

Gott spricht ihre Sprache

„Sie werden lachen: die Bibel.“ – Diese Antwort hat nicht nur der Schriftsteller und überzeugte Atheist Bertolt Brecht gegeben, als er einmal gefragt wurde, welches Buch hat Ihnen in Ihrem Leben den größten Eindruck gemacht? – „Sie werden lachen: die Bibel“, ist auch die Antwort auf eine andere Frage, nämlich: Welches Buch hat in diesem Winter wochenlang auf Platz 1 der Bestsellerliste gestanden? Genau: die Bibel. Und zwar in Norwegen.

Im vergangenen Herbst hat die Norwegische Bibelgesellschaft die „Bibel 2011“ in die norwegischen Buchläden gebracht, sie wurde der Überraschungsbestseller. „Wir begannen Mitte Oktober mit einer Auflage von 25.000“, sagt Stine Strachan, „wir dachten, das würde sechs bis neun Monate reichen. Doch schon am Jahresende hatten wir 79.000 Bibeln verkauft. Es ist einfach unglaublich“.

Stine Strachan ist Marketingexpertin und hat zusammen mit zwei Kollegen eineinhalb Jahre den Verkauf der „Bibel 2011“ vorbereitet. Ehrenamtlich. Die Vorschläge dieses Marketingteams hat die Norwegische Bibelgesellschaft dann umgesetzt: Vorberichte in norwegischen und ausländischen Zeitungen und Fernsehsendern, Verkaufsbeginn um Mitternacht. Und zum Verkaufsstart ein Festakt in der Kathedrale von Oslo, mit norwegischer Prominenz aus Politik und Kirche. Der Erfolg belohnte die Arbeit. In manchen Läden waren am ersten Verkaufstag alle Exemplare der „Bibel 2011“ ausverkauft. Die Kunden standen Schlange, manche hatten sogar die Nacht in Zelten vor der Ladentür verbracht.

„Es ist merkwürdig“, sagt Stine Strachan, „wenn man bedenkt, dass der Inhalt ja eigentlich schon seit geraumer Zeit verfügbar war“. Was also macht eine Bibel so interessant, dass Menschen von heute sie haben wollen? Der uralte Text, der ursprünglich in Hebräisch und in Griechisch verfasst wurde, ist ins aktuelle Norwegisch übersetzt worden. 30 Übersetzer arbeiteten zwölf Jahre daran. Die richtige Übersetzung ist das eine, sagt Stine Strachan. „Aber es muss auch ein lesbarer Text in gutem literarischen Stil sein.“ Darum bearbeitete eine zweite Gruppe den übersetzten Text, nämlich zwölf norwegische Schriftsteller.

So viel Arbeit für so ein altes Buch? Ist das denn nötig? Durchaus, meint der Rektor der Markthochschule Oslo. Er ist einer der drei ehrenamtlichen Marketingberater und er sagt: „Die Bibel ist eine der ‚großen Marken der Welt‘, vergleichbar mit den Beatles und Apple.“ Eine solch populäre Marke darf man nicht verstauben lassen. – Die große Aufmerksamkeit, mit der die Menschen – Christen und Nichtchristen in Norwegen – das Ergebnis der mehr als zehnjährigen Arbeit aufgenommen haben, gibt dem Marketingmann Recht. Herausgekommen ist ein Buch, das zu einem kulturellen Großereignis in Norwegen wurde.

Schon Martin Luther vor gut 500 Jahren empfahl: Man muss dem Volk aufs Maul schauen und die Sprache der Menschen sprechen, wenn man ihnen wichtige Nachrichten mitteilen will. Darum übersetzte er die Bibel

ins „aktuelle Deutsch“, besser gesagt: in die Umgangssprache seiner Zeit – mit großem Erfolg. Zudem nutzte Luther das damals im 16. Jahrhundert frisch erfundene Medium Buchdruck und machte auf diese Weise aus dem „exklusiven Luxusbuch Bibel“ für Mönche und Priester ein „erschwingliches Lesebuch Bibel“ für das ganze Volk.

Die Norweger im 21. Jahrhundert sind ähnlich vorgegangen. Sie haben nämlich die gute Nachricht nicht nur in eine heute verständliche Sprache gepackt, sie nutzen zur Verbreitung dieser Nachricht auch die Medien, die heutzutage genutzt werden: das Internet, das Handy und das iPad. Neben der gedruckten Version der Bibel 2011 gibt es darum auch die elektronischen Versionen für die digitalen Medien. Denn dem Chef der Norwegischen Bibelgesellschaft Stein Mydske ist so wie Luther eines wichtig: „Die Menschen sollen erfahren, dass Gott ihre Sprache spricht.“