung wird Ihnen zugemutet, "Kanonen-Metall" Schuhe zu tragen. (Alles schon einmal dargelegten!) Das Schlimmste dabei sind diese verwickelten Ausdrücke in Damenmoden. Dabei hat ein verheirateter Übersetzer einen großen Vorteil über den Junggesellen. Stößt er einmal bei einer neu aufgenommenen Mode zum ersten Male ein neuer Mode-Ausdruck auf, so läßt man ihn bei der ersten Übersetzung einfach englisch stehen, und wenn man dann nach Hause kommt, fragt man seine Frau darüber, die natürlich in Mode-sachen genau Bescheid weiß. Nehmen wir z. B. den Ausdruck: ein "Flare" Rock. Doch "Flare" verschiedene Bedeutungen hat, wissen wir; welche Erklärung paßt also hier? Das Wörterbuch vor! Dort steht nämlich: to flare - 1) flackern, flimmern. - 2) sich nach außen erweiten, überhängen. - 3) to flare up - aufblodern, Sensation erregen, tolles Zeug treiben. Also, No. 2 würde ungefähr stimmen, aber ein prägnanter Ausdruck sollte es sein. Man fragt die Frau, sie beschreibt ganz genau, wie ein "Flare" Rock aussieht, kommt aber zum Schluß, daß es am besten und für alle Frauen am leichtesten verständlich ist, den Ausdruck "Flare" in Englisch zu lassen. Die höchste Autorität hat gesprochen, der englische Ausdruck bleibt stehen!

Ein weiteres, in Englisch oft gebräuchliches Wort ist "Advance Sale". Was es bedeutet, wissen wir recht wohl, aber wie müssen wir es in einem Wort dafür finden?

"A score or so", also ungefähr zwanzig Stück. Oder "Scores and Scores". Mit den Tugenden ist es da doch nicht getan.

Schwierige Fälle.

Interessant sind in den großen Anzeigen auch die steilspaltigen Überschriften. Man muß da wirklich die Phantasie bewundern, die die Anzeigen-Manager der verschiedenen Geschäfte entwickeln. Allerdings sind ja auch diese Herren hochbegabte Angestellte und ein erfolgreicher Anzeigen-Manager ist für ein großes Geschäft außerordentlich wertvoll. Um zu zeigen, welche Fälle von Ausdrücken zur Verfügung stehen, mögen eine Anzahl der gebräuchlichsten hier angeführt werden. Wenn auch so manche davon gleiche Bedeutung haben, so ist es doch in der englischen Sprache ein anders lautender Ausdruck und damit ist der Zweck erreicht. Wie ähnlich die Bedeutung der Worte manchmal ist, zeigen folgende Beispiele:

- Challenge Sale - Defiance Sale
 - Anniversary Sale - Building Sale
 - Manufacturers Outlet Sale
 - Manufacturers Stock Reducing Sale
 - Clearing Sale - Clean Sweep Sale
 - Rebuilding Sale - Remodeling Sale
 - Remnant Sale
 - Olds and Ends Sale - Annual Record Sale - Annual Quick Sale
- Weniger ähnlich, aber bezeichnend sind die folgenden Überschriften:
- Demonstration Sale - Test Sale
 - Department Managers Sale
 - Employees Sale - Closing Out Sale
 - Rummage Sale - Housekeepers Sale
 - Workingmens Sale - Mill End Sale - Jobbers Clearing Sale
 - Sacrifice Sale - Cut Price Sale
 - "Wonder" Sale - Limit Sale
 - Economy Sale - Opportunity Day Sale
 - Scoop Sale - Screechers Sale
 - Expansion Sale - Advance Sale
 - Red Tag Sale - Bankrupt Sale
 - Ready To Wear Sale - Pre-Inventory Sale
 - Buyers Homecoming Sale - Looking Forward Sale

Wäre es nicht eine verlockende Aufgabe für Damen, einmal zu probieren, all diese verschiedenen Ausdrücke über die verschiedenen Arten der "Sales" in richtiges Deutsch zu übersetzen? Aber in jedem einzelnen Falle mit einer ebenso kurzen und knappen Bezeichnung, wie der englische Ausdruck, denn sonst reicht der Prospekt ja schon. "Sale" allein ist schwer, vollständig korrekt zu über-

ILER & CO.

The Willow Springs Distillery

Omaha, Neb.



GOLDEN SHEAF WHISKEY

Die Wahrheit über alkoholische Getränke!

Meist macht man den großen Irrtum, anzunehmen, daß ein Glas Whiskey stärker ist, als die gewöhnlich getrunkene Quantität Wein oder Bier. Die unten angegebenen Abbildungen beweisen, daß die größere Stärke des Einen durch die größere getrunkene Menge des Anderen aufgewogen wird.

"GOLDEN SHEAF"

For Medical Purposes



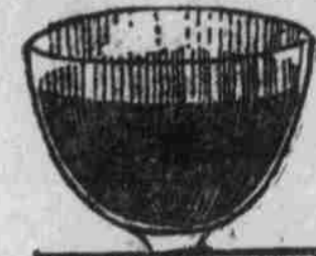
1 OZ. OF WHISKEY

ACTUAL STRENGTH CONTAINED IN 1 GLASS OF 1 1/2 OZ. BLENDED WINE 60-100 OZ. at 20% strength

1 GLASS OF 3 OZ. LIGHT WINE 60-100 OZ. at 12% strength

1 GLASS OF 1 1/2 OZ. BEER 48-100 OZ. at 4% strength

1 GLASS OF 1 OZ. WHISKEY 48-100 OZ. at 15% strength



3 OZ. OF WINE



12 OZ. OF BEER

Wenn Sie Golden Sheaf kaufen, haben Sie die Garantie des Destillateurs, daß Sie für Ihr Geld den vollen Wert erhalten.

GOLDEN SHEAF WHISKEY

Das Haupt-Argument der Prohibitionisten!

Das Haupt-Argument der Prohibitionisten gegen die Wirklichkeit ist, daß Menschen zu schwach sind, der ihnen dadurch gebotenen Versuchung zu widerstehen; ein Grund, der auf viele denkfaule Leute Eindruck macht. Sie verlangen, daß, weil vielleicht einer unter fünfhundert die persönliche Freiheit mißbraucht und bis zum Uebermaß trinkt, die übrigen 499 möglichen Trinker den Genuß sämtlicher alkoholischer Getränke aufgeben sollen. Wir Deutschen besonders weisen die Idee zurück, daß wir unseren Appetit nicht beherrschen können. Wir verstehen, uns des möglichen Genusses derartiger Getränke zu erfreuen und verwerfen die Lehren der Prohibition als tyrannisch und als eine Drohung gegen unser persönliches Recht, zu wählen, was wir essen und trinken wollen.

Die Idee, daß wir dem Trunkenbold ein gutes Beispiel geben sollen, indem wir den Genuß von solchen Getränken aufgeben, ist eine schöne Theorie, die jedoch in der Praxis nichts ausrichtet. Die Reingung zum Trunkenbold beruht stets auf einem innerlichen Fehler, das heißt, auf einer geistigen oder körperlichen Schwäche. Die Verführung liegt in ihm selbst, und weder gute Beispiele noch Zwangs-Gesetze würden ihn ändern. Gerade derjenige, welcher wegen solcher Schwäche Enthaltsamkeit pflegen sollte, wird sich stets Getränke zu verschaffen wissen, Prohibition oder keine Pro-

hibition. Eine weitere Täuschung der Prohibitionisten ist, daß der mäßige Genuß derartiger Getränke unvermeidlich zum unmäßigen Genuß führt. Wir Deutsche wissen, daß dies nicht wahr ist und auch, daß mäßiges Trinken von Jugend an in Wirklichkeit dem Verlangen zum Uebermaß entgegenarbeitet. Es ist gewissmaßen ein Schutzmittel gegen die Trunksucht. Menschen, vor denen alles verschlossen werden muß, sei es Gold oder Wein, sind nicht normal und sollten nicht als maßgebend für normale betrachtet werden.

Die richtige Art, dem Mißbrauch von Süßem zu steuern, ist, den Charakter und die Willenskraft des Menschen zu stärken, was leider nicht durch Gesetze geschehen kann. Es kann nur dadurch geschehen, daß wir unsere Widerstandsfähigkeit stärken, um sie gegen Verführungen zu kräftigen. Wir atmen täglich Millionen von Krankheitskeimen ein, aber sie können sich nur in geschwächten Körpern festsetzen, der normale Körper stößt sie aus.

Wir Deutsche wissen, im Fall im nächsten November Prohibition gewinnen sollte, daß wir dann unter dem geheimen und nicht regulierten Handel, der dann sicher kommen wird, schlechtere Zustände haben würden, als wie sie unter dem gegenwärtigen Stocum-Gesetz bestehen.

legen, das Wort "Verkauf" deckt den Ausdruck noch lange nicht, auch Gelegenheitsverkauf paßt nicht vollständig.

So lesen sich noch Dutzende von Beispielen anführen, doch möchte dies ermüdend wirken, es soll ja nur gezeigt werden, wie schwierig es manchmal ist, den präzis richtigen deutschen Ausdruck für ein englisches allgemein gebräuchliches Wort zu finden. Läßt man dann einen englischen Ausdruck stehen, selbst in Anführungszeichen, so kommen unsere Herren Alt-Leutchen mit der Meinung: Ihr verzaubert ein schönes Deutsch in Euren Anzeigen. In der Beziehung haben es die englischen Zeitungen gut, sie drucken einfach die Anzeige, wie sie ihnen überliefert wird. Auch in der Reingehalts-Abteilung einer deutschen Zeitung ist das Uebersetzen viel leichter. Dort hat man den Artikel vor sich, liest ihn durch und schreibt dann den Inhalt dem Sinne nach um. Es ist ja auch wahr, es ist eine schwer abzugewöhnende Unart bei Anzeigen-Übersetzern, daß sie glauben, sie müßten jede Anzeige Wort für Wort und beinahe Buchstabe für Buchstabe überlesen. Das liegt auch gar nicht in der Absicht dessen, der die Anzeige gibt, er verlangt bloß den Sinn der Anzeige, nicht den Wortlaut. Ja, manche große Geschäfte bringen sogar auf eine freie Uebersetzung, die bloß den Inhalt und Sinn wiedergibt. Ein Geschäftshaus hier geht so weit, zu sagen, wenn in unserer englischen Anzeige Worte und Satzbindungen vorkommen, die sich absolut nicht ins Deutsche in gefälliger Form überlegen lassen, überlegt es so nahe als möglich, oder auch schreibt etwas ganz anderes, nur nicht etwas, das meinem Geschäft nachteilig ist.

wäre doch etwas zu gewagt! Was zum Beispiel ein "Carburator" ist, weiß Schreiber dieses heute noch nicht bestimmt auszudrücken, trotz hundertmaligen Schreibens. "Verfolscher" paßt doch sicher nicht.

Zu den Spezifikationen bei der Beschreibung eines solchen Automobils wimmelt es von technischen Ausdrücken:

- "All-Weather Tread Rear" - "Motor Bearings" - "Disc Clutch" - "Silent Gear Shift" - "One-man Top" - "Locking Double Dimmer Lights" - "Silent Worm Drive" - "Lanchester Cantilever Spring Suspension" - "Full streamline Body design" - "Full floating Rear Axle" - "Ueberladung Res Spring" - "High Tension Magnetic Ignition"
- sind einige wenige aus den vielen, die man ja gar nicht wörtlich überlegen kann. Man kann sich ja wohl eine Vorstellung machen, was die Ausdrücke bedeuten sollen und auf welche Teile eines Automobils sie eigentlich Bezug haben, aber den präzis deutschen Ausdruck dafür anzugeben, dürfte wohl auch dem erfahrensten Automobilbesitzer sehr schwer halten.

Aus allem obigen werden die verehrten Leser leicht erkennen, daß niemand in der ganzen Redaktion eine angemessene Stellung hat, als:

Der Anzeigen-Übersetzer.

Verwendung der Salbei. Die getrockneten Blätter der Salbei ergeben einen vorzüglichen, heilsamen Tee, der bei Magenbeschwerden stärkend wirkt und auch den Blutlauf befördert. Außerdem bildet der Salbeitee, mit etwas Honig vermischt, ein ausgezeichnetes Gurgelwasser bei Halsentzündungen, wie auch bei Zahngeschwulsten im Munde, wenn man denselben so lange wie möglich lauwarm an die franke Stelle hält, dann ausspült und das Verfahren mindestens alle Stunden wiederholt, bis das Uebel gehoben ist. Auch zum Reinigen der Zähne gibt es kein besseres und dabei unschädlicheres Mittel für den Schmelz der Zähne als feine Salbeiblätter, mit deren Oberfläche man die Zähne abreibt, wodurch sie schon weiß werden.

Es besahnt sich, in den "Maschinen-Anzeigen" der Tribune zu orientieren.

Sätkelbuch No. 4.



Die neuesten und originalsten Muster in Strühen, Babystrühen, Einlagen und dergleichen werden alle in diesem Buche gezeigt.

Alle Sätkelbücher, welche gewöhnlich gebraucht werden, sind darin enthalten und erklärt. Die Muster sind groß und die Anweisungen klar und deutlich. Ein jeder kann, und wenn auch erst ein Anfänger, ein Meister im Sätkeln werden beim Gebrauch dieses Buches.

Jedes Muster ist abgebildet und erklärt in der einfachsten Weise, so daß ein jeder ohne Ausnahme schöne Sätkelarbeiten anfertigen kann. Wenn Sie auch noch so viele Bücher haben, dieses übertrifft alle bisher dagewesenen.

Zu 11c per Buch. Zu bestellen durch die "Omaha Tribune", 1311 Howard Str., Omaha, Neb.

JAHRES-FEIERN!

Mit dieser Ausgabe begeht die „Omaha Tribune“ ihre 32. Jahresfeier. Und in diesem Jahre begeht die National Printing Co. auch ihre 45. Jahresfeier.

Seit fast einem halben Jahrhundert haben wir unsere Kunden mit Druckfachen bedient, und unser Anwachsen und Erfolge sind die Folgen der Bedienung und Zufriedenstellung, welche wir unseren Kunden angedeihen ließen.

Neues National-Gebäude
Ecke 12. und Harney Str.
Omaha, Nebr.



Das modernste Druckerei- und Verlags-Gebäude im ganzen Westen

In unserem neuen, modernen, feuerfesten Gebäude, aus Kellergeschoß und drei Stockwerken bestehend, mit seinen großen, breiten, luftigen Fenstern und glänzenden, zufriedenen Arbeitern, sind wir besser als je inhaude, diejenigen ans beste zu bedienen, welche Druckfachen in deutscher oder tschisch in irgend einer anderen modernen Sprache verlangen.

Wenn Sie Druckfachen irgend welcher Art wünschen, Geschäfts- oder Visitenkarten, Pamphlete, Briefköpfe, Einladungen, Kataloge, oder wenn Sie Geschäftsbücher gebrauchen, besonders Hauptbücher, oder irgend welche Buchbinderarbeit, rufen Sie unseren Vicepräsidenten Henry Hofmeister auf, und Sie werden die bestmögliche Arbeit und schnelle Bedienung zu mäßigen Preisen erhalten.

Wir verschicken Druckfachen nach irgend einem Ort im mittleren Westen. Schreiben Sie uns Ihre Wünsche.

NATIONAL PRINTING CO.

TELEPHON DOUGLAS 1008
NATIONAL BUILDING OMAHA, NEBRASKA

Druckarbeiten irgend welcher Art in irgend einer Sprache