

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Komentiertes tschechisch-deutsches Glossar zu einem
berufsbezogenen semantischen Feld - Stadtführer**

Helena Matějková

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra germanistiky a slavistiky

Studijní program - Filologie

Cizí jazyky pro komerční praxi

Kombinace angličtina - němčina

Bakalářská práce

**Kommentiertes tschechisch-deutsches Glossar zu einem
berufsbezogenen semantischen Feld - Stadtführer**

Helena Matějková

Vedoucí práce:

Ing. Zdeněk Vávra, Ph.D.

Katedra germanistiky a slavistiky

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2019

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci s názvem *Kommentiertes tschechisch-deutsches Glossar zu einem berufsbezogenen semantischen Feld - Stadtführer* vypracovala samostatně pod vedením Ing. Zdeňka Vávry, Ph.D. a veškerou použitou literaturu a další prameny jsem řádně označila a uvedla v seznamu použitých zdrojů.

Plzeň, duben 2019

.....

Helena Matějková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala vedoucímu své bakalářské práce Ing. Zdeňku Vávrovi, Ph.D. za jeho spolehlivou a rychlou komunikaci, profesionální přístup, užitečné rady a připomínky, ochotu a podporu. Také děkuji plzeňské průvodkyni paní Zdeně Starkové a kolegyni z Drážďan paní Heike Diessner za jejich čas a odborné připomínky ke glosáři.

Inhaltsverzeichnis

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	5
1 <i>Einleitung</i>	7
2 <i>Theoretischer Teil</i>	9
2.1 Theorie der Übersetzungswissenschaft	9
2.1.1 Übersetzungstypen.....	10
2.1.2 Übersetzungsmethoden	12
2.1.3 Äquivalenz	13
2.1.4 Fachübersetzung	14
2.2 Übersetzen im Hinblick auf die Tätigkeit eines Stadtführers	16
2.2.1 Übersetzen und Dolmetschen	16
2.2.2 Pragmatik	18
2.2.2.1 Theoretische Aspekte der Pragmatik	18
2.2.2.2 Pragmatik der Stadtführungen.....	20
2.2.3 Kultur in dem Übersetzungsprozess.....	22
2.2.4 Innovative Stadtführungen	24
2.2.4.1 Aufgaben des Stadtmarketing	25
2.2.4.2 Qualität des Standortes als Ansporn für Stadtführer.....	26
2.2.4.3 Innovative Stadtführungen.....	27
2.2.5 Fazit	29
3 <i>Praktischer Teil</i>	30
3.1 Touristisches ABC der Stadt Pilsen	30
3.2 Glossar	37
3.2.1 Grundbegriffe zum Tourismus	38
3.2.2 Besucherziele	45
3.2.3 Baukunst, Bauwerke und Baustile	47
3.2.4 Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen.....	49

3.3	Kommentar zu dem Glossar	52
3.3.1	Übersetzungsprozess.....	53
3.3.2	Expertengespräche.....	54
3.3.3	Übersetzungsprobleme.....	55
3.3.3.1	Turistické informační centrum.....	56
3.3.3.2	Cestovní agentura.....	56
3.3.3.3	Průvodce.....	58
3.3.3.4	Loosovy interiéry	58
3.3.3.5	Měšťanská beseda	59
3.3.3.6	Národopisné muzeum Plzeňska	59
3.3.3.7	Náplavka.....	60
3.3.3.8	Městská památková zóna / městská památková rezervace.....	60
3.3.4	Fazit	61
4	<i>Zusammenfassung.....</i>	62
5	<i>Literaturverzeichnis.....</i>	64
5.1	Gedruckte Quellen	64
5.2	Internetquellen.....	65
6	<i>Resumé</i>	67
7	<i>Résumé.....</i>	68
8	<i>Anlagen</i>	69

1 Einleitung

Sie halten in der Hand die Bachelorarbeit mit dem Titel *Kommentiertes tschechisch-deutsches Glossar zu einem berufsbezogenen semantischen Feld – Stadtführer*. Die Autorin setzt sich zum Ziel, ein durcharbeitetes und für deutschsprachige Stadtführer nützliches Glossar zu erstellen. Im Mittelpunkt steht berufsbezogener Fachwortschatz, der von Stadtführern bei Führungen verwendet wird, und den sie brauchen, um sich problemlos und für einen deutschsprachigen Zuhörer verständlich zu äußern.

Das Glossar ist thematisch gegliedert und enthält auch Teile, die einen an die Stadt Pilsen angepassten Wortschatz vorstellen. Der eine Grund für die Ausrichtung auf Pilsen ist eine langjährige und intensive Beschäftigung der Autorin mit dem Pilsner Tourismus und Stadtführungen sowie ihre Vorliebe für dasselbe. Der andere Grund für die Auswahl des Themas war sowohl ihre eigene Berufstätigkeit in dem Bereich Tourismus und Führungen als auch die Notwendigkeit, einen umfangreichen Wortschatz zu haben. Eine regelmäßige aktive Teilnahme an der Tourismusmesse Holiday World in Prag an dem Stand Sachsens hat auch das Interesse der Autorin an dem Fremdenverkehr vertieft. Zuletzt stellt die Autorin im Verlauf der Jahre fest, dass die Materialien zum Tourismus öfter fehlerhaft sind und dass eine Qualitätsübersetzung erforderlich ist, um die Informationen den ausländischen Besuchern entsprechend zu vermitteln. Die Autorin ist sich dessen bewusst, dass die Arbeit ihren Kollegen potenziell von Nutzen sein kann.

In dem theoretischen Teil beschäftigt sich die Autorin mit relevanter Theorie des Übersetzens. Er enthält einige Definitionen, es werden Übersetzungstypen und -methoden beschrieben sowie Merkmale der Fachübersetzung genannt (Teil 2.1). Überdies wird Übersetzen in Kontrast mit dem Dolmetschen gestellt und Kultur als ein Faktor in dem Übersetzungsprozess erwähnt, da beides bei der Übersetzungsarbeit eines Stadtführers zu berücksichtigen ist (Teil 2.2). Das Kapitel Pragmatik beschäftigt sich mit den pragmatischen Aspekten der Sprache und den Stadtführungen und beschreibt, wie verschiedene Situationen und Gruppen die Sprache des Stadtführers beeinflussen. In dem Kapitel Innovative Stadtführungen sind einige spezifische Fertigkeiten des heutigen Stadtführers erwähnt und es wird u. a. auch darüber gesprochen, wie man Städte vermarkten kann oder wie ein Stadtführer den „Trends“ im Städtetourismus folgen kann.

Der praktische Teil präsentiert dem Leser zuerst ein touristisches ABC der Stadt Pilsen, um dem Leser einen Einblick in den lokalen Tourismus zu vermitteln. Es folgt ein Glossar, das nach einzelnen Bereichen thematisch gegliedert ist. Als Erstes (Kap. 3.2.1) kommen Grundbegriffe zum Tourismus, nach denen Stadtführer oft „greifen“. Dann folgt Kategorie Besucherziele (Kap. 3.2.2), wo die Autorin u. a. konkreten Übersetzungsproblemen begegnet, die bei dem Übersetzen der Eigennamen entstehen. Es folgt der Teil Baukunst, Bauwerke und Baustile (Kap. 3.2.3) und als letzte Kategorie kommen Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen (Kap. 3.2.4), die Stadtführer brauchen, um sich bei den Führungen schnell und problemlos äußern zu können.

Die Hauptmethode für Erstellung des Glossars ist für die Autorin das Sammeln der relevanten Termini und Kollokationen in verschiedenen Materialien, wie z. B. Flugblättern, Broschüren, Büchern und Artikeln, deren Schnittpunkt Tourismus oder Pilsen bzw. Tourismus in Pilsen ist. Danach folgt eine umfangreiche Recherche in Wörterbüchern und im Internet, deren Ziel ist es, die passenden Ausdrücke in der Zielsprache, bzw. weitere Ausdrücke in der Ausgangssprache, zu finden. Eine weitere Methode besteht darin, Gespräche mit aktiven Stadtführern zu führen. Die Autorin nahm Kontakt mit einer Pilsner Stadtführerin und einer Kollegin aus Dresden auf. Dem Glossar folgt ein Kommentar mit einer näheren Beschreibung der angewandten Methoden und möglichen Übersetzungsschwierigkeiten sowie der Rückmeldung der Kolleginnen.

2 Theoretischer Teil

Die Autorin beschäftigt sich in dieser Arbeit hauptsächlich mit dem Übersetzen. In dem theoretischen Teil ist der theoretische Hintergrund zu dem Thema zu erläutern. Nur der erste Teil 2.1. konzentriert sich auf die Theorie des Übersetzens im Allgemeinen, in dem zweiten Teil 2.2. werden spezifische Aspekte der Arbeit und Übersetzungsarbeit eines Stadtführers behandelt.

2.1 Theorie der Übersetzungswissenschaft

Die Autorin wählt für ihre Bachelorarbeit einen Abschnitt aus einer Definition von Wilss: „**Übersetzen** ist ein Texterarbeitungs- und Textreverbalisierungsprozess, der von einem Ausgangssprachlichen Text zu einem möglichst äquivalenten Zielsprachlichen Text hinüberführt und das inhaltliche und stilistische Verständnis der Vorlage voraussetzt.“¹ Diese konkrete Definition des Begriffs **Übersetzen** wurde für die Arbeit gewählt, weil hier auch der stilistische Aspekt berücksichtigt wird. Über Sprache und Stil wird später in dem Kapitel zur Pragmatik (2.2.2.) gesprochen.

Es können viele Definitionen von den zwei Hauptbegriffen **Übersetzen** und **Übersetzung** gefunden werden, die manchmal auch verschiedene Auffassungen andeuten. Zu dem **Übersetzen** zum Beispiel folgende: „Übersetzen kann definiert werden als Vorgang (...)“², „Übersetzen besteht darin, (...) das nächste natürliche Äquivalent (...) zu schaffen (...)“³ und schließlich die oben genannte Definition, die mit „Übersetzen ist ein Texterarbeitungs- und Textreverbalisierungsprozess (...)“⁴ beginnt. Die Frage ist, was dann eine Übersetzung ist.

Die Autorin identifiziert sich mit Kollers Auffassung. In seiner „Einführung in die Übersetzungswissenschaft“ macht er klar, das **Übersetzen** ein „Prozess, der von einem geschriebenen Ausgangssprachlichen Text (AS-Text) zu einem geschriebenen Zielsprachigen Text (ZS-Text), der Übersetzung, führt“⁵. **Übersetzungen** hält er also für die *Produkte des Übersetzungsprozesses*⁶. Darüber hinaus versteht sich in dieser

¹ Wills, 1997, zit. nach Koller, 1992: 92

² Oettinger, 1960, zit. nach Albrecht, 2005: 23

³ Nida/Taber, 1969, zit. nach Albrecht, 2005: 24

⁴ Wills, 1977, zit. nach Albrecht, 2005: 24

⁵ Koller 1992: 12

⁶ Koller 1992: 12

Bachelorarbeit unter der **Übersetzung** ein äquivalenter, bereits übersetzter Text in der Zielsprache und unter dem **Übersetzen** der Prozess der sprachlichen Umsetzung.

Das Subjekt des Übersetzers steht in dieser Arbeit nicht im Vordergrund, trotzdem können seine notwendigen Fertigkeiten erwähnt werden. Laut Feststellung von Levý soll ein Übersetzer Kenntnisse über Folgendes haben:

- a) die Sprache, aus der er übersetzt, d. h. die Ausgangssprache,
- b) die Sprache, in die er übersetzt, d. h. die Zielsprache,
- c) den sachlichen Inhalt des Textes, der übersetzt wird (d. h. zeitliche und örtliche Realien oder das entsprechende Fach).⁷

Damit ein Rezipient eine Übersetzung als gelungen bezeichnet, darf er im Prinzip keine Einflüsse der Ausgangssprache spüren und muss fähig sein, den Entscheidungsprozess des Übersetzers, verfolgen zu können. Das Hauptmerkmal einer guten Übersetzung sollte das sein, dass sie als Original in der Zielsprache empfangen wird.⁸ Eine gute Übersetzung muss laut Knittlová mindestens drei folgende Kriterien erfüllen:

- a) die Aussage in der Zielsprache wirkt völlig natürlich,
- b) sie hat in der Zielsprache dieselbe Bedeutung wie in der Ausgangssprache (oder möglichst ähnlich) und wirkt auf den Rezipienten in der Zielsprache in derselben Weise wie auf den Rezipienten der Ausgangssprache,
- c) sie erregt gleiche Reaktion wie in der Ausgangssprache.

Durch Erfüllung dieser Kriterien sollte bei dem Übersetzen eine negative Interferenz aus der Ausgangssprache verhindert werden.⁹

2.1.1 Übersetzungstypen

Wie Albrecht bemerkt, ist es bei der Typologisierung ein grundlegendes Problem zu lösen, und zwar die richtigen, d. h. passenden Kriterien zu wählen. Verschiedene Kriterien führen dazu, dass dasselbe Gebiet unterschiedlich klassifiziert werden kann.¹⁰

Jakobson unterscheidet drei Übersetzungstypen als Möglichkeiten der Interpretation von sprachlichen Zeichen.

⁷ Levý 2012: 21

⁸ Knittlová 2010: 14

⁹ Ebd., 14-15

¹⁰ Albrecht 2005: 39

Es sind folgende:

- a) **intralinguale Übersetzung / Paraphrase** – die Reproduktion der sprachlichen Zeichen mit anderen sprachlichen Zeichen derselben Sprache (z. B. Umformulierung eines Fachtextes in die sog. leichte Sprache),
- b) **interlinguale Übersetzung / Translation** – die Reproduktion der sprachlichen Zeichen der Ausgangssprache mit anderen sprachlichen Zeichen einer anderen Sprache (Übersetzen im eigentlichen Sinne),
- c) **intersemiotische Übersetzung / Transmutation** – die Reproduktion der sprachlichen Zeichen mit nichtsprachlichen Zeichen (z. B. Musik oder Bild)¹¹

Es wird zwischen Übersetzungen unterschieden, die sich nur auf Form oder die sich vorrangig auf Bedeutung orientieren. Knittlová nennt zwei formorientierte Typen (interlineare Übersetzung und wörtliche Übersetzung) und zwei bedeutungsorientierte Typen (freie Übersetzung und kommunikative Übersetzung):

- a) **interlineare Übersetzung** als eine extreme Variante der wörtlichen Übersetzung, die das grammatische System der Zielsprache überhaupt nicht respektiert,
- b) **wörtliche Übersetzung**, die lexikale Einheiten ohne Rücksicht auf ihren Kontext überträgt,
- c) **freie Übersetzung**, die einen Gegensatz zur interlinearen Übersetzung darstellt, nur wenig den Ausgangstext und seine Stilmerkmale respektiert und auf die Konnotationen nicht achtet,
- d) **kommunikative Übersetzung**, die eng mit dem pragmatischen Aspekt des Übersetzens zusammenhängt und stark auf Kontext und Konvention achtet.¹²

Die Ansichten über die Korrektheit oder Richtigkeit der oben genannten Übersetzungstypen änderten sich im Laufe der Jahrhunderte. Obwohl heute Übersetzen meistens im Sinne der kommunikativen Übersetzung definiert wird, wie die Definition von Albrecht andeutet, sind die meisten Endübersetzungen ein Gemisch von allen oder fast allen von ihnen. Genauigkeit (Gleichheit der Bedeutungen), Deutlichkeit (Eindeutigkeit und Verständlichkeit) und Natürlichkeit (Wahl einer adäquaten sprachlichen Form in der

¹¹ Levin 2010: 89

¹² Knittlová 2010: 16-17

Zielsprache) sind drei Grundanforderungen, denen die Endübersetzung heute nachkommen muss.¹³

2.1.2 Übersetzungsmethoden

Es gibt verschiedene Methoden, wie man eine Übersetzung schaffen kann und verschiedene Theorien, welche konkreten Methoden es sind und wie man sie nennen soll. Die Autorin nennt an dieser Stelle sieben Methoden von Malone. Wenn keine direkte Übersetzung besteht, d. h. Gleichheit zwischen dem Ausdruck in der Ausgangssprache (=AS) und der Zielsprache (=ZS), gibt er folgende Methoden an:

- a) **Substitution** (A : S) – Ersetzung einer Spracheinheit durch eine andere (Kde si můžu umýt ruce? – Wo kann ich meine Hände waschen?)
- b) **Divergenz** (A : B/C) – mehr Ausdrücke in der ZS entsprechen einem Ausdruck in der AS (když – als/wenn),
- c) **Konvergenz** (A/B : C) – zwei Ausdrücke in der AS können mit einem Ausdruck in die Zielsprache übersetzt werden (ona/oni – sie),
- d) **Amplifikation** (A : AB) – eine Erweiterung des Ausdrucks (A spát! – Jetzt wird geschlafen!),
- e) **Reduktion** (AB : A) – eine Auslassung (šálek dobré kávy – eine Tasse Kaffee),
- f) **Diffusion** (AB : A/B) – eine Äußerung eines Kompositums durch eine Wortverbindung (víceméně – mehr oder weniger),
- g) **Verdichtung** (A/B : AB) – eine Benennung durch ein Kompositum (dopravní prostředek – Transportmittel).^{14,15}

Vinaye und Darbelnet nennen noch weitere:

- h) **Transposition** – ein wegen eines unterschiedlichen Sprachsystems notwendiger grammatischer Wechsel (Čím jste chtěl být? – Was wollten Sie beruflich machen?),
- i) **Modulation** – eine Änderung des Gesichtspunktes (náhradní dovolená - Freizeitausgleich),

¹³ Ebd., 18

¹⁴ Knittlová 2003: 15

¹⁵ Seminar PK2N am 6.4.2018

- j) **Adaptierung** – Substitution der in dem Original beschriebenen Situation durch eine andere adäquate Situation, z. B. bei Sprichwörtern (sladit všechny zájmy – alle Interessen unter einen Hut bringen).^{16,17}

Die Autorin der Bachelorarbeit hält für die Ausgangssprache Tschechisch, da der Hauptpunkt der Arbeit das tschechisch-deutsche Fachglossar ist. Darüber hinaus sind auch alle konkreten Beispiele in der Arbeit in der Richtung Tschechisch-Deutsch angeführt.

In dem Prozess der Übersetzung aus dem Tschechischen ins Deutsche ist Verdichtung sehr oft verwendet (z. B. pěší zóna – Fußgängerzone, nákupní třída – Einkaufsstraße). Deutsch ist eine Sprache, die eine Tatsache mit einer Nominalisierung oder mit einem Kompositum (z. B. auch einem adjektivischen – Halbsuffixe), beschreiben kann. Es passiert öfter als in dem Tschechischen, dass der Sinn, mag er auch komplexer sein, in einem einzigen Wort enthalten ist.

Die Autorin verwendet bei dem Übersetzen des Glossars vor allem die Substitution, Divergenz, Amplifikation und Verdichtung (siehe das Kap. 3.3).

2.1.3 Äquivalenz

Unter **Äquivalenz** versteht sich in dieser Arbeit Äquivalenz aus der Sicht der Lexik, also die lexikalische Äquivalenz (es kann weiter über die grammatische Äquivalenz oder Textäquivalenz gesprochen werden). Die Autorin wählte als eine Definition einen kurzen Satz von Albrecht aus, der nach ihrer Meinung vieles erklärt: „*Äquivalenz bedeutet nicht Gleichheit, sondern Gleichwertigkeit*“.¹⁸ Mit diesem Satz zeigt Albrecht, dass bei der Äquivalenz nicht immer gleiche Aussagen in der Ausgangssprache sowie der Zielsprache zu erwarten sind, sondern Aussagen, die in der Bedeutung *gleichwertig* sind.

Bei dem Vergleich der lexikalischen Einheiten in einem spezifischen Kontext können Unterschiede auf dem Gebiet der denotativen sowie pragmatischen Bedeutungskomponenten beobachtet werden.¹⁹ Als Denotation wird „*formale Beziehung zwischen dem Zeichen und dem bezeichneten Gegenstand oder Sachverhalt in der außersprachlichen Wirklichkeit*“²⁰ definiert, Konnotation ist eine „*assoziative,*

¹⁶ Knittlová 2003: 14

¹⁷ Seminar PK2N am 6.4.2018

¹⁸ Albrecht 2005: 33

¹⁹ Knittlová 2003: 33

²⁰ „Denotation“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Denotation>. [Stand: 11.12.2018].

emotionale, stilistische, wertende [Neben]Bedeutung [...]“²¹. Pragmalinguistik untersucht laut Ernst „*welchen Gebrauch die Sprachteilnehmer von den sprachlichen Zeichen machen.*“²² Es ist zwischen dem gewöhnlichen Wortschatz und dem Fachwortschatz zu unterscheiden, darüber hinaus werden Funktion und Stil des Textes berücksichtigt.²³

Knittlová beschreibt drei Grundtypen der Äquivalente:

- a) **Absolute Äquivalente** (z. B. okno – Fenster),
- b) **Teiläquivalente** (z. B. promoce – Promotion),
- c) **Nulläquivalente** (z. B. babišovka).²⁴

Eine andere Aufteilung findet man bei Koller, der die Entsprechungstypen in fünf Kategorien unterteilt:

- a) **Eins-zu-eins-Entsprechung** (z. B. pět – fünf),
- b) **Eins-zu-viele-Entsprechung** (z. B. valná hromada – Generalversammlung, Hauptversammlung, Vollversammlung),
- c) **Viele-zu-eins-Entsprechung** (z. B. když, jako, než – als),
- d) **Eins-zu-Null-Entsprechung** (z. B. čučkaři),
- e) **Eins-zu-Teil-Entsprechung** (z. B. pohoda).^{25,26}

In dem Glossar in dem praktischen Teil der Arbeit findet man absolute Äquivalente vor allem in den Teilen Grundbegriffe zum Tourismus und Baukunst, Bauwerke und Baustile. Vor allem in dem Teil Besucherziele begegnet die Autorin auch den Nulläquivalenten, da es da viele Eigennamen und kulturspezifische Benennungen gibt.

2.1.4 Fachübersetzung

Bevor die Fachübersetzung erklärt werden kann, ist ein wichtiger Teil dieses Kompositums zu definieren. Das **Fach** wird als „*Gebiet, auf dem sich jemand ausbildet [bzw.] ausgebildet, spezialisiert hat [oder] auf dem jemand speziell arbeitet*“²⁷, definiert. Die Definition der **Fachübersetzung** kann mit einer Erklärung der professionellen

²¹ „Konnotation“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Konnotation>. [Stand: 11.12.2018].

²² Ernst 2004: 231

²³ Knittlová 2003: 33

²⁴ Knittlová 2003: 39

²⁵ Seminar PK2N am 23.2.2018

²⁶ Koller 1992: 228-236

²⁷ „Fach“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fach>. [Stand: 10.12.2018].

Übersetzungsagentur InPuzzle fortsetzen: „Bei der Fachübersetzung werden also solche Texte übersetzt, die bestimmten Fachgebieten zugeordnet werden und als solche fachspezifische Terminologie enthalten, standardisierte Sätze aufweisen und häufig in einer dem jeweiligen Gebiet eigenen Fachsprache verfasst sind.“²⁸ Für eine Fachübersetzung ist das Faktenwissen des betreffenden Fachgebietes notwendig.²⁹

Das Ziel der Fachübersetzung ist nach Knittlová eine „genaue, klare und relativ vollständige Information zu liefern, die eine logische Ordnung hat und bei der die begriffliche Mitteilung im Fokus steht“³⁰. Typisch für Fachtexte sind Fachbegriffe und feste Formulierungen. Ihre weiteren Charakteristiken sind Öffentlichkeit als der Rezipient (keine expressiven Ausdrücke sind zulässig), Begrifflichkeit, Genauigkeit, Deutlichkeit (in dem Sinne der Verständlichkeit und der einzigen möglichen Interpretation) und Fachlichkeit.³¹ Die genannten Charakteristiken gelten im Wesentlichen auch für das Fachglossar.

Es sind auch weitere Charakteristiken zu erwähnen, die generell bei Fachtexten als korrekt gelten, dennoch, bezogen auf eine reale Stadtführung bzw. einen Text eines Stadtführers, nicht immer gültig sind. Ein Beispiel ist monologische Form, die Knittlová auch anführt³² – eine Stadtführung verläuft im Prinzip als ein Monolog, doch in einem solchen Fall, in dem die Zuhörer Fragen haben, wird zu einem Dialog übergegangen (manchmal sogar mit Aufmerksamkeit der ganzen Gruppe). Nach Knittlová lenkt jede Besonderheit (an der formalen Ebene) die Aufmerksamkeit des Empfängers von dem Inhalt ab; im Gegensatz dazu steht der Stereotyp, der den Weg dem Inhalt frei macht. Die Form eines Fachtextes muss möglichst unauffällig sein, die Sprache soll eine ausschließlich informative Funktion erfüllen.³³ Was die Sprache eines Stadtführers betrifft, lässt sich schlussfolgern: Wäre sie stereotyp, unauffällig und immer nur informativ, würde sich möglicherweise ein Teil der Zuhörer bald langweilen. Natürlich wäre das andere Extrem auch nicht korrekt. Die konkrete Zielgruppe muss berücksichtigt werden (mehr in dem Kap. 2.2.2 zur Pragmatik). Wie Čechová andeutet, sind die sozialwissenschaftlichen Texte formal nicht so festgelegt, sie sind variabler in der Auswahl der Stilart und in der

²⁸ *Die Fachübersetzung – Was ist das?*. URL: <https://de.inpuzzle.com/intern/die-fachubersetzung-was-ist-das/>. [Stand: 10.12.2018].

²⁹ Knittlová 2003: 27

³⁰ Knittlová 2010: 206 (aus dem Tschechischen ins Deutsche übersetzte die Autorin der Bachelorarbeit)

³¹ Knittlová 2010: 206

³² Knittlová 2010: 206

³³ Ebd. 207-208

Komposition, wo die Stellungnahme eine wichtige Rolle spielt, und es werden in ihnen einige Mittel des Stils der Belletristik angewendet.³⁴ Das ist auch der Fall einiger Texte der Stadtführer.

2.2 Übersetzen im Hinblick auf die Tätigkeit eines Stadtführers

Die zweite Hälfte des theoretischen Teils beschäftigt sich nicht nur mit dem Übersetzen, sondern auch mit einigen Aspekten der Übersetzer- und Dolmetschearbeit (Kap. 2.2.1) eines Stadtführers. Es wird näher auf den bereits erwähnten pragmatischen Aspekt der Stadtführungen eingegangen (Kap. 2.2.2), ebenfalls wird Kultur als ein wichtiger Faktor in dem Übersetzungsprozess genannt (Kap. 2.2.3). Das Kapitel Innovative Stadtführungen bietet einen Einblick in die Gegenwart der Stadtführungen und die Trends im Städtetourismus (Kap. 2.2.4). Das Ziel des zweiten Teiles ist das Thema Tourismus etwas tiefer anzugehen, um den Leser mit der Arbeit eines Stadtführers näher bekannt zu machen.

2.2.1 Übersetzen und Dolmetschen

Das erste Kapitel beschäftigt sich mit den Gelegenheiten zum Dolmetschen eines Stadtführers. Obwohl Übersetzen und Dolmetschen zwei verschiedene Tätigkeiten sind, überschneiden sie sich in einigen Merkmalen (zwei Sprachen sind beteiligt, der Sprachwechsel ist fundamental). „*Unter **Dolmetschen** verstehen wir die Translation eines einmalig (in der Regel mündlich) dargebotenen Textes der Ausgangssprache in einen nur bedingt kontrollierbaren und infolge Zeitmangels kaum korrigierbaren Text der Zielsprache.*“³⁵ Manchmal ergänzen sich Übersetzen und Dolmetschen, der Vollzug erfolgt dennoch unter unterschiedlichen Bedingungen: Dolmetschen erfolgt unter Zeitdruck und ein Feedback ist im Gegenteil zu dem Übersetzen meistens möglich.³⁶

Bei den Stadtführungen können nach der Erfahrung der Autorin folgende Situationen auftreten, die Dolmetschen erfordern: Dolmetschen einer Rede oder einer offiziellen Begrüßung, Dolmetschen in einem Restaurant, einem Café oder bei ähnlichen

³⁴ Čechová, 1997, zit. nach Knittlová, 2010: 206

³⁵ Koller, 1979: 12

³⁶ Ebd.

Gelegenheiten, umgekehrte Erfahrung mit dem Dolmetschen in einer Situation, in der der Stadtführer selbst in eine fremde Sprache gedolmetscht wird und Dolmetschen verschiedenster Aufschriften und Schilder bei einer Stadtführung.

Das Dolmetschen einer offiziellen Begrüßung oder einer ähnlichen Rede stimmt in allen Merkmalen damit überein, was unter dem Begriff Dolmetschen verstanden wird. Es geht um eine mündliche Übertragung, der Stadtführer muss sehr schnell reagieren und hat kaum Zeit, sich zu korrigieren. Es mag sein, der Stadtführer ist für solche Situation nicht vorbereitet oder kennt im Voraus den Inhalt der Rede nicht, möglicherweise gerät er in eine sehr stressige Situation. Es kann auch passieren, dass die Gruppe vor oder nach der Stadtführung ein Mittagessen in einem Restaurant bestellt hat und der Stadtführer gefordert ist, mit ihr die Mahlzeit zu absolvieren und die Kommunikation der einzelnen Personen mit den Kellnern zu vermitteln. Eine solche Situation bezieht auch Dolmetschen ein, es ist aber eine Kommunikation, in der nur eine Person oder ein paar Personen mit einem Kellner in Kontakt kommen und die formalen Ansprüche an den Stadtführer müssen nicht nötig so hoch sein. Ähnlich verläuft es in einem Café, wenn eine kleinere Gruppe, z. B. eine Gruppe von Journalisten, während der Stadtführung Lust auf „Kaffee und Kuchen“ in einem traditionellen Café hat. Eine solche Situation sollte zwar erst mit dem Stadtführer besprochen werden oder in der Bestellung der Stadtführung geklärt sein, aber der Stadtführer sollte dafür ebenfalls vorbereitet sein.

In dem Fall, dass eine Gruppe der Besucher kommt, deren Sprache der Stadtführer nicht spricht oder die eine Begleitperson hat, die für das Dolmetschen vorbereitet ist, kann der Stadtführer bei der Stadtführung auch gedolmetscht werden. Dabei ist mit einigen Tatchen zu rechnen: Die Stadtführung kann wegen dem Dolmetschen bis zweimal so lange dauern als ohne es. Ferner sollte der Stadtführer berücksichtigen, dass einige Informationen in der Situation nicht relevant oder für den Dolmetscher schwieriger übersetzbar sind, und zuletzt sollte der Stadtführer wissen, wie schnell er sprechen soll und wie lange Abschnitte er auf einmal sagen kann (dies ist auch mit dem Dolmetscher vorher abzusprechen). Die genannte Situation tritt dennoch bei deutschsprachigen Gruppen fast nie auf. Die Autorin hat aber ein paar Erfahrungen mit chinesischen, japanischen oder kroatischen Gruppen, bei denen es so verlief.

Zuletzt geschieht bei den Stadtführungen auch Folgendes: Der Besucher kommt zu dem Stadtführer und sagt: *Könnten Sie mir bitte sagen, was für eine Aufschrift dort auf dem Gebäude hängt?* oder auch *Als wir im Bus waren und von dem Stadtrand runter zum*

Zentrum kamen, war dort auf der rechten Seite so eine riesengroße Werbung, so blau-rot mit großer weißer Schrift und mit einem Bier – könnten Sie mir sagen, war für ein Werbeslogan das war? Für eine solche Situation kann sich der Stadtführer fast nicht vorbereiten. In dem ersten Fall sieht er zwar die Aufschrift vor sich und der zweite Fall basiert auch auf einem Schild, eine solche Situation hat aber mehr mit dem Dolmetschen gemeinsam als mit dem Übersetzen. Der Stadtführer hat keine Zeit für die Vorbereitung, er hat keine Möglichkeit in einem Wörterbuch zu suchen, und falls er später während der Stadtführung auf keine bessere Antwort als die ursprüngliche kommt, hat er auch kaum die Möglichkeit, sich zu korrigieren.

2.2.2 Pragmatik

2.2.2.1 Theoretische Aspekte der Pragmatik

Unter dem Begriff **Pragmatik** versteht man heute „eine Art der Sprachbetrachtung, die sich mit der Einbeziehung der sprechenden Personen und der Beschreibung von Sprache in ihrer konkreten Verwendung („in der Praxis“) beschäftigt“. ³⁷ Nach Pragmatik ist die Sprache situations- und kontextabhängig und ist bedeutsam für das Handeln der Menschen ³⁸.

Um sprachliche Zeichen mit einer Vorstellung zu verbinden, braucht der Mensch seine eigene Erfahrung. Diese Vorstellung ist dann nicht direkt an die reale Welt gebunden, sondern auf die persönliche Erfahrung des Menschen in ihr. Dieses Erfahren nennt sich **Weltwissen**, wobei sich hier unter der Welt nicht die Erde vorzustellen ist, sondern unsere Realität, in der wir leben und die wir unmittelbar in unserer Umgebung wahrnehmen. Darüber hinaus kann an dieser Stelle auch vom **Gebrauchskontext** gesprochen werden, d. h. solchem außersprachlichen Kontext, der einer sprachlichen Formulierung einen Sinn gibt. ³⁹

Daneben beschreibt man auch das **Sprachwissen**, das unsere grammatische Kompetenz umfasst. Wichtig ist zu sagen, dass es nicht dasselbe ist, wie die eigene sprachliche Formulierung. Das Sprachwissen spiegelt sich in dem **Sprachverhalten**

³⁷ Ernst 2011: 230

³⁸ Ebd.

³⁹ Ernst 2011: 231-232

(Performanz) wider, welches die Form sprachlicher Formulierung an ihre Situation anpasst. Es stellt den Übergang von der Grammatik zu der Pragmatik dar.⁴⁰

Eine Stadtführung ist im Grunde genommen ein Text; darüber hinaus ist an dieser Stelle angebracht, sich mit der **Textpragmatik**⁴¹ zu beschäftigen. Nach der Textpragmatik, die den Gebrauch von Texten analysiert, muss ein Text seine Funktion in der menschlichen Kommunikation erfüllen, um beschrieben werden zu können. Die kommunikative Aufgabe, also der pragmatische Aspekt eines Textes, ist bei dem Verständnis wichtig. Damit ein Text als ein Text bezeichnet werden kann, muss er sieben **Merkmale der Textualität** aufweisen. Dies sind Kohärenz, Kohäsion, Intentionalität, Akzeptabilität, Informativität, Situationalität und Intertextualität.⁴²

Ein Text ist **kohärent**, wenn seine Teile semantisch zusammenhängen. Das wichtigste ist die Sinnkontinuität, d.h. Gedanken, die aneinander anschließen oder sich durch bestimmte Ausdrücke des Textes wiederholen.⁴³ Kommen solche Verbindungen nicht vor, kann der Rezipient auch noch auf sein Weltwissen zurückgreifen und es auf die Situation anwenden. Die **Kohäsion** bezieht sich auf die grammatischen Anknüpfungen in dem Text. Im Fokus stehen nicht nur die grammatische Kongruenz und Tempora u. a., sondern auch Wortwiederholungen und Umschreibungen und sogar die Intonation.⁴⁴

Die Intentionalität und Akzeptabilität hängen eng zusammen. Unter **Intentionalität** verstehen sich die kommunikativen Absichten des Textproduzenten. Es handelt sich um solche Absichten, die auch die Gestaltung des Textes beeinflussen. Dagegen betrifft die **Akzeptabilität** die Erwartungen des Textrezipienten, der voraussetzt, dass der Text kohärent und kohäsiv sein wird.⁴⁵ Er kann auch Humor, Informationen oder Entspannung erwarten und sollte spüren, dass auf ihn der Textproduzent Rücksicht nimmt.⁴⁶

Die **Informativität** bestimmt das Informationspotenzial des Textes, d.h. die Menge der in dem Text für den Rezipienten unbekanntem Informationen. Dieses hängt auch von den Vorkenntnissen des Rezipienten ab.⁴⁷

⁴⁰ Ernst 2011: 233-234

⁴¹ vgl. Ernst, 2011: 265 - 268

⁴² Schwarz-Friesel/Consten, 2014: 19-20

⁴³ Seminar KATN am 13.2.2018

⁴⁴ Ernst 2011: 266

⁴⁵ Ebd.

⁴⁶ Seminar KATN am 13.2.2018

⁴⁷ Seminar KATN am 13.2.2018

Die **Situationalität** bestimmt, ob der Text in der kommunikativen Situation passend (angemessen) ist. Faktoren, die einen Text für seine Kommunikationssituation angebracht machen, sind z. B. Ort und Zeit, Gesprächspartner, soziale Rollen oder Zwecke. Die Situationalität beeinflusst auch die Kohäsion und das Sprachverhalten, da man nach der Bedeutung und dem Gebrauch die Struktur des Textes bearbeiten muss.⁴⁸

„Die **Intertextualität** betrifft die Faktoren, die die Verwendung eines Textes, seine Produktion und Integration vom Wissen der Kommunikationsteilnehmer über einen oder mehrere vorher aufgenommene Texte abhängig machen.“⁴⁹ Man kann zwischen der expliziten Intertextualität (z. B. Zitierung in einem Artikel) und der impliziten Intertextualität (z. B. Vorkenntnisse der Rezipienten) unterscheiden.⁵⁰

2.2.2.2 Pragmatik der Stadtführungen

Drei Merkmale der Textualität, mit denen ein Stadtführer bei der Vorbereitung einer neuen Stadtführung häufiger arbeitet, obwohl möglicherweise unbewusst, sind Intentionalität, Informativität und Situationalität. Die Kohärenz und Kohäsion müssen natürlich auch immer eingehalten werden, damit sich der Hörer in dem Vortrag orientiert. Die Intertextualität spielt hier keine so große Rolle, da man fast nie zitiert, nur manchmal mit einigen Vorkenntnissen rechnet.

Spricht man über Intentionalität, gibt es ein paar Neuerungen, die man beobachtet. Die Hauptintention ist meistens bei einer Stadtführung den Besucher zu informieren. Er mag in der Stadt zum ersten Mal sein und will sich in möglichst kurzer Zeit einen möglichst großen Überblick verschaffen. Die Zeiten, in denen man nur informierte, sind aber langsam vorbei. Heute erwarten die Zuhörer mehr. Das heißt, dass sich die Intentionen des Stadtführers auch verändern. Er sollte daran denken, dass der Zuhörer dabei auch Spaß haben möchte – er sollte ihn also zum gewissen Maß amüsieren. Der Stadtführer sollte seine Rede so konzipieren, dass sich der Besucher bei dem Zuhören auch entspannen kann. Eine andere Intention kann darin bestehen, ganz neue, unbekannte Erlebnisse für die Besucher vorzubereiten.

Die Informativität hängt mit der Situationalität zusammen. Es kann in die Stadt eine Gruppe von Professoren einer Universität kommen oder eine Gruppe von Schülern; an

⁴⁸ Ernst 2011: 268

⁴⁹ Ebd.

⁵⁰ Seminar KATN am 13.2.2018

einem anderen Tag eine Gruppe von VIP Gästen (z. B. Journalisten) oder eine Gruppe von Männern, die in der Stadt einen Junggesellenabschied feiern und nur ein paar Hausbrauereien besuchen wollen. Jede der Gruppen hat verschiedene Vorkenntnisse und aus der Sicht der Pragmatik verschiedenes Weltwissen. Anders kann man die gemeinsamen Vorkenntnisse auch mit den Termini konzeptuelles Wissen oder common ground⁵¹ beschreiben. Die Folge des verschiedenen Weltwissens der Teilnehmer ist es, dass jede der Gruppen (natürlich auch jede der individuellen Personen) verschiedene Menge von den für sie neuen Informationen erhielt und jede Stadtführung einen anderen Grad an der Informativität aufweist. Die oben erwähnte Intentionalität spielt hier auch ihre Rolle: Der Stadtführer bietet der Gruppe in einigen Fällen voraussichtlich mehr oder weniger neue Informationen. Als Vergleich können die Adventsführungen dienen, bei denen eher Atmosphäre und Erlebnisse im Mittelpunkt stehen, und regelmäßige Stadtführungen, die an neue, zum ersten Mal gekommene Besucher gezielt sind.

Über die Situationalität wurde schon gesprochen. Die Situation wird von der Gruppe bestimmt, die vor dem Stadtführer steht. Es kann eine spezifische Gruppe sein und der Stadtführer muss an sie seine Rede (seine Sprache) anpassen. Die Situation beeinflusst also das Sprachverhalten.

Die Autorin präsentiert an dieser Stelle eine selbsterstellte Tabelle, die verschiedene Situationen zeigt, die durch gegenüberstehende Gruppen beeinflusst werden, und Faktoren, die den Unterschied bestimmen. Die folgende Tabelle geht von den Erfahrungen der Autorin aus.

Tab. 1: Gruppen bei Stadtführungen⁵²

Gruppe A	Gruppe B	Entscheidender Faktor
Tschechen	Ausländer	Ort (Herkunftsland)
Gruppe aus Pilsen	Gruppe aus einer anderen tschechischen Stadt	Ort (Wohnort)

⁵¹ vgl. Schwarz-Friesel/Consten, 2014: 54

⁵² Tab. 1: Gruppen bei Stadtführungen (eigene Darstellung; erstellt die Autorin der Bachelorarbeit)

Erwachsene und Senioren	Kinder und Jugendliche	Weltwissen und Lebenserfahrungen der Gesprächspartner
Journalisten	Junggesellenabschied	Soziale Rolle, Bedeutung der Rede
Regelmäßige Stadtführung	Adventsführung	Zweck, Zeit

Unterschiedliche Situationen können verschiedene Folgen haben. Bei einer tschechischen und einer ausländischen Gruppe ist der Unterschied an erster Stelle natürlich die Sprache; einer ausländischen Gruppe muss man aber häufiger mehr Begriffe oder Tatsachen erklären. Wenn man eine tschechische Gruppe führt, die nicht aus Pilsen ist, sollte man nicht nur Namen der Straßen und Gebäude nennen, sondern immer auch Beschreibung der Lage oder mehr Informationen über die Objekte hinzufügen. Eine Gruppe aus Pilsen verlangt in den meisten Fällen auch einen ganz anderen Typ der Führung. Was die Sprache selbst betrifft, muss man sie jeder spezifischen Gruppe im Hinblick auf den entscheidenden Faktor anpassen. Es ist notwendig, zu einer Gruppe von Senioren lauter und langsamer zu sprechen; zu einer Gruppe von Kindern dagegen mit deutlicher Intonation und auch gewisser Begeisterung. Eine Führung mit Journalisten ist sehr formal und für die Stadt wichtig, es ist schwieriger auch bei dem Antworten auf Fragen immer nur hochsprachlich zu sprechen und auf die Form der Rede aufzupassen; mit einer Gruppe von Männern, die in der Stadt den Junggesellenabschied feiern, ist die Führung freundlich bis informell. Im Mittelpunkt einer Adventsführung stehen vor allem die Atmosphäre, Entspannung und Erlebnisse: Im Gegensatz zu den regelmäßigen Führungen weist sie einen niedrigeren Grad an Informativität auf und auch sprachlich muss sie nicht immer so neutral sein.

2.2.3 Kultur in dem Übersetzungsprozess

Das Kapitel Kultur in dem Übersetzungsprozess stützt sich auf den Gedanken, dass unter der Übersetzung der *„Versuch, das Nicht-Vertraute in einer fremden Sprache nachzuvollziehen und möglichst unverfälscht in der eigenen kulturellen Sphäre heimisch*

zu machen [verstanden wird]“⁵³. Ähnlich kann die genannte Definition an die andere Richtung angepasst werden: als Versuch, das Vertraute in der eigenen Sprache gut nachzuvollziehen und möglichst unverfälscht in der fremden kulturellen Sphäre heimisch zu machen. Der Übersetzungsprozess sieht dann natürlich einigermaßen anders aus, aber die Übertragung des kulturellen Kerns bleibt auch in dem Fall. Heutzutage wird der kulturelle Einfluss auch bei dem Übersetzen der nicht-literarischen Texte, hauptsächlich der Fachtexte, immer mehr beachtet.⁵⁴

Bei dem Übersetzen geht es immer um Kulturarbeit und Kulturkontakt. Die Kultur stellt einen kommunikativen Zusammenhang dar, in dem der Text eingebettet ist. Größere Verschiedenheit der Zusammenhänge bringt eine größere Herausforderung für den Übersetzer.⁵⁵ Nach Koller und de Gruyter gibt es in solchen Situationen zwei Übersetzerhaltungen:

- a) „**Die Adaptierende Übersetzung** ersetzt AS-Textelemente, die spezifisch in der AS-Kultur verankert sind, durch entsprechende Elemente der ZS-Kultur.“⁵⁶ Die Übersetzung integriert den AS-Text in den ZS-Kontext und überführt ihn in die Welt der ZS-Leser⁵⁷ (z. B. Ersetzung der tschechischen Namen durch deutsche Namen).
- b) **Transferierende Übersetzung** – versucht kulturspezifische AS-Elemente in dem ZS-Text zu reproduzieren. Der kommunikative Kontext der ZS wird erweitert⁵⁸ (z. B. tschechische Namen in einem deutschen Text).

Ähnliche Bipolarität kann auch bei Levý beobachtet werden⁵⁹. Erst muss aber ein neuer Terminus erklärt werden und zwar Realien. Es ist ein Begriff, mit dem sich Hrdinová tiefer beschäftigt und den die Übersetzungswissenschaftler für einen wesentlichen Bestandteil der schwer-übersetzbaren äquivalentlosen Lexik halten.⁶⁰ „*Unter Realien verstehen sich traditionell Benennungen der mit einer bestimmten Kultur verbundenen Feste, Bräuche, Gegenstände, Institutionen usw.*“⁶¹ Sie sind Träger der Identität einer

⁵³ Jürgensen, 1990, zit. nach Koller, 1979: 59

⁵⁴ Hrdinová 2017: 13

⁵⁵ Koller 1992: 60

⁵⁶ Koller 1979: 60

⁵⁷ de Gruyter 1998: 211-212

⁵⁸ Koller 1979: 59-60

⁵⁹ vgl. Levý, 1983

⁶⁰ Hrdinová 2017: 14

⁶¹ vgl. Harviřáková, 2009, 60-77, zit. nach Hrdinová, 2017: 14; aus dem Tschechischen ins Deutsche übersetzte die Autorin der Bachelorarbeit

nationalen Kultur und haben oft kein Äquivalent in einer anderen Kultur.⁶² Bei der Übertragung der fremden Realien lassen sich zwei „Extreme“ beschreiben:

- a) **Aneignung** – Anpassung der Realien an die Realität der ZS-Kultur, oft auch im Sinne eines Funktionaläquivalents,
- b) **Verfremdung** – möglichst beste Einhaltung der fremden Realien.⁶³

Die Aneignung gleicht der adaptierenden Übersetzung, die Verfremdung der transferierenden Übersetzung.

Bei der Übertragung einer Kultur kann man auch Termini begegnen. Sie sind immer adäquat zu übersetzen und ihr terminologischer Charakter ist zu behalten. In den geisteswissenschaftlich orientierten Texten können die Termini weniger exakt und kürzer sein, sie weisen hingegen einen niedrigeren Grad der Expressivität und der modalen Neutralität auf.⁶⁴ Nach Vlachov/Florin sind Termini eher universal, Realien eher lokal.⁶⁵

Die Erfahrung der Autorin bestätigt, dass Kultur in dem Übersetzungsprozess eine wichtige Rolle spielt. Bei der Übersetzung einer Stadtführung geht es nicht nur um die richtigen grammatischen Konstruktionen, sondern auch um den fachspezifischen Wortschatz, den Inhalt und die mit ihm gebundene kulturelle Botschaft. Würde ein Stadtführer die fremde Kultur des Zuhörers ignorieren, könnte der Text zu oberflächlich oder zu wenig erklärend sein, bzw. im Gegenteil zu detailliert oder zu ausführlich; als ein Beispiel könnte Mikoláš Aleš als tschechischer Maler und eine mit Pilsen verbundene Persönlichkeit dienen – wo sind die Grenzen von „zu wenige Informationen für einen tschechischen Besucher“ und „zu viele Informationen für einen deutschen Besucher“? Da der Träger des Inhaltes und der Botschaft die Sprache ist und wir davon ausgehen, dass der Stadtführer eine andere Muttersprache hat, spiegelt sich die kulturelle Übertragung auch in dem Prozess des Übersetzens selbst wider.

2.2.4 Innovative Stadtführungen

Das Ziel des Kapitels ist es, Tendenzen in dem Stadtmarketing anzudeuten und seine Aufgaben zu beschreiben, Grundbedingungen der Qualität eines Standortes zu nennen und zuletzt festzustellen, was für Innovationen es in dem Städtetourismus gibt und

⁶² Tellingner, 2012: 95, zit. nach Hrdinová, 2017: 14

⁶³ Levý, 1983, zit. nach Hrdinová, 2017: 16

⁶⁴ Hrdinová 2017: 18

⁶⁵ Vlachov/Florin, 1980, zit. nach Hrdinová, 2017, 18-19

wie man ihnen in Pilsen folgt. Die Autorin schöpfte mehrmals Informationen aus dem Buch Städtetourismus von den Autoren Landgrebe und Schnell⁶⁶, weil sie es im Hinblick auf ihr Thema sehr nützlich fand und kann dieses Buch auch weiteren Interessenten an diesem Thema empfehlen.

2.2.4.1 Aufgaben des Stadtmarketing

„Das Marketing ist eine menschliche Tätigkeit, die darauf abzielt, durch Austauschprozesse Bedürfnisse und Wünsche zu befriedigen bzw. zu erfüllen.“⁶⁷ Das moderne Marketing stellt sich drei Hilfsfragen, die immer ganz am Anfang stehen: „Wer vermarktet was an wen?“⁶⁸ Im Mittelpunkt stehen also der Träger (wer?), die Produktbestimmung (was?) und die Zielgruppen (an wen?), die die Hauptfragen vertreten. Die Träger der Aufgaben des Stadtmarketing sind u.a. Verwaltung, Unternehmen, Tourismuswirtschaft oder Einwohner. Und was hat eine Stadt zu vermarkten? Das moderne Marketing unterscheidet zwischen den Kern- und Zusatzangeboten. Da die Kernangebote (Wohnen, Arbeit, Verkehr oder Bildung) in den Städten immer ähnlicher werden, orientiert sich das Marketing immer mehr an die Zusatzangebote (Kultur, Modernität, Gastfreundschaft, Spaß oder Atmosphäre).⁶⁹ „Gerade der Tourismus trägt viel zu diesen Zusatzleistungen des Produktes ‚Stadt‘ bei.“⁷⁰

Und welche Aufgaben hat in dem Stadtmarketing der Stadtführer? Er stärkt die Image der Stadt und der touristischen Region, unterstützt die Vernetzung touristischer Angebote, stellt die Denkmäler als besondere Merkmale der Region vor, und trägt zum Wachstum bei, weil sich der Gast wohl fühlt und wiederkommt.⁷¹

Es können drei Zielgruppen im Hinblick auf ihre Bindung an die Stadt unterschieden werden. **Touristen** sind die erste Gruppe. Sie kommen aus Freizeitgründen oder geschäftlichen Gründen und benötigen vielfältige Angebote, um ihren Aufenthalt angenehm zu empfinden (z. B. Kultur, Attraktionen usw.). Touristen sind das Hauptobjekt des sog. **Tourismus-Marketing**. **Residenten** brauchen zwar Arbeits- und Wohnmöglichkeiten, sie konsumieren aber auch Kultur, Sport oder Bildung. **Pendler** sind

⁶⁶ Landgrebe/Schnell 2005

⁶⁷ Geisbüsch 1991: 20

⁶⁸ Landgrebe/Schnell 2005: 44

⁶⁹ Landgrebe/Schnell 2005: 45

⁷⁰ Landgrebe/Schnell 2005: 45

⁷¹ Ratgeber Gästeführer. URL: <https://www.bvgd.org/wp-content/uploads/2014/12/RatgeberGF1.pdf>. [Stand: 25.2.2019].

die letzte Gruppe. Sie kommen entweder wegen Arbeit oder Einkaufen, wodurch sie auch den Umsatz der Stadt erhöhen. Weitere Akteure sind auch Vereine, Medien, Schulen oder Bürgerinitiativen.⁷²

Die Teilnehmer einer Stadtführung können nach dem Grund für Reisen in zwei Gruppen geteilt werden, und zwar in die Menschen, die sich für fremde Länder und Sehenswürdigkeiten interessieren, und in die Menschen, die sich erholen möchten und Spaß haben wollen.⁷³

2.2.4.2 Qualität des Standortes als Ansporn für Stadtführer

Für eine touristische Vermarktung ist es nötig, ein „*attraktives, auf die Anforderungen der Besucher zugeschnittenes Gesamtprodukt ‚Altstadt‘*“⁷⁴ zu schaffen. Allein eine schöne Stadt mit renovierten Gebäuden reichen nicht. Die verlangte Qualität betrifft nicht nur die Infrastruktur und touristische Dienstleistungen, sondern auch die Vorbereitung der touristischen Angebote. Eine wesentliche Rolle spielt für den Gast z. B. die Orientierung in der Stadt (touristische Info-Leitsysteme), Zugänglichkeit der Sehenswürdigkeiten, Atmosphäre und attraktive Angebote an Kultur, Gastronomie und Einzelhandel sowie eine möglichst zentrale Tourist-Information. Als ein gutes Beispiel kann das Bundesland Brandenburg in Deutschland dienen, das die oben genannten Kriterien in vier zentrale touristische Qualitätsbausteine für seine historischen Stadtkerne aufgeteilt hat: Orientierung / Wegweisung, Erlebbarkeit, Lebendigkeit und Service / Marketing.⁷⁵

Nach Landgrebe/Schnell ist „*zum Aufbau einer touristischen Produktlinie die kontinuierliche Durchführung gemeinsamer Marketingaktivitäten entscheidend*“.⁷⁶ Sie nennen drei Bereiche und konkrete Ideen, zu denen die Autorin eigene Beispiele aus der Stadt Pilsen angibt. Es sind folgende Bereiche:

a) Angebotsvernetzung/Inszenierung von Themen

- verbindende Themen (z. B. Radtouren mit Stadtführerin CykloRADKA, die sich auf die Radwanderwege spezialisiert)

⁷² Landgrebe/Schnell 2005: 46

⁷³ Rux 2007: 22

⁷⁴ Landgrebe/Schnell 2005: 118

⁷⁵ Landgrebe/Schnell 2005: 119

⁷⁶ Landgrebe/Schnell 2005: 120

- Orientierung an gemeinsame Zielgruppen (z. B. Führungen über Pilsner Sagen und Legenden für Familien mit Kindern)
- Vernetzung mehrerer Städte unter einem bestimmten Thema (z. B. Liberation Route Europe – neben Pilsen auch Antwerpen, Berlin, Ardennes, Gdansk, Städte in der Normandie u.a.)
- Jahresthemen (z. B. hundertjähriges Jubiläum der Entstehung der Ersten tschechoslowakischen Republik)

b) Einbindung in Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten Dritter

- Einbindung in Vertriebsaktivitäten Dritter (z. B. regelmäßiger Zug nach Regensburg im Sommer, Verstärkung des regionalen Verkehrs bei Veranstaltungen innerhalb der Stadt)

c) Professionalisierung eigener touristischer Kommunikations- und Vertriebsaktivitäten

- Ausrichtung der Vermarktungsinstrumente auf die touristischen Ziel- und Anspruchsgruppen (z. B. www.visitplzen.eu.; Gruppe von Freiwilligen in der Kultur Klub strážných andělů)⁷⁷

Die oben genannten Marketingaktivitäten tragen zum Aufbau einer touristischen Produktlinie bei.

2.2.4.3 Innovative Stadtführungen

Landgrebe/Schnell teilen die Leistungen einer Stadtführung in vier Kategorien: Grundnutzen, Erwartetes, Erwünschtes und Unerwartetes. Zum **Grundnutzen** bei einer Stadtführung gehören ein Rundgang mit einem Stadtführer und die wichtigsten Informationen. Das **Erwartete** ist das, was man schon mehrmals bei einer Stadtführung erlebt hat und womit man rechnet, wie z. B. Auskünfte über weitere Programmmöglichkeiten (Museen, Galerien, Restaurants usw.). Je mehr eine Person reist und erlebt, desto mehr erwartet sie. Das **Erwünschte** ist das, was man nicht erwartet, aber für angenehm hält, wie Änderung der Route auf Wunsch der Gruppe oder Informationsmaterial über die Stadt. Das **Unerwartete** im positiven Sinne ist eine angenehme Überraschung für den Gast wie z. B. Verkostung der regionalen Produkte.⁷⁸ „*Innovative Stadtrundgänge sind häufig noch etwas Unerwartetes.*“⁷⁹ Darüber hinaus

⁷⁷ Ebd.

⁷⁸ Landgrebe/Schnell 2005: 242

⁷⁹ Landgrebe/Schnell 2005: 243

sollten die Stadtführer danach streben, ihre Stadtführungen neu zu gestalten und etwas Neues zu bringen.

Die Themenvielfalt der Stadtführungen nimmt ständig zu, die Geschichte allein reicht nicht mehr. Die Themen der Stadtführungen können nach Landgrebe/Schnell⁸⁰ wie folgt geteilt werden (die Aufzählung ist wieder mit den eigenen Beispielen aus der Praxis der Autorin ergänzt):

a) Thematische Neuerungen

- Themen, die an besondere Örtlichkeiten gebunden sind (z. B. die historische Unterwelt, Führungen durch die normalerweise nicht zugänglichen Höfe „Plzeňské dvorky“)
- Themen, die an besondere Zeiten gebunden sind (z. B. Führungen am 28. Oktober zu dem Jubiläum der Entstehung der Ersten tschechoslowakischen Republik, Adventsführungen, Führungen bei Nacht über die Pilsner Sagen und Legenden)
- Themen mit besonderen Aktivitäten (z. B. interaktive Führungen von dem Konzept „Zažij Plzeň“ – „Erlebe Pilsen“)
- Themen aus der Sicht bestimmter sozialer Gruppen (z. B. die sog. Nachbarschaftsführungen, die von Amateurstadtführern aus verschiedenen Teilen und sozialen Gruppen der Stadt herkommen)
- Themen aus der Sicht bestimmter Fachgebiete (z. B. architektonische Stadtrundgänge)

b) Didaktische Neuerungen

- Führungen, die alle Sinne ansprechen (z. B. Adventsführungen mit einer kleinen Laterne und einer Kostprobe des traditionellen regionalen Weihnachtsgebäcks am Ende)
- Führungen für besondere Zielgruppen (z. B. Führung über die Sagen und Legenden der Stadt für Kinder, Führungen für die Taubstummen)
- Führungen mit besonderen Akteuren (z. B. mit einer Archivarin aus dem letzten Jahrhundert oder einem Mönch)

c) Technische Neuerungen

- Führungen mit Fortbewegungsmitteln (z. B. mit Beer Bike, Segway, währen der Fahrt in einer alten Straßenbahn)

⁸⁰ Landgrebe/Schnell 2005. 246-252

- Führungen mit Kommunikationstechnik (z. B. mit Audioguide – eine Audioführung)
- Führungen unter Einsatz anderer (neuen) Medien (z. B. mit Fotos und Texten)

Innovative Stadtführungen sind aktuell und verfolgen die Trends, sie bringen etwas Neues. Sie orientieren sich an den Gast und seine Wünsche sowie Bedürfnisse. Solche Stadtführungen sind kreativ, darüber hinaus muss auch der Stadtführer bei der Vorbereitung kreativ denken. Sie sind arbeitsaufwändig und stellen eine Herausforderung für die Stadtführer dar. Motivierte Stadtführer tragen dann mit ihren innovativen Stadtführungen zu der Qualität des Standortes bei.

2.2.5 Fazit

Ziel des theoretischen Teils war es, die eigene Übersetzungsarbeit mit einem theoretischen Hintergrund zu untermauern. Da es sich um eine Fachübersetzung handelt, ist es nötig, sich in dem betreffenden Bereich zu bewegen oder zumindest die Problematik zu verstehen, um den Wortschatz richtig zu begreifen. Für eine bessere Orientierung in der Übersetzungstheorie dienten die Kapitel Übersetzungstypen, Übersetzungsmethoden, Äquivalenz und Fachübersetzung, für eine Einführung in den Tourismus und einige spezifische Aspekte der Arbeit eines Stadtführers die Kapitel Übersetzen und Dolmetschen, Pragmatik, Kultur in dem Übersetzungsprozess und Innovative Stadtführungen. Die letzten Kapitel sind mit den persönlichen Erfahrungen der Autorin ergänzt und stellen damit den Übergang zu dem praktischen Teil der Arbeit. Alle erworbenen Kenntnisse sollten als eine ausreichende Grundlage für den praktischen Teil dienen.

Die Autorin der Bachelorarbeit hält vor allem die Termini wie Amplifikation, Verdichtung, Äquivalenz, Sprachverhalten oder Situationalität für nützlich. Bei dem Erstellen des Glossars wird sie sich an die in der Arbeit genannten und erklärten Prinzipien halten.

3 Praktischer Teil

Der praktische Teil der Arbeit setzt sich zum Ziel, ein nützliches Fachglossar aus dem Bereich Stadtführungen mit der Ausrichtung auf die Stadt Pilsen zu präsentieren. Um dem Leser die Stadt Pilsen vorzustellen, stellt die Autorin zuerst ein selbsterstelltes touristisches ABC vor.

Die Autorin wird verschiedene Methoden bei dem Übersetzen des Fachglossars anwenden. Dies ist als Erstes das Sammeln möglichst vieler Materialien (Bücher, Broschüren, Artikel) zu dem Thema, sowohl in tschechischer als auch in deutscher Sprache, wenn möglich. Da die Autorin selbst auf dem Gebiet schon eine längere Zeit tätig ist und sich dafür interessiert, verfügt sie bereits über eine größere Menge von relevanten Materialien. Nach dem Sammeln ist es nötig, relevante Termini und Kollokationen aufzusuchen. Dies erfolgt in beiden Sprachen, obwohl das jeweilige Glossar in der Richtung Tschechisch-Deutsch zusammengestellt wird. In dem Fall, dass ein Begriff keine direkte Übersetzung hat (keine Eins-zu-eins-Entsprechung), ist eine mehr oder weniger umfangreiche Recherche notwendig. Sie besteht darin, in einem Fachwörterbuch, einem Text oder sogar vielleicht in einer Reportage das richtige Äquivalent zu finden. Bei Eigennamen erwartet die Autorin die größten Schwierigkeiten, da es sich um Namen handelt, die es in der deutschen Sprache möglicherweise überhaupt nicht gibt. Der letzte, für eine Fachübersetzung wichtige Teil des Prozesses, ist eine Besprechung mit einem Fachmann. Die Autorin nahm Kontakt mit zwei Kolleginnen: mit einer aus der Tourismusmesse Holiday World in Prag und mit einer aus Pilsen, die als Stadtführerinnen tätig sind (siehe den Kommentar in dem Kap. 3.3). Die Kollegin aus Dresden ist eine Deutsche und spricht hervorragend Tschechisch. Die andere Kollegin lebt in Pilsen und ist mit einem Deutschen verheiratet.

3.1 Touristisches ABC der Stadt Pilsen

An dieser Stelle präsentiert die Autorin ein selbsterstelltes touristisches ABC. Es stellt Pilsen als eine Stadt vor, die nicht nur Kulturprogramm und Sehenswürdigkeiten anbietet, sondern auch gemütliche Cafés und Restaurants verbirgt und über bunte Sport- und Freizeitmöglichkeiten verfügt. Dank diesem ABC lernt der Leser zum gewissen Maß Pilsen kennen.

A wie Aleš, Mikoláš: Mikoláš Aleš war ein böhmischer Maler und Illustrator und gehörte zu den größten Persönlichkeiten der Generation des Prager Nationaltheaters und des 19. Jahrhunderts. In Pilsen wurde er durch seine Sgraffiti berühmt. Dank seiner Freundschaft mit dem Pilsner Baumeister Rudolf Štech hatte Aleš die Möglichkeit, Fassadenverzierungen für Häuser in Pilsen zu entwerfen. Bis zum heutigen Tag sind 22 seiner Werke an 15 Fassaden erhalten geblieben.⁸¹ Es handelt sich um einzigartige Verzierungen, die den historischen Bauten ihr charakteristisches Aussehen verleihen.

B wie St.-Bartholomäus-Kathedrale: Die Dominante der Stadt ragt in der Mitte eines der größten Plätze Europas empor. Der Turm von einer Höhe von 103 Metern zeigt jedem Ankommenden, wo sich der historische Stadtkern befindet.⁸² Die historische Kathedrale beherbergt die sog. Pilsner Madonna, ein Meisterwerk aus dem 14. Jahrhundert.

B steht auch für das **Brauereimuseum**, das die Geschichte des Brauwesens in Pilsen erzählt und in Bezug auf das Spektrum der Exponate fast keine Konkurrenz in der Welt habe.⁸³

C wie CrossCafe: Cross Café ist eine tschechische Café-Kette, die aus Pilsen herkommt. Die Franchise hat bereits 25 Filialen in neun tschechischen Städten, 8 von ihnen in Pilsen.⁸⁴ Den Besucher erwartet hier frischer Kaffee, verschiedenste Kuchen, belegte Brötchen und Sandwiche sowie saisonale Köstlichkeiten.

D wie DEPO2015: Die sog. kreative Zone DEPO2015 ist ein Raum, wo sich Kultur mit Business treffen. Das Hauptziel des Projektes, das als ein nachhaltiger Bestandteil der Kulturhauptstadt Europas 2015 entstanden ist, ist die Unterstützung der sog. kreativen Industrie. In dem ehemaligen Depot des öffentlichen Verkehrs der Stadt Pilsen findet der Besucher eine offene Werkstatt, einen geteilten Arbeitsraum – Coworking, interaktive Ausstellungen, ein Café, Mietbüros sowie Räume für Künstler und Konzerte. DEPO2015 veranstaltet das bayerisch-böhmische Festival Treffpunkt, das Lichtfestival BLIK BLIK, das Straßen-Food-Festival Street Food Market und weitere.⁸⁵

⁸¹ ČR: *Sgraffita v Plzni – Mikoláš Aleš*. URL: <http://www.infoglobe.cz/cestovatelsky-pruvodce/cr-sgraffita-v-plzni-mikolas-ales/>. [Stand: 24.4.2019]

⁸² *Katedrála sv. Bartoloměje*. URL: <https://www.bip.cz/cs/katedrala-sv-bartolomeje>. [Stand 16.3.2019].

⁸³ *Prožijte příběh piva od starověku do současnosti*. URL: <http://www.prazdrojvisit.cz/prohlidky/prohlidka-pivovarskeho-muzea/>. [Stand: 24.4.2019]

⁸⁴ *O nás*. URL: <https://www.crosscafe.cz/o-nas/>. [Stand 16.3.2019].

⁸⁵ *O nás*. URL: <https://www.depo2015.cz/o-nas-a12>. [Stand: 7.3.2019].

E wie Engelchen: Den Pilsner Glücksbringer kann jeder berühren, der an der östlichen Seite der Kathedrale vorbeigeht. Nach einer Legende bringt der abgegriffene Kopf des jeweiligen Engels das Glück jedem, der ihn anfasst und sich etwas wünscht.

F wie FC Viktoria Plzeň: Der im Jahre 1911 entstandene Fußballclub gehört zu den ältesten in der Tschechischen Republik. Eines der besten Jahre war für FC Viktoria Plzeň das Jubiläumsjahr 2011, in dem die Mannschaft zum ersten Mal einen Triumph in dem höchsten einheimischen Fußballwettkampf gewann. Seitdem erreichten die Pilsner diesen Titel noch viermal, sie stiegen dreimal in die Fußballiga UEFA Champions League auf und nahmen viermal an der European Super League teil. Es sind auch Pilsner Persönlichkeiten aus dem Fußball zu erwähnen, wie zum Beispiel der Träger des Goldenen Balls (des Preises für den besten Fußballspieler der Welt) aus dem Jahre 2003 Pavel Nedvěd oder einer der besten Torwarte der Welt Petr Čech. Seit dem Jahre 2011 spielt die Pilsner Mannschaft in dem renovierten Stadion Doosan Arena, das seitdem noch erweitert wurde und dessen Kapazität heute fast 12 000 Zuschauer ist.⁸⁶

G wie Große Synagoge: Die zweitgrößte Synagoge Europas und eine der größten Synagogen der Welt lädt mit ihrer außergewöhnlichen Architektur und einzigartigen Akustik zum Besuch. Die in den 90er Jahren rekonstruierte Synagoge dient heute als eine Veranstaltungsstätte, es können hier regelmäßige Konzerte und Ausstellungen besucht werden.

H wie HC Škoda Plzeň: In der Home Monitoring Aréna treffen sich regelmäßig die Fans, um die Pilsner Eishockeymannschaft HC Škoda Plzeň mit eigenen Augen zu sehen. Der im Jahre 1929 gegründete Eishockeyclub erfreut sich großer Beliebtheit und hat auch seit 1993 etliche Erfolge in der tschechischen Extraliga erlebt.⁸⁷

I wie ITEP: Die Tourismusmesse der Pilsner Region ITEP findet jedes Jahr im September in Pilsen statt. Unter den Ausstellern findet man nicht nur Vertreter aus der Region und aus der Tschechischen Republik, sondern auch aus Deutschland, aus der Slowakei, aus Italien oder Kroatien sowie aus China.

⁸⁶ *Historie*. URL: <https://www.fcviktoria.cz/zobraz.asp?t=historie> [Stand: 7.3.2019].

⁸⁷ *Historie klubu ve zkratce*. URL: <https://www.hcskoda.cz/zobraz.asp?t=historie-klubu>. [Stand: 16.3.2019].

J wie Josef-Kajetán-Tyl-Theater: Das Josef-Kajetán-Tyl-Theater ist ein wichtiges Kulturzentrum der ganzen Region. Es hat drei Szenen: Großes Theater, Neues Theater und Kleine Szene (sie befindet sich in dem Neuen Theater). Das Große Theater gehört zu den bedeutenden Baudenkmälern der Stadt, es wurde im Jahre 1902 mit Smetanas Libuše feierlich eröffnet. Josef-Kajetán-Tyl-Theater hat eigene Ensembles für Schauspiel, Oper, Ballett und Musical, jährlich führt es ca. 20 Premieren auf.

K wie Kulturhauptstadt Europas 2015: Den Titel Kulturhauptstadt Europas erwerben jedes Jahr zwei Städte. Pilsen gewann ihn im Jahre 2010 für das Jahr 2015; während der fünfjährigen Vorbereitung wurde für die Kulturhauptstadt das Neue Theater erbaut und DEPO2015 in eine kreative Kulturanlage umgewandelt. Während des Jahres kamen bedeutende Persönlichkeiten aus der Kultursphäre sowie Politiker aus der ganzen Welt in die Stadt. Großartige Veranstaltungen wie die feierliche Eröffnung des Jahres oder die Aufführung der Riesenmarionetten fanden damals statt. Es wurden neue Kontakte der Stadt aufgenommen und die alten in verschiedenen Projekten gefestigt. Auch Menschen auf der anderen Seite der Welt stellten fest, dass es „ein Pilsen“ gibt und – wie man an den Besucherzahlen bis heute beobachten kann – hat es der Stadt gutgetan.

L wie Loos, Adolf: Der tschechische Architekt Adolf Loos war einer der bedeutendsten Architekten der modernen Architektur und der Vorkriegszeit, wie z. B. Ludwig Mies van der Rohe. Dieser Architekt und Designer ist weltberühmt, und in der Welt bis zum heutigen Tag anerkannt. In Pilsen gibt es zurzeit drei zugängliche Wohnungen, die Adolf Loos für jüdische Familien entworfen hatte.

M wie Marktplatz: Der gotische Platz „Platz der Republik“ ist einer der größten Plätze Europas. Er überrascht mit seiner geräumigen Fläche, die bei größeren Veranstaltungen fast bis zum letzten Meter ausgenutzt wird – ob es bei dem Pilsner Fest, Gambrinustag oder Adventsmarkt der Fall ist. Der Besucher findet hier schöne Häuser wie z. B. das Haus Zum roten Herzen, einzigartige Museen wie das Marionettenmuseum sowie die Tourist-Information Pilsen.

N wie NTIS: NTIS (die Abkürzung steht für Neue Technologien für die Informationsgesellschaft) ist ein modernes Forschungszentrum an der Fakultät für angewandte Wissenschaften der Westböhmisches Universität Pilsen. Die Tätigkeit des Zentrums richtet sich auf die Entwicklung der kybernetischen und mechanischen Systeme,

Informations- und Bio-Ingenieur-Technologien.⁸⁸ Die Wissenschaftler von NTIS und ihre Projekte wurden in den letzten Jahren auch in dem Ausland anerkannt. Ein Beispiel für alle sind acht Medaillen aus Boston für eine Gruppe von Wissenschaftlern, die dank neuen Methoden feststellen können, ob in dem Blut Karzinomzellen sind und aus welchem Organ sie stammen.⁸⁹

O wie O-Bus: Die O-Busse (Oberleitungsbusse) kann man in Pilsen seit dem Jahre 1941 treffen, sie werden hier zusammen mit den Straßenbahnen hergestellt. Der O-Bus-Verkehr in Pilsen hat die längste Tradition von allen tschechischen Städten.⁹⁰ **O** steht auch für das Einkaufszentrum **OC Olympia Plzeň**, welches das größte Einkaufszentrum der Region ist, und **Ostende** – einen beliebten Sandstrand an dem Ufer des größten Pilsner Teichs Bolevecký rybník.

P wie Pilsner Urquell: Seit dem Jahre 1842 stellt die Pilsner-Urquell-Brauerei das weltberühmte Lagerbier her, das heute in über 50 Länder exportiert wird.⁹¹ Es ist möglich, die Brauerei mit einer Führung zu besichtigen und den Entstehungsort der Legende einzusehen. **P** steht auch für **Patton Memorial Pilsen**. George Smith Patton war ein General der US-Armee in dem zweiten Weltkrieg. Seine Truppen befreiten am Morgen dem 6. Mai 1945 die Stadt Pilsen. Diesen Ereignissen und seiner Persönlichkeit ist das Museum Patton Memorial Pilsen gewidmet.

R wie Regensburg: Seit dem Jahre 1993 ist Regensburg eine wichtige Partnerstadt Pilsens, mit der eine intensive Zusammenarbeit in der Kultur sowie in dem Schulwesen und Schüleraustausch verläuft. Jedes Jahr fahren Ausflügler aus Pilsen nach Regensburg und Besucher aus Regensburg nach Pilsen, um die Kultur der Nachbarn näher kennenzulernen. **R** steht auch für **Radyně**, eine alte Burgruine unweit der Stadt. Radyně ist ein beliebtes Ausflugsziel der Pilsner.

⁸⁸ NTIS – *Nové technologie pro informační společnost*. URL: <https://ntis.zcu.cz/cz/index.html>. [Stand: 14.3.2019].

⁸⁹ NĚMCOVÁ, Barbora (2015). *Vědci z Plzně umí lokalizovat rakovinu, za výzkum získali osm medailí*. URL: https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/medaile-vyzkum-rakovina-univerzita-ntis-zcu.A151013_123611_plzen-prilohy_pp. [Stand: 14.3.2019].

⁹⁰ *Dvojité výročí trolejbusů v Plzni*. URL: <http://www.cs-dopravak.cz/zpravy/2016/4/9/dvojit-vro-trolejbus-v-plzni>. [Stand 16.3.2019].

⁹¹ *Nejpopulárnější české pivo je podle novinářů Pilsner Urquell*. URL: <https://www.prazdroj.cz/1495-nejpopul-rn-j-esk-pivo-je-podle-novin-pilsner-urquell>. [Stand 16.3.2019].

S wie Spejbl und Hurvíněk: Große Ohren, runde Nasen und komische Holzschuhe – so sehen Marionetten Spejbl und Hurvíněk aus, die in den 20er Jahren in Pilsen „geboren“ sind. Bis heute mögen nicht nur Kinder die oft kürzeren Dialoge, in denen Hurvíněk seinen Vater Spejbl mit vielen Fragen ins Wanken bringt. Mit einem **S** beginnt auch der Nachname des mit Spejbl und Hurvíněk verbundenen Marionettenspielers, der in Pilsen das erste professionelle tschechoslowakische Marionettentheater gründete – **Josef Skupa**. Der führende tschechische Komponist **Bedřich Smetana** ist mit Pilsen auch verbunden, seitdem er in der Stadt drei Jahre das Gymnasium besuchte. In Pilsen komponierte er sogar einige Musikstücke. Das Festival der klassischen Musik **Smetana-Tage** trägt heute seinen Namen.

Š wie Škoda: Aus der ursprünglichen Wallenstein-Maschinenfabrik ist 1869 das Škoda-Werk entstanden. Der neue Inhaber Emil Škoda erweiterte das Unternehmen und bald exportierte die Firma modernes Stahlwerk und Schmiedestücke von der höchsten Qualität auch ins Ausland. Während des zweiten Weltkrieges spielte die Fabrik eine wesentliche Rolle in der Waffenerzeugung und war dadurch ein Ziel der Luftangriffe. Heute erzeugt das Unternehmen Škoda Transportation eine umfassende Palette von Schienenfahrzeugen.⁹²

T wie thematische Stadtführungen: Wer eine Abwechslung sucht, kann an einer kostümierten Stadtführung mit einer Archivarin teilnehmen oder die Pilsner Sagen und Legenden mit einem Mönch erforschen. An dem Unabhängigkeitstag am 28. Oktober tragen die Pilsner Stadtführerinnen Kleidung aus den 30er Jahren; bei Adventsführungen verkosten die Teilnehmer Glühwein und böhmisches Weihnachtsgebäck. Ein **T** steht weiter auch für das Wissenschaftszentrum **Techmania Science Center**, das in der Kooperation mit der Westböhmischen Universität Pilsen auf dem Boden der ursprünglichen Škoda-Werke entstanden ist.

U wie Untergrund: Unter dem historischen Kern versteckt, befindet sich der historische Untergrund. Mit einer Länge von ca. 13 km gehören die Keller zu den größten

⁹² *Geschichte*. URL: <https://www.skoda.cz/de/geschichte/>. [Stand 15.3.2019].

historischen unterirdischen Systemen Europas. Von der Gesamtlänge können 800 m der Kelleranlagen mit einer Führung besichtigt werden.⁹³

V wie Valcha: In dem Stadtteil Plzeň-Valcha entsteht zurzeit ein Wohngebiet Nová Valcha. Moderne Wohnungen und Familienhäuser sind geeignet für jeden, der in einem ruhigeren Gebiet wohnen möchte, aber innerhalb der Stadt bleiben will. Nová Valcha ist ein gutes Beispiel für den Bauboom in Pilsen. In der Umgebung sind Rad- und Wanderwege sowie das Sportareal Škodaland zu finden.

W wie Westböhmisches Museum: Ein wichtiges Museumsinstitut Westböhmens lädt zu Ausstellungen aller Art ein. Ob eine städtische Rüstkammer, ethnographische Sammlungen des Volkskundemuseums oder temporäre Ausstellungen aus den Gebieten Biologie, Geschichte und Kunst, jeder findet hier etwas für sich. Ein **W** steht auch für die **Westböhmisches Galerie** und die im Jahre 1991 gegründete **Westböhmisches Universität** mit neun Fakultäten.

X wie x-mal gutes böhmisches Essen: Manche sagen, zu dem Pilsner Bier gehöre die gute böhmische Küche. Und in Pilsen kann man auch eine gute Auswahl treffen. Ob in der ältesten Bierstube Pilsens U Salzmannů (Zum Salzmann), in dem Restaurant U Pětatřicátníků (einem Restaurant aus der Restaurantkette, die dem braven Soldaten Schwejk gewidmet ist) oder in der Gaststätte U Mansfelda (Zum Mansfeld); auf Schritt und Tritt kann man den typischen Lendenbraten mit Semmelknödel und Rahmsauce oder Schweinebraten mit Knödel und Sauerkraut verkosten.

Y wie... Brunnen! Als der Buchstabe Ypsilon sieht einer der drei vergoldeten Brunnen auf dem Platz der Republik aus. Er symbolisiert einen Engel. Die anderen zwei Brunnen symbolisieren ein Kamel und eine Windhündin – alle drei sind in dem Stadtwappen Pilsens. Die 2010 errichteten Brunnen verzieren auf eine moderne Weise den historischen Platz.

Z wie Zoologischer und botanischer Garten: Der Zoologische und botanische Garten Pilsen beherbergt als der einzige in Tschechien sowohl den Tiergarten als auch den

⁹³ *Trasa prohlídky*. URL: <https://www.plzenskepodzemi.cz/cz/trasa-prohlidky/>. [Stand 16.3.2019].

botanischen Garten. Der Tiergarten ist stolz darauf, mehrere Giraffen, Berberlöwen, Humboldt-Pinguine und sogar einen Panzernashorn zu besitzen.

Nachdem die wichtigsten Sehenswürdigkeiten, berühmte Persönlichkeiten und besondere Ereignisse Pilsens auf eine spielerische Weise vorgestellt worden sind, wird zu dem Glossar übergegangen.

3.2 Glossar

Den wichtigsten Beitrag der Bachelorarbeit sollte ein kommentiertes Fachglossar darstellen. Für den praktischen Teil der Arbeit erstellte die Autorin das Glossar mit den folgenden Teilen: Grundbegriffe zum Tourismus (Kap. 3.2.1), Besucherziele (Kap. 3.2.2), Baukunst, Bauwerke und Baustile (Kap. 3.2.3) und zuletzt Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen (Kap. 3.2.4).

Das Glossar sammelt Termini und Kollokationen aus dem Bereich Städtetourismus. Der Schwerpunkt für die Erstellung war die Stadt Pilsen, d. h. Begriffe, die einem Stadtführer in Pilsen und der Pilsner Region zum Nutzen sein könnten. Es handelt sich größtenteils um Nomen und Verben, da aus der Erfahrung der Autorin nicht so eine große Menge von Adjektiven bei Stadtführungen vorkommt und die Verben und Substantive zu dem Grundwortschatz gehören. In dem deutschen Teil des Glossars sind solche Übersetzungen zu finden, die relevant für einen Stadtführer sind.

Die Autorin diskutierte durchgehend die Liste der Wörter und Kollokationen sowie die Übersetzung der Termini mit einer Stadtführerin aus Pilsen und mit einer deutschen Muttersprachlerin aus Deutschland, die in Dresden als Stadtführerin tätig ist. Die Entwürfe und Bemerkungen der beiden Stadtführerinnen sind in dem Kommentar (Kap. 3.3) zu finden.

In den meisten Fällen ist das erforderte Sprachniveau eines Fremdenführers B2, wie z. B. in Prag⁹⁴. Dieser Tatsache ist das Glossar teilweise angepasst. Nur die starken Verben werden mit der Konjugation angeführt – die Vergangenheitsformen sind für bessere Übersichtlichkeit in ganzen Wörtern geschrieben; das Hilfsverb wird bei dem

⁹⁴ *Průkaz Průvodce Prahou – informace*. URL: <https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/kurzy-pro-pruvodce/varianty-kurzu>. [Stand 25.3.2019].

Perfekt nur in dem Fall angeführt, in dem es sich um „sein“ handelt (Abkürzung *i.*) oder wenn beide Varianten möglich sind (*h./i.*).

Die Autorin gibt die Pluralform nur bei Unregelmäßigkeiten an. Der Grund dafür ist keine existierende Pluralform bei den Sehenswürdigkeiten, geografischen Namen und Bezeichnungen der Gaststätten sowie das vorausgesetzte Sprachniveau B2. In einigen Fällen wird der Begriff in dem gegebenen Kontext nur in der Pluralform verwendet – in solch einem Fall steht hinter dem Wort die Abkürzung *Pl.* Einige dieser Ausnahmen werden in dem Kommentar weiter erläutert. Der Artikel ist bei allen Substantiven in den Teilen Grundbegriffe zum Tourismus und Baukunst, Bauwerke und Baustile angegeben.

In dem Teil Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen werden wegen Übersichtlichkeit und dem Sprachniveau B2 wiederum keine Artikel angeführt. Dieser Teil bringt einige bei den Stadtführungen frequentierte Wendungen und Beispiele für solche Wendungen, die ein Gästeführer bei dem Sprechen bilden muss. Es handelt sich um eine Übersicht der Wendungen, die man an verschiedene Situationen anpassen kann. Die Liste wurde aufgrund Erfahrungen der Autorin und der zwei anderen Gästeführerinnen zusammengestellt und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

Die Vorlage für die Strukturierung des Glossars waren die Fachwörterbücher „Handy-Wörterbuch Technik Deutsch-Tschechisch, Tschechisch-Deutsch“⁹⁵ und „Deutsch-tschechisches/tschechisch-deutsches Wörterbuch für die technische Praxis“⁹⁶. Die Autorin findet sie nützlich und praktisch gestaltet.

3.2.1 Grundbegriffe zum Tourismus

<p>akce [kulturní apod.]</p> <ul style="list-style-type: none"> • akce cestovního ruchu • akce – kulturní • akce – sportovní 	<p>Veranstaltung, die</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reiseveranstaltung, die • Kulturveranstaltung, die • Sportveranstaltung, die
<p>brožura</p> <ul style="list-style-type: none"> • obrázková 	<p>Broschüre, die</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bildbroschüre, die

⁹⁵ Pfrogner, 2000

⁹⁶ Lapka, 1995

<p>centrum</p> <ul style="list-style-type: none"> • historické [historické centrum města] • města • turistické informační (siehe Kommentar) 	<p>Zentrum, das</p> <ul style="list-style-type: none"> • Altstadt, die / historischer Stadtkern / historisches Stadtzentrum • Stadtzentrum, das / Innenstadt, die / Stadtkern, der • Stadtinformation, die / Tourist-Information, die / I-Punkt⁹⁷, der [ugs.]
<p>cestovat</p>	<p>reisen; <i>i.</i></p>
<p>cestovní</p> <ul style="list-style-type: none"> • agentura (siehe Kommentar) • kancelář • ruch 	<p>Reise-</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reiseagentur, die [der Betreiber einer Reiseagentur ist ein Unternehmer, der nur einzelne Dienstleistungen des Reiseverkehrs oder Pauschalreisen eines Reisebüros anbieten und verkaufen darf⁹⁸] • Reisebüro, das / Reiseanbieter, der / Reisevermittler, der / Reiseagentur, die • Fremdenverkehr, der / Tourismus, der
<p>cíl</p> <ul style="list-style-type: none"> • turistický 	<p>Ziel, das</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausflugsziel, das / Besucherziele, <i>Pl.</i>
<p>čas</p> <ul style="list-style-type: none"> • příjezdu • odjezdu 	<p>Zeit, die</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ankunftszeit, die • Abfahrtszeit, die

⁹⁷ E-Mail-Kommunikation mit Frau Zdena Stark am 4.4.2019

⁹⁸ ČÁST PRVNÍ. ÚPRAVA NĚKTERÝCH PODMÍNEK PODNIKÁNÍ V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU. URL: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-159>. [Stand: 25.3.2019].

dědictví <ul style="list-style-type: none"> • kulturní • jednotlivé kulturní [“jednotka” kulturního dědictví] • světové 	Erbe, das <ul style="list-style-type: none"> • Kulturerbe, das • Kulturgut, das • Weltkulturerbe, das
divadlo <ul style="list-style-type: none"> • činoherní • loutkové 	Theater, das <ul style="list-style-type: none"> • Schauspielhaus, das • Marionettentheater, das / Puppentheater, das
doba <ul style="list-style-type: none"> • otevírací 	Zeit, die / Dauer, die <ul style="list-style-type: none"> • Öffnungszeiten, <i>Pl.</i>
dozvědět se	erfahren; erfuhr, erfahren (+Akk.)
galerie	Galerie, die
historie <ul style="list-style-type: none"> • města 	Geschichte, die <ul style="list-style-type: none"> • Stadtgeschichte, die
hotel	Hotel, das
jízda <ul style="list-style-type: none"> • okružní 	Fahrt, die <ul style="list-style-type: none"> • Rundfahrt, die / Stadtrundfahrt, die
leták <ul style="list-style-type: none"> • skládaný 	Flugblatt, das / Flyer, der <ul style="list-style-type: none"> • Faltblatt, das
mapa	Karte, die / Landkarte, die
město <ul style="list-style-type: none"> • partnerské 	Stadt, die <ul style="list-style-type: none"> • Partnerstadt, die
místo <ul style="list-style-type: none"> • setkání [průvodce se skupinou] 	Platz, der / Ort, der / Stelle, die <ul style="list-style-type: none"> • Treffpunkt, der / Ausgangspunkt, der
muzeum	Museum, das
nádraží <ul style="list-style-type: none"> • autobusové • vlakové 	Bahnhof, der <ul style="list-style-type: none"> • Busbahnhof, der / Busterminal, der/das • Bahnhof, der
nacházet se	sich befinden; befand, befunden
nákupní třída	Einkaufsstraße, die

náměstí <ul style="list-style-type: none"> • tržní [takové, na kterém se konaly nebo konají trhy] 	Platz, der <ul style="list-style-type: none"> • Marktplatz, der
návštěvník	Besucher, der
návštěvnost	Besucherszahl, die
obchod <ul style="list-style-type: none"> • se suvenýry • zahraniční 	Handel, der / Geschäft, das / Laden, der <ul style="list-style-type: none"> • Souvenirladen, der • Außenhandel, der
obrazárna	Gemäldegalerie, die
odjezd	Abfahrt, die / Abreise, die
ochrana <ul style="list-style-type: none"> • památek 	Schutz, der <ul style="list-style-type: none"> • Denkmalschutz, der
okruh <ul style="list-style-type: none"> • parkový / sadový • prohlídkový 	Kreis, der / Ring, der <ul style="list-style-type: none"> • Grüngürtel, der [Parkanlagen um den historischen Stadtkern] • Führung, die [z. B. Führung Nr. 1, Führung Nr. 2 / Führung durch die Wohnungen der Familien Kraus und Vogl, Führung durch das Haus Brummel]
otevřený [památko apod.] <ul style="list-style-type: none"> • být otevřený 	geöffnet <ul style="list-style-type: none"> • geöffnet haben / sein; war, i. gewesen
otevřít [nové muzeum apod.]	eröffnen (+Akk.)
památko [pamětihodnost] <ul style="list-style-type: none"> • církevní • kulturní • stavební 	Sehenswürdigkeit, die / Denkmal, das <ul style="list-style-type: none"> • Sakralbau, der • Kulturdenkmal, das • Baudenkmal, das
památkový <ul style="list-style-type: none"> • péče 	Denkmal- <ul style="list-style-type: none"> • Denkmalpflege, die
památník	Denkmal, das / Mahnmal, das / Gedenkstätte, das / Ehrenmal, das

parkoviště • pro autobusy	Parkplatz, der • Busparkplatz, der
penzion	Pension, die
pivnice	Bierstube, die
pivovar • malý	Brauerei, die • Hausbrauerei, die
plán [mapa] • města	Plan, der • Stadtplan, der (siehe Anlagen 1 und 2)
pomník	Denkmal, das / Mahmal, das / Gedenkstätte, die
pořadatel / organizátor • zájezdu	Veranstalter, der / Organisator, der • Reiseveranstalter, der ⁹⁹
poškozený [kostel apod.]	beschädigt
potvrzení • objednávky	Bestätigung, die / Bescheinigung, die • Buchungsbestätigung, die
program • kulturní • vzdělávací	Programm, das • Kulturprogramm, das • Bildungsprogramm, das
prohlédnout si	ansehen; sah an, angesehen (+Akk)
prohlídka [konkrétní památky] • kostýmovaná [prohlídka s průvodcem, který má kostým nebo dobové oblečení] • města	Besichtigung, die / Führung, die / Rundgang, der • Kostümführung, die (siehe Anlage 5) • Stadtführung, die / Stadtrundgang, der
prostor • výstavní prostory	Raum, der / Platz, der / Nische, die • Ausstellungsraum, der

⁹⁹ Was ist der Unterschied: Reiseveranstalter und Reisebüro? URL: <https://www.sueddeutsche.de/news/leben/tourismus-was-ist-der-unterschied-reiseveranstalter-und-reisebuero-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-160622-99-409817>. [Stand: 25.3.2019].

průmysl <ul style="list-style-type: none"> • cestovního ruchu 	Industrie, die <ul style="list-style-type: none"> • Tourismusindustrie, die / Tourismusbranche, die
průvodce (siehe Kommentar) <ul style="list-style-type: none"> • místní¹⁰⁰ • ve městech • zájezdu¹⁰¹ • kniha 	Reiseführer, der / Reiseleiter, der <ul style="list-style-type: none"> • Gästeführer, der / Fremdenführer, der^{102,103} • Stadtführer, der • Reiseleiter, der¹⁰⁴ • Reiseführer, der
předmět <ul style="list-style-type: none"> • upomínkový 	Gegenstand, der / Ding, das / Sache, die <ul style="list-style-type: none"> • Reiseandenken, das
přesunout se	weitergehen; ging weiter, i. weitergegangen
příjezd	Ankunft, die / Anreise, die
přístupný	zugänglich
restaurace	Restaurant, das / Gaststätte, die
rozprostírat se	sich erstrecken
sál <ul style="list-style-type: none"> • koncertní 	Saal, der <ul style="list-style-type: none"> • Konzertsaal, der
sbírka <ul style="list-style-type: none"> • muzejní 	Sammlung, die <ul style="list-style-type: none"> • Museumssammlung, die
sezóna <ul style="list-style-type: none"> • hlavní • vedlejší • mezisezóna 	Saison, die <ul style="list-style-type: none"> • Hochsaison, die / Hauptsaison, die / Hauptreisezeit, die • Nebensaison, die • Zwischensaison, die
skrývat [muzeum, výstavu apod.]	beherbergen (+Akk.)

¹⁰⁰ Rux 2015: 19

¹⁰¹ Ebd.

¹⁰² *Ratgeber Gästeführer*. URL: <https://www.bvgd.org/wp-content/uploads/2014/12/RatgeberGF1.pdf>. [Stand: 15.3.2019].

¹⁰³ Rux 2015: 19

¹⁰⁴ Ebd.

sleva <ul style="list-style-type: none">• ze vstupného	Ermäßigung, die / Nachlass, der / Rabatt, der <ul style="list-style-type: none">• Preisermäßigung, die
služba <ul style="list-style-type: none">• průvodcovské služby	Dienstleistung, die <ul style="list-style-type: none">• Reisebetreuung, die
směnárna	Wechselstube, die
starosta [města]	Bürgermeister, der
suvenýr	Souvenir, das
toaleta <ul style="list-style-type: none">• veřejná	Toilette, die <ul style="list-style-type: none">• öffentliche Toilette, die
trasa <ul style="list-style-type: none">• trasa prohlídky [popis prohlídky jako celku]• trasa prohlídky [popis bodů prohlídky v informačním materiálu]	Route, die / Strecke, die / Trasse, die <ul style="list-style-type: none">• Route der Stadtführung, die• Wegbeschreibung, die / Stationen der Führung, <i>Pl.</i>
turismus	Tourismus, der
turista	Tourist, der
ubytování	Unterkunft, die
účastník <ul style="list-style-type: none">• zájezdu	Teilnehmer, der <ul style="list-style-type: none">• Reiseteilnehmer, der
uskutečnit se	stattfinden; fand statt, stattgefunden
veletrh <ul style="list-style-type: none">• cestovního ruchu	Messe, die <ul style="list-style-type: none">• Tourismusmesse, die / Reismesse¹⁰⁵, die
visačka, jmenovka	Namensschild, der
vlaječka [pro průvodce]	Fähnchen, das
vstupné	Eintrittspreis, der
výstava	Ausstellung, die
výstavní prostory	Ausstellungsräume, <i>Pl.</i>
zahrada <ul style="list-style-type: none">• pivní	Garten, der <ul style="list-style-type: none">• Biergarten, der

¹⁰⁵ E-Mail-Kommunikation mit Frau Heike Diessner am 9.4.2019

zachovalý [historické centrum apod.]	gut erhalten
zájezd	Gruppenreise, die / Reise, die
založit [muzeum apod.]	gründen (+Akk.) / errichten (+Akk.)
zavřený [památko apod.]	geschlossen / zu [ugs.]
znak <ul style="list-style-type: none"> • města 	Merkmal, das / Zeichen, das / Wappen, das <ul style="list-style-type: none"> • Stadtwappen, das
zóna <ul style="list-style-type: none"> • pěší 	Zone, die <ul style="list-style-type: none"> • Fußgängerzone, die
zprostředkovatel zájezdu	Reisevermittler, der ¹⁰⁶

3.2.2 Besucherziele

3D Planetárium	3D-Planetarium
AKVA TERA	Aquarien- und Terrarien-Abteilung AKVA TERA
Bolevecké rybníky	Teiche in Bolevec [einem Stadtteil Pilsens]
Brummelův dům	Haus Brummel
Byty Krausových a Voglových	Wohnungen der Familien Kraus und Vogl
DinoPark	DinoPark
Divadlo ALFA	Theater ALFA
Divadlo J. K. Tyla	Josef-Kajetán-Tyl-Theater
františkánský klášter	Franziskanerkloster
Galerie Jiřího Trnky	Jiří-Trnka-Galerie
Galerie Ladislava Sutnara	Ladislav-Sutnar-Galerie
Galerie města Plzně	Galerie der Stadt Pilsen / Stadtgalerie Pilsen
katedrála sv. Bartoloměje	St.-Bartholomäus-Kathedrale / Kathedrale St. Bartholomäus
kreativní zóna DEPO2015	Kreativzone DEPO2015

¹⁰⁶ *Reisevermittler oder Reiseveranstalter?* URL: <https://www.ihk-ostbrandenburg.de/produktmarken/Gruenden-Foerdern/Brancheninformatioenen/Tourismus/Reisebuero-und-Reiseveranstalter/Abgrenzung-zwischen-Reisemittler-und-Reiseveranstalter/2483118>. [Stand: 25.3.2019].

Loosovy interiéry (siehe Kommentar)	Adolf-Loos-Wohnungen / Adolf-Loos-Interieure / Inneneinrichtungen von Adolf Loos
Masné krámy	Galerie Fleischbänke
mázhaus	Maßhaus [historische Eingangshalle des Pilsner Rathauses]
Meditační zahrada	Meditationsgarten
Měšťanská beseda (siehe Kommentar)	Pilsner Gemeindehaus / Pilsner Kulturhaus ¹⁰⁷ [historisches Gebäude des Freizeit- und Bildungsvereines Měšťanská beseda]
Mlýnská strouha	Mühlgraben
Muzeum církevního umění	Museum für christliche Kunst
Muzeum knihtisku a knihy	Buch- und Buchdruckmuseum
Muzeum loutek	Marionettenmuseum
Muzeum strašidel	Gespenstermuseum
náměstí Republiky	Platz der Republik
Národopisné muzeum Plzeňska (siehe Kommentar)	Volkskundemuseum der Region Pilsen
Patton Memorial Pilsen	Museum Patton Memorial Pilsen
pivní lázně Purkmistr	Bierbad Purkmistr
pivovar Gambrinus	Gambrinus-Brauerei
pivovar Plzeňský Prazdroj	Pilsner-Urquell-Brauerei
Pivovarské muzeum	Brauereimuseum
Plzeňské historické podzemí	Pilsner historische Kelleranlagen / Pilsner historischer Untergrund
Semlerova rezidence	Haus Semler
Proluka	Baulücke [ein für Open-Air-Veranstaltungen genutztes unbebautes Grundstück]
Smetanovy sady	Bedřich-Smetana-Park
Stará synagoga	Alte Synagoge

¹⁰⁷ E-Mail-Kommunikation mit Frau Zdena Stark am 9.4.2019

Techmania Science Center	Wissenschaftszentrum Techmania Science Center
U Salzmannů	Restaurant Zum Salzmann
Velká synagoga	Große Synagoge
Západočeská galerie	Westböhmisches Galerie
Západočeské muzeum	Westböhmisches Museum
Zoologická a botanická zahrada	Zoologischer und botanischer Garten

3.2.3 Baukunst, Bauwerke und Baustile

architektura <ul style="list-style-type: none"> • poválečná 	Architektur, die / Baukunst, die <ul style="list-style-type: none"> • Nachkriegsmoderne, die / Nachkriegsarchitektur, die
baroko	Barock, der/das / Barockstil, der
bazilika	Basilika, die
brána <ul style="list-style-type: none"> • městská 	Tor, das / Pforte, die <ul style="list-style-type: none"> • Stadttor, das
církevní stavba	Sakralbau, der
domovní znamení	Hauszeichen, das
fasáda	Fassade, die
fontána	Fontäne, die / Springbrunnen, der
freska	Fresko, das
funkcionalismus	Funktionalismus, der
gotika <ul style="list-style-type: none"> • raná • vrcholná • pozdní 	Gotik, die <ul style="list-style-type: none"> • Frühgotik, die • Hochgotik, die • Spätgotik, die
historismus	Historismus, der
hrad	Burg, die
hradba <ul style="list-style-type: none"> • městské hradby 	Mauer, die / Ringmauer, die <ul style="list-style-type: none"> • Stadtmauer, die / Ringmauer, die
hřbitov	Friedhof, der

chrám	Dom, der / Kirche, die
kaple	Kapelle, die
kašna	Brunnen, der
katedrála	Kathedrale, die
klasicismus	Klassizismus, der
klášter <ul style="list-style-type: none"> • mužský • ženský 	Kloster, das <ul style="list-style-type: none"> • Mönchskloster, das • Nonnenkloster, das
klášterní <ul style="list-style-type: none"> • kostel / dóm 	Kloster- <ul style="list-style-type: none"> • Münster, das
kostel	Kirche, die
malba <ul style="list-style-type: none"> • nástěnná 	Malerei, die / Gemälde, das / Bild, das <ul style="list-style-type: none"> • Wandgemälde, das
městské hradby	Stadtmauer, die / Ringmauer, die
mešita	Moschee, die
moderna [moderní stavební styly]	Moderne, die
morový sloup	Pestsäule, die
náhrobek	Grabstein, der
náplavka [nábřeží využívané jako promenáda, cyklostezka, kulturní prostor apod.] (siehe Kommentar)	Stadtkai, das [Uferpromenade]
nástěnná malba	Wandgemälde, das / Wandmalerei, die
obytný dům	Wohnhaus, das
oltář	Altar, der
opera [budova opery]	Oper, die / Opernhaus, das
park / parková úprava	Park, der / Parkanlage, die
parkán	Zwinger, der
postavit / vystavět	bauen / erbauen (+Akk.)
promenáda	Promenade, die
radnice	Rathaus, das
rekonstruovat [uvést do původního stavu]	rekonstruieren / renovieren / sanieren (+Akk.)
renesance	Renaissance, die / Renaissancestil, der

renovovat	renovieren / erneuern / instand setzen (+Akk.)
restaurovat	restaurieren [z. B. Wohnungen, Gemälde] (+Akk.)
rokoko	Rokoko, das / Rokokostil, der
románský sloh	Romanik, die
rotunda	Rotunde, die
sanace	Sanierung, die / Instandsetzung, die
secese • rakouská	Jugendstil, der • Sezession, die
sgrafito	Sgraffito, das [Kratzputz]; Plural: Sgraffiti
socha • socha svatého	Statue, die • Heiligenstatue, die
stavební sloh	Baustil, der
strhnout [historickou budovu apod.]	abreißen; riss ab, abgerissen (+Akk.)
synagoga	Synagoge, die
štít [domu]	Giebel, der
věž • kostelní	Turm, der Kirchturm, der
vitráž	Buntglasfenster ¹⁰⁸ , das / Bleiverglasung, die
vodní příkop	Wassergraben, der
vstupní hala	Eingangshalle, die
zámek	Schloss, das
zřícenina hradu	Burgruine, die

3.2.4 Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen

být památkově chráněný	unter Denkmalschutz stehen; stand, gestanden
čtyřhvězdičkový hotel	Viersternehotel / Vier-Sterne-Hotel

¹⁰⁸ E-Mail-Kommunikation mit Frau Heike Diessner am 9.4.2019

doporučit příjemnou restauraci	eine angenehme Gaststätte empfehlen; empfahl, empfohlen
doprava do cílové destinace	Beförderung zum Zielort
druhá největší synagoga Evropy	die zweitgrößte Synagoge Europas
historické jádro města	historischer Stadtkern
jedno z nejstarších náměstí v Evropě	einer der ältesten Marktplätze Europas
jít pomaleji	langsamer laufen; lief, <i>i.</i> gelaufen / langsamer gehen; ging, <i>i.</i> gegangen
městská památková rezervace ¹⁰⁹ (siehe Kommentar)	ein historischer Stadtkern/-teil unter Denkmalschutz
městská památková zóna ¹¹⁰ (siehe Kommentar)	Gesamtanlage ¹¹¹ / denkmalgeschützter Stadtteil
Ministerstvo pro místní rozvoj	Ministerium für Regionalentwicklung
na konci 19. století	im späten 19. Jahrhundert / Ende des 19. Jahrhunderts
nabídka kulturního programu	Angebot am Kulturprogramm
nacházet se v ulici Bedřicha Smetany	sich in der Bedřich-Smetana-Straße befinden; befand, befunden
obdržet v informačním centru	in der Stadtinformation erhalten; erhielt, erhalten
objednat služby	Dienstleistungen buchen / bestellen
objevovat všemi smysly	mit allen Sinnen entdecken
obsažený v ceně	im Preis enthalten; enthielt, enthalten / im Preis inbegriffen/einbegriffen
ochutnat českou kuchyni	böhmische Küche probieren
platit na místě	vor Ort bezahlen
platit v eurech	in Euro bezahlen
podat informaci	Information vermitteln

¹⁰⁹ *Památkově chráněná území*. URL: <https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/pamatky-a-pamatkova-pece/pamatkovy-fond/pamatkove-chronena-uzemi>. [Stand: 25.3.2019].

¹¹⁰ Ebd.

¹¹¹ LANDESDENKMALAMT BERLIN. *Rundschreiben des Denkmalamtes*. URL: https://www.berlin.de/landesdenkmalamt/_.../information-denkmalbereich2017.pdf. [10.4.2019].

podívat se doleva/doprava	nach links/rechts schauen
pokračovat v prohlídce na náměstí	mit der Führung auf dem Marktplatz fortfahren; fuhr fort, <i>h./i.</i> fortgefahren / die Besichtigung auf dem Stadtplatz fortsetzen
poskytovat služby	Dienstleistungen anbieten; bot an, angeboten
pravidelné prohlídky ve stanovených časech	regelmäßige Führungen zu festgesetzten Zeiten
prodávat turistické mapy	Landkarten / Wanderkarten verkaufen
prohlásit za kulturní/přírodní památku	unter Denkmalschutz stellen / zum Kultur- /Naturerbe erklären
prohlédnout si muzeum	das Museum besichtigen
prohlédnout si sám [bez průvodce]	ohne Führung ansehen
představit město jako metropoli	die Stadt als eine Metropole präsentieren
přizpůsobit přáním skupiny	den Wünschen der Gruppe anpassen
sejít se v 15 hodin	sich um 15 Uhr zusammentreffen; traf zusammen, zusammengetroffen
seznam světového dědictví UNESCO	Liste des UNESCO-Weltkulturerbes
tradiční akce města	traditionelle Veranstaltung der Stadt
Turistické informační centrum města Plzně	Stadtinformation Pilsen, die / Tourist- Information Pilsen
účastnit se prohlídky	an einer Führung teilnehmen; nahm teil, teilgenommen
ukázat v plánu města	in dem Stadtplan zeigen
ukončit prohlídku	Führung beenden / abschließen; schloss ab, abgeschlossen
ukrývat sbírky [muzeum apod.]	Sammlungen beherbergen
vést historickým centrem [trasa prohlídky apod.]	durch die Altstadt führen
Vítejte v Plzni!	Willkommen in Pilsen!
vyměnit si eura	Euro wechseln

vyměnit si na české koruny	in die tschechischen Kronen umtauschen, Pl.
zahnout do Pražské ulice	in die Prager Straße abbiegen; bog ab, i. abgebogen
zažít na vlastní kůži	am eigenen Leib erfahren; erfuhr, erfahren
zdarma poskytnout informační materiály	Informationsmaterial kostenlos abgeben; gab ab, abgegeben
získat další informace na webových stránkách	weitere Informationen den Webseiten entnehmen
zlevněné vstupné	ermäßigter Eintrittspreis
zodpovědět dotazy	Fragen beantworten

3.3 Kommentar zu dem Glossar

Die Autorin erstellte für den praktischen Teil der Arbeit ein Glossar, das sie in diesem Kapitel kommentiert und weiter erklärt. Es handelt sich um eine Verbindung der in dem theoretischen Teil beschriebenen Theorie mit der Praxis und eine Vorstellung der wichtigsten Übersetzungsmethoden und größten Übersetzungsschwierigkeiten mit konkreten Beispielen aus dem übersetzten Glossar. Nach der Definition von Jakobson handelte es sich um eine interlinguale Übersetzung¹¹². Der Übersetzungsprozess verlief nur in der Richtung Tschechisch-Deutsch und das Prinzip der Glossarerstellung (ein Begriff in der Ausgangssprache und ein oder mehr in der Zielsprache) war einer der Gründe dafür, dass einige Übersetzungsmethoden fast nicht vorhanden waren (z. B. die Konvergenz).

Die markanten Übersetzungsmethoden waren Divergenz (*pomník – Denkmal/Mahnmal/Gedenkstätte, průvodce – Reiseführer/Reiseleiter/Gästeführer/Fremdenführer/Stadtführer*), Amplifikation (*Proluka – Baulücke [ein für Open-Air-Veranstaltungen genutztes unbebautes Grundstück]*) und Verdichtung (*kostýmová prohlídka – Kostümführung, nástěnná malba – Wandgemälde*). Ein Grund für die Divergenz ist nach der Meinung der Autorin teilweise die Form des Glossars – in der Ausgangssprache ein Begriff und in der Zielsprache möglicherweise mehr Begriffe; für die Amplifikation auch die Tatsache, dass man in der deutschen Sprache bei einem großgeschriebenem Substantiv

¹¹² Levin 2010: 89

nicht ableiten kann, ob es ein Eigenname ist oder nicht: Im Fall der Baulücke ist es also nötig, weiter zu erklären. Die Autorin fand auch ein paar Beispiele für die Reduktion (*Turistické informační centrum města Plzně – Stadtinformation Pilsen / Tourist-Information Pilsen, románský sloh – Romanik, prohlídkový okruh – Führung*). In dem Teil Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen arbeitete sie auch mit der Transposition (*být památkově chráněný – unter Denkmalschutz stehen, pokračovat v prohlídce – die Besichtigung fortsetzen*) und Modulation (*místní průvodce – Gästeführer/Fremdenführer*).

Es handelt sich um ein Fachglossar. Merkmale der Fachübersetzung sind u. a. die festen Formulierungen, wie z. B. *vor Ort bezahlen* und *unter Denkmalschutz stellen*; zu der Charakteristik der Fachübersetzung gehört auch Begrifflichkeit wie z. B. in dem Wort *Buntglasfenster*. Die Fachlichkeit als ein weiteres Merkmal kann in den Termini *Reisebüro* oder *Fremdenführer/Gästeführer* beobachtet werden.

3.3.1 Übersetzungsprozess

Am Anfang des Übersetzungsprozesses stand das Aufsuchen der jeweiligen Begriffe und Termini: in den Flugblättern, Faltblättern und Stadtführern, in den Fachwörterbüchern sowie bei den schriftlichen Vorbereitungen für die Stadtführungen der Autorin. Weitere Begriffe wurden während der Besprechungen mit anderen Stadtführern gesammelt. In einigen Fällen war eine schnelle Übersetzung möglich, weil es sich um die absolute Äquivalenz (Eins-zu-eins-Entsprechung) handelte. In solch einem Fall war die Substitution eine logische und die einfachste Methode, wie z. B. bei *radnice – Rathaus, baroko – Barock* oder *morový sloup – Pestsäule*. Solche Termini waren in den Wörterbüchern bzw. Fachwörterbüchern zu finden.

Falls es keine eindeutige Übersetzung gab, war es notwendig, eine mehr oder weniger umfangreiche Recherche durchzuführen. Wie Müglová betont, ist die Recherche ein wesentlicher Bestandteil der Übersetzungsanalyse¹¹³. Die Autorin suchte die Übersetzungen am meisten im Internet und in den Broschüren und Faltblättern – d. h. in den Paralleltexten. Sie stellte fest, dass es nicht hilfreich ist, in den Quellen zu suchen, die von Nichtmuttersprachlern geschrieben oder übersetzt wurden. Eine nicht geringe Menge von Materialien und Webseiten ist fehlerhaft und sollte neu übersetzt werden. Auch

¹¹³ Müglová 2013: 230

Fachwörterbücher in der Papierform können veraltete Begriffe enthalten, deshalb ist es immer nötig, mit mehreren Quellen zu arbeiten und alles gut zu kontrollieren. In den Paralleltexten suchte die Autorin u. a. wie man die Wohnungen von Adolf Loos in Wien bezeichnet oder was der Unterschied zwischen einem Volkskundemuseum und Völkerkundemuseum ist. Paralleltexte halfen auch bei den Übersetzungen der Eigennamen, z. B. das Carl-Maria-von-Weber-Museum in Dresden ist eine gute Parallele für das Josef-Kajetán-Tyl-Theater in Pilsen.

Es war möglich, einige Termini wie z. B. *hlavní sezóna* und *vedlejší sezóna* oder *kulturní dědictví* „aus dem Stegreif“ zu übersetzen (*Hauptsaison*, *Nebensaison*, *Kulturerbe*) und die grobe Übersetzung im Internet oder in dem einsprachigen Wörterbuch Duden zu überprüfen. Solche Übersetzungen waren vor allem in den Teilen Grundbegriffe zum Tourismus und Baukunst, Bauwerke und Baustile möglich. Die Begriffe wie *brožura*, *skládany leták*, *fontána* oder *městské hradby* konnte die Autorin auch dank den Fotografien im Internet überprüfen und die tschechische und deutsche Variante vergleichen.

Nachdem man alle möglichen Varianten gefunden hat, muss man sich entscheiden, welche in den konkreten Kontext am besten passt. Die Autorin setzte die Recherche fort, deren Ziel es war, die richtige Variante bzw. Varianten in dem gegebenen Kontext (und aus dem Bereich Stadtführungen) zu wählen. Die letzten Teile des Prozesses waren eine Kontrolle nach ein paar Stunden oder Tagen – um die Übersetzung mit Abstand zu lesen – und Besprechung mit zwei Expertinnen aus dem Bereich Fremdenverkehr.

3.3.2 Expertengespräche

Ein Teil des Übersetzungsprozesses war die Besprechung mit den Fachfrauen – Frau Zdena Stark und Frau Heike Diessner. Die Diskussion verlief per E-Mail, es handelte sich um unstrukturierte Interviews. Beide Stadtführerinnen hatten sehr nützliche Bemerkungen.

Ziel der Besprechung war immer festzustellen, ob es in dem Glossar solche Übersetzungen gibt, die man noch „verdeutschen“ könnte und ob vielleicht einige wichtige Termini in dem Glossar fehlen.

Frau Stark ist eine Stadtführerin in Pilsen, die mit einem Deutschen verheiratet ist. Nach der Besprechung mit ihr wurde zu der Übersetzung *Pilsner historische Kelleranlagen* noch *Pilsner historischer Untergrund* hinzugefügt. Die Autorin gab ursprünglich nur die

erste Variante an, hat sich aber unentschieden, beide als die richtigen anzuführen. Frau Stark kam auch mit den Ausdrücken *I-Punkt* und *Pilsener Kulturhaus* – der letztere war für die Autorin ganz neu.¹¹⁴

Frau Diessner ist als Stadtführerin in Dresden tätig. Sie studierte Tschechisch, beschäftigt sich seit Jahren beruflich mit der tschechischen Sprache und spricht Tschechisch hervorragend. Mit ihr hat die Autorin die Begriffe *Gästeführer*, *Fremdenführer* und *Stadtführer* diskutiert, um die Unterschiede gut zu verstehen. Sie schlug den Terminus *Reisemesse* vor als die zweite mögliche Übersetzung des Terminus *veletrh cestovního ruchu*.¹¹⁵

Beide Stadtführerinnen würden eher *Volkskundemuseum der Pilsner Region* sagen als „Volkskundemuseum der Region Pilsen“.

3.3.3 Übersetzungsprobleme

In diesem Teil beschreibt die Autorin die konkreten Übersetzungsprobleme, die sie während des Schreibens an der Bachelorarbeit lösen musste. Die absoluten Äquivalente sind im Prinzip reibungslos übersetzbar und bereiten nur wenige Schwierigkeiten. Es waren z. B. folgende: *radnice* – *Rathaus*, *rokoko* – *Rokoko*, *čas příjezdu* – *Ankunftszeit*, *domovní znamení* – *Hauszeichen*.

Die meisten Übersetzungsschwierigkeiten traten bei den Teil- und Nulläquivalenten. Es waren öfters Beispiele für Eigennamen, Realien oder Termini, die es in der Zielsprache nur teilweise oder sogar überhaupt nicht gibt. Levý unterscheidet zwei „Extreme“ in dem Zugang zu den Realien: Aneignung und Verfremdung.¹¹⁶ Beide sind in dem Glossar präsent. Ein Beispiel für die Aneignung ist *katedrála sv. Bartoloměje* – *St.-Bartholomäus-Kathedrale*, ein Beispiel für die Verfremdung *nacházet se v ulici Bedřicha Smetany* – *sich in der Bedřich-Smetana-Straße befinden*.

Die Autorin führt acht Beispiele aus dem Glossar an, die Schwierigkeiten bereiteten. Sie kommentiert bei ihnen die Ursache der Übersetzungsschwierigkeiten und erklärt den Übersetzungsprozess. Die Reihenfolge der Begriffe geht von dem Glossar aus. Alle Übersetzungsprobleme sind in den Anlagen als Fotoaufnahmen zu finden.

¹¹⁴ E-Mail-Kommunikation mit Frau Zdena Stark am 9.4.2019

¹¹⁵ E-Mail-Kommunikation mit Frau Heike Diessner am 9.4.2019

¹¹⁶ Levý, 1983, zit. nach Hrdinová, 2017: 16

3.3.3.1 Turistické informační centrum

Turistické informační centrum (siehe Anlage 3) ist ein Grundbegriff aus dem Bereich Tourismus, wie man auch von dem Titel des Kapitels ablesen kann. Wie aber die Autorin feststellte, ist die Übersetzung nicht immer gleich. Eine Sache ist, dass es mehr Varianten gibt, wie man so einen Begriff (in dem Tschechischen eine Kollokation) übersetzen kann; die andere Sache, dass man sehr gut den Unterschied zwischen den Übersetzungen der Muttersprachler und Nichtmuttersprachler beobachten kann. Eine der direkten, fast wörtlichen Übersetzungen wäre „Touristisches Informationszentrum“. Es ist eine Variante, die man in Tschechien sehr oft sehen und hören kann. Wenn man aber im Internet recherchiert, stellt man Folgendes fest: Alle Treffer „Touristisches Informationszentrum“ sind diejenigen, die von den tschechischen (oder anderen fremdsprachigen) auf Deutsch geschriebenen Webseiten kommen (Beispiele: Semily, Mikulov, Trutnov, Hradec Králové, Znojmo, Most, Beskydy u.a.). Die Autorin hat keine deutsche Webseite mit diesem Begriff gefunden.

Eine andere Möglichkeit war „Touristisches Infozentrum“ mit den Treffern Lipno, Český Krumlov, Aš, Leibstadt, Neuschönau, Rehau. Weiter stellte die Autorin fest, dass in Bayreuth der Begriff „Tourist-Information“ verwendet wird und überprüfte ihn. Die Ergebnisse umfassten nicht nur ins Deutsche übersetzte Webseiten wie Praha, Domažlice und Cheb, sondern auch deutsche und österreichische Webseiten: Heilbronn, Wien, Salzburg. Die beste Variante scheint aber der Begriff *Stadtinformation* zu sein. Die Treffer waren Ettlingen, München, Schönebeck, Lipstadt, Calw, Pasewalk und viele weitere aus den deutschsprachigen Ländern. Wenn man sich die Webseiten anschaut, stellt man fest, dass dieser Terminus in der Bedeutung mit dem tschechischen *Turistické informační centrum* völlig übereinstimmt. Es handelt sich um eine eindeutige Reduktion und nach der Meinung der Autorin stellt es die beste Übersetzung dar. Für die zweitbeste Übersetzung hält sie die *Tourist-Information*. Nach der Besprechung mit Frau Stark fügt die Autorin noch *I-Punkt* als eine umgangssprachliche Variante hinzu, da sie ihrer Kollegin zustimmt, dass dieser Begriff in der mündlichen Variante auch sehr oft verwendet wird.

3.3.3.2 Cestovní agentura

Cestovní agentura (siehe Anlage 4) die ist ein Begriff aus dem Teil Grundbegriffe zum Tourismus. Um den Terminus richtig in die deutsche Sprache zu übersetzen, ist erst der rechtliche und kulturelle Hintergrund in Tschechien zu verstehen. In der Tschechischen

Republik wird zwischen den Fachausdrücken „cestovní agentura“ und „cestovní kancelář“ unterschieden. Sehr vereinfacht gesagt ist „cestovní agentura“ ein Unternehmer, der berechtigt ist, den Verkauf der einzelnen Leistungen des Tourismus anzubieten, zu verkaufen und zu vermitteln (z. B. Gewährleistung der Beförderung, Unterkunft, Verpflegung, Reisebetreuung o. ä.). Er darf auch ihre Kombination anbieten und verkaufen, nur nicht in dem Sinne des tschechischen Terminus „zájezd“.¹¹⁷ Produkte, die als „zájezd“ bezeichnet sind, können nur von einer „cestovní kancelář“ veranstaltet werden; „cestovní agentura“ darf „zájezd“ nur als ein fertiges Produkt verkaufen. Aus den Definitionen lässt sich schlussfolgern, dass „cestovní agentura“ begrenzte Kompetenzen hat.

In Deutschland unterscheidet man dagegen am meisten unter einem „Reiseveranstalter“ und „Reisevermittler“. *„Ein Reisebüro/Reisevermittler vermittelt in der Regel ein Urlaubsangebot eines Reiseveranstalters. Das heißt, es werden fremde Reiseleistungen im Namen anderer und auf fremde Rechnung an den Kunden vermittelt.“*¹¹⁸ Hier wird Reisebüro und Reisevermittler auf die gleiche Ebene gestellt. *„Ein Reiseveranstalter ist jeder, der eine Reise in eigener Verantwortung organisiert, anbietet und erbringt.“*¹¹⁹ In Deutschland steht im Mittelpunkt der Typologisierung die Verantwortung und Sicherungspflicht, in Tschechien die Definition des Terminus „zájezd“.

Wörtliche und scheinbar logische Übersetzungen wären *cestovní agentura* – *Reiseagentur* und *cestovní kancelář* – *Reisebüro*. In Deutschland findet man aber Reiseagenturen, die „Reiseagentur“ im Namen haben (Reiseagentur Brenner) und über sich selbst als über ein Reisebüro sprechen.

Die Autorin hat sich entschieden, *cestovní agentura* als *Reiseagentur* zu übersetzen und den Begriff weiter zu erklären. Zu dem Reisebüro gehört dann der Rest der Begriffe, u. a. *Reisebüro*, *Reiseanbieter* oder *Reisevermittler*. Weitere Unterschiede und Unklarheiten müssten in der deutsch-tschechischen Übersetzung geklärt werden.

¹¹⁷ *Rozdíl mezi cestovní kanceláři a cestovní agenturou.* URL: <https://www.protravel.cz/clanek/rozdil-mezi-ck-a-ca/>. [Stand 9.4.2019].

¹¹⁸ *Reisevermittler oder Reiseveranstalter?* <https://www.ihk-ostbrandenburg.de/produktmarken/Gruenden-Foerdern/Brancheninformationen/Tourismus/Reisebuero-und-Reiseveranstalter/Abgrenzung-zwischen-Reisemittler-und-Reiseveranstalter/2483118>. [Stand 9.4.2019]

¹¹⁹ Ebd.

3.3.3.3 Průvodce

Ein letzter Terminus aus dem Teil Grundbegriffe ist der oft verwendete Fachausdruck *průvodce* (siehe Anlage 5). Die Übersetzungsschwierigkeiten bereiten wieder unterschiedliche Benennungen und Aufteilungen in den beiden Ländern. Wenn man über eine Person spricht, unterscheiden die Fachleute im Tschechischen den *průvodce zájezdu* und *místní průvodce*. *Průvodce zájezdu* ist eine Begleitperson z. B. bei einer Gruppenreise aus Regensburg nach Pilsen. *Místní průvodce* ist dann die Person, welche die Gruppe in Pilsen führt. Die Übersetzung des Begriffes *místní průvodce* wird in der Fachliteratur als *Gäste-/Fremdenführer* eingeführt. Die Autorin hat diese Übersetzung übernommen. Auch *průvodce zájezdu* übersetzte sie als *Reiseleiter*, wie die Fachliteratur bestimmt.

Schwierigkeiten kommen in dem Moment, in dem über eine Begleitperson gesprochen wird, die in einer (tschechischen) Stadt Führungen macht. Kann sie als ein *Stadtführer* bezeichnet werden oder ist dieser Begriff irreführend? Unter einem Stadtführer kann man sich auch eine Bildbroschüre oder ein Buch vorstellen. Einen Gästeführer definiert der Duden als einen „*Fremdenführer in Deutschland*“¹²⁰ – kann dieser Begriff auch in Tschechien verwendet werden?

Die Autorin übersetzte den Begriff *průvodce ve městech – Stadtführer* getrennt und verwendet den Terminus *Stadtführer* in der ganzen Arbeit. Der Grund dafür ist die Ausrichtung auf Führungen in den Städten. Die letzte Variante ist *průvodce (kniha)*, die die Autorin als *Reiseführer* übersetzt. Der Ausdruck *průvodce* ist ein anschauliches Beispiel der Eins-zu-viele-Entsprechung. Würde man in einer Rede nur *průvodce* sagen, müsste man aus dem Kontext entscheiden, welche Bedeutung das Wort hat und welche Übersetzung aufgrund dessen die richtige ist.

3.3.3.4 Loosovy interiéry

Loosovy interiéry (siehe Anlage 6) sind ein Beispiel für eine Benennung eines Besucherzieles, für die mehr Möglichkeiten der Übersetzung bestehen, bei denen zu entscheiden ist, welche die beste ist. *Loosovy interiéry* werden oft als „Loos-Interieurs“ übersetzt. Diese Variante fand die Autorin zu kurz, zu wenig erklärend und zum gewissen Maß holprig. In dem Glossar sind die Übersetzungen *Adolf-Loos-Wohnungen / Adolf-Loos-*

¹²⁰ „Gästeführer“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gaestefuehrer>. [Stand: 9.4.2019].

Interieure / Inneneinrichtungen von Adolf Loos zu finden. „Wohnungen“ ist eine Bezeichnung, die in Wien verwendet wird. *Inneneinrichtungen von Adolf Loos* stand ursprünglich nur in den eckigen Klammern als eine nähere Erklärung. Nach der Besprechung mit Frau Diessner – der deutschsprachigen Kollegin aus Dresden – die diese Übersetzung am besten fand, führte die Autorin diese Variante als eine vollwertige Übersetzung an.

3.3.3.5 Měšťanská beseda

Měšťanská beseda (siehe Anlage 7) bereitete der Autorin die größten Schwierigkeiten. Das Problem besteht in der Tatsache, dass dieses Gebäude nach einem Pilsner Verein des 19. Jahrhunderts benannt wurde. Die ersten Recherchen der Autorin gingen in die Richtung „Wie versammelten sich die Deutschen im 19. Jahrhundert?“. Die Hauptfrage war, ob man eine gute Parallele in Deutschland finden kann. Die erste Übersetzung der Autorin war „Pilsner Bürgerverein“. Diese Übersetzung könnte irreführend sein (ähnlich wie der tschechische Name), weil damit ein Gebäude bezeichnet werden soll.

Wenn man sich sowohl die Geschichte als auch die Gegenwart des Prager Gemeindehauses anschaut, stellt man fest, dass sie der Pilsner *Měšťanská beseda* ähnelt. Nur „Gemeindehaus“ wäre wieder irreführend, da es auf das bekannte Gebäude in Prag hinweist; die Autorin entschied sich für die Übersetzung *Pilsner Gemeindehaus*.

Nach der Besprechung mit Frau Stark hat die Autorin festgestellt, dass es noch eine andere, für sie ganz unbekannte Übersetzung gibt: *Pilsner Kulturhaus*. Obwohl die Autorin diese Variante bei den Stadtführungen noch nie verwendete, ist sie in dem Glossar einbezogen, da die Autorin den Erfahrungen ihrer Kollegin vertraut und annimmt, dass sie immer etwas Neues lernen kann.

3.3.3.6 Národopisné muzeum Plzeňska

„Ethnographisches Museum“, „Ethnologisches Museum“, „Museum für Völkerkunde“, „Völkerkundemuseum“ oder „Volkskundemuseum“ – alle können in einem bestimmten Kontext als „národopisné muzeum“ übersetzt werden. In der schriftlichen Form kommt dazu noch die Orthographie (ethnographisches/ethnografisches), die die ganze Entscheidung noch schwieriger macht.

Die Ergebnisse einer umfangreichen Recherche waren folgende: Ethnographie kann als eine Methode der Ethnologie verstanden werden. Völkerkunde ist ein Synonym für Ethnologie.¹²¹ Ethnologische Museen (z. B. in Berlin) und Völkerkundemuseen (z. B. in Dresden) richten sich auf die Kulturen und Völker der ganzen Welt (auch Afrika o. ä.). Volkskunde ist ein anderer Begriff für die europäische Ethnologie; ethnographische Museen (z. B. in Prag) und Volkskundemuseen (z. B. in Wien) richten sich auf Europa und den Alltag der europäischen Völker auf.

Nachdem die Autorin diese Zusammenhänge verstanden hatte und mehrere Beispiele gefunden hatte, die alles bestätigten, übersetzte sie *Národopisné muzeum Plzeňska* (siehe Anlage 8) als „Volkskundemuseum der Pilsner Region“. In dem Glossar steht *Volkskundemuseum der Region Pilsen* – eine verbesserte Variante, die „deutscher“ klingt.

3.3.3.7 Náplavka

Náplavka (siehe Anlagen 9a und 9b) ist in dem Teil Baukunst, Bauwerke und Baustile zu finden, obwohl das, was mit dem Wort gemeint ist, auch ein Besucherziel sein kann. „Náplavka“ kann ohne Kontext als Floßplatz übersetzt werden. Darunter könnte man sich aber entweder den Floßplatz in Leipzig vorstellen (einen Platz mit Grünanlage) oder die Stelle bei einem Fluss, an die Holz gestapelt wird. *Náplavka* in Pilsen und anderen Städten nähert sich eher einer Uferpromenade, die auch für Open-Air-Veranstaltungen genutzt wird oder als Radwanderweg dient. Ein „Kai“ (Uferbauwerk) ist in der Bedeutung näher. In dem Glossar steht die Variante *náplavka – Stadtkei* mit der näheren Bestimmung *Uferpromenade*. Einen Stadtkai kann man z. B. in Wien, Hamburg oder Mühlheim an der Ruhr finden und sie ähneln dem in Pilsen. In Norddeutschland wird synonym der Begriff „Kaje“ verwendet, z. B. in Bremen und Wilhelmshafen.

3.3.3.8 Městská památková zóna / městská památková rezervace

Große Übersetzungsschwierigkeiten traten in dem Übersetzungsprozess der Termini *městská památková zóna* und *městská památková rezervace* auf. Das Problem besteht darin, dass es die Begriffe in Deutschland nicht gibt und auch die Verhältnisse des

¹²¹ „Ethnologie“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Ethnologie>. [Stand: 25.4.2019]

Denkmalschutzes bzw. der Denkmalpflege anders sind. Schon die Fachbegriffe *Denkmalschutz* und *Denkmalpflege* werden anders betrachtet als in Tschechien.

Městská památková rezervace zeichnet sich immer durch den ursprünglichen historischen Grundriss und durch die historische Bebauung¹²²; die Autorin übersetzte den Terminus als *ein historischer Stadtkern/-teil unter Denkmalschutz* (siehe Anlage 10). Da die *městská památková zóna* weniger Baudenkmäler beherbergt und ihr architektonisches Aussehen nicht so einheitlich sein muss – und dies der Definition der Gesamtanlage¹²³ entspricht – übersetzte sie die Autorin allgemeiner als *Gesamtanlage*. Es kann aber passieren, dass nicht jeder diesen Begriff versteht, denn die Bezeichnung in den deutschen Bundesländern variiert (z. B. Denkmalensemble, Denkmalbereich, Denkmalschutzgebiet, Mehrheit baulicher Anlagen u.a.)¹²⁴. Eine zweite Übersetzung hat die Autorin nach der Besprechung mit Frau Diessner hinzugefügt, und zwar *denkmalgeschützter Stadtteil*.

3.3.4 Fazit

Die Autorin hat während des Sammelns der Termini und des Übersetzens festgestellt, dass sie überwiegend oder sogar ausschließlich mit Paralleltexten arbeiten sollte, die von den Muttersprachlern geschrieben oder übersetzt wurden. Es ist nicht ausreichend bzw. nicht korrekt, nur die bereits übersetzten Termini und Begriffe als die einzige Grundlage für das Übersetzen zu nehmen. Es ist auch empfehlenswert, mit der aktuellsten Fachliteratur und den Quellen im Allgemeinen zu arbeiten.

Die Autorin hat weiter bemerkt, dass der Unterschied zwischen den von Nichtmuttersprachlern und Muttersprachlern übersetzten Texten an einigen Stellen spürbar sein kann, wie z. B. bei den Übersetzungen des Terminus *turistické informační centrum*. Diese Tatsache bestätigt, dass man möglichst viel mit den von Muttersprachlern geschriebenen Texten arbeiten sollte.

Nach der Erfahrung der Autorin ist es weiter notwendig, rechtliche und kulturelle Verhältnisse der Zielsprache und des anderen Landes zu verstehen. Beispiele dafür sind die Termini *cestovní agentura* und *cestovní kancelář*.

¹²² *Památkově chráněná území*. URL: <https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/pamatky-a-pamatkova-pece/pamatkovy-fond/pamatkove-chronena-uzemi>. [Stand: 10.4.2019].

¹²³ LANDESDENKMALAMT BERLIN. *Rundschreiben des Denkmalamtes*. URL: https://www.berlin.de/landesdenkmalamt/_.../information-denkmalbereich2017.pdf. [10.4.2019].

¹²⁴ *Gesamtanlage*. URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Gesamtanlage>. [Stand: 10.4.2019].

4 Zusammenfassung

Das Ziel der Bachelorarbeit *Kommentiertes tschechisch-deutsches Glossar zu einem berufsbezogenen semantischen Feld – Stadtführer* war es, ein durcharbeitetes Glossar aus dem Bereich Tourismus und Stadtführungen zu erstellen, das den Stadtführern in der Stadt Pilsen dienen könnte. Es soll den Stadtführern helfen, die richtigen Benennungen zu finden und sich problemlos und für einen deutschsprachigen Zuhörer verständlich zu äußern. Eine große Motivation war für die Autorin ihr eigenes Interesse an dem Thema, ihre Beschäftigung in dem Gebiet und die Tatsache, dass es eine entsprechende Übersetzungsarbeit – mit der Ausrichtung auf Stadtführungen und Pilsen – bisher nicht gab.

Die Arbeit ist in zwei Teile gegliedert, um den Einblick sowohl in die Theorie als auch in die Praxis anzubieten. Der theoretische Teil ist weiter in zwei Teile aufgeteilt. In dem ersten Teil beschäftigte sich die Autorin nur mit der reinen Theorie der Übersetzungswissenschaft. In vier Kapiteln beschrieb sie mit Hilfe der relevanten Literatur die Übersetzungstypen und Übersetzungsmethoden, die Merkmale der Fachübersetzung sowie die lexikalische Äquivalenz. Der zweite Teil diente als ein Übergang zu dem praktischen Teil. In den Kapiteln Übersetzen und Dolmetschen, Pragmatik, Kultur in dem Übersetzungsprozess und Innovative Stadtführungen konnte die Autorin ihre Erfahrungen nutzen und die ersten eigenen Ideen vorstellen.

Der praktische Teil beginnt mit einem Touristischen ABC der Stadt Pilsen, um dem Leser die Stadt Pilsen vorzustellen und anzudeuten, in welchem Gebiet sich die Stadtführer in Pilsen bewegen. Danach folgt das in vier Unterkapitel gegliederte Glossar. Es enthält die Teile Grundbegriffe zum Tourismus, Besucherziele, weiter Baukunst, Bauwerke und Baustile und als letzten Teil Beispiele für terminologisch relevante Kollokationen und öfter verwendete Wortverbindungen. Die Autorin begegnete den meisten Schwierigkeiten in den Teilen Grundbegriffe zum Tourismus und Besucherziele.

Die Autorin hat während der Arbeit mit verschiedenen Informationsmaterialien und Webseiten festgestellt, dass eine größere Menge von ihnen fehlerhaft ist. Entweder sind in ihnen tatsächliche Fehler und Irrtümer zu finden oder ein Muttersprachler würde die Inhalte anders formulieren. Die Autorin hält sowohl die gedruckten Materialien als auch die Internetquellen im Tourismusbereich für grundlegend und denkt, dass sie eine wichtige Rolle in dem Stadtmarketing spielen. Sie würde daher vorschlagen, die Flugblätter,

Faltblätter, Broschüren und Aufschriften gründlich durchzugehen, sie zu kontrollieren und folglich neu zu übersetzen. Eine Qualitätsübersetzung sollte zu einer besseren nachhaltigen Propagation beitragen.

Der Meinung der Autorin nach sollte in Tschechien die fachliche und sprachliche Vorbereitung für Stadtführungen mehr unterstützt werden, es sollte in dieses Marketingmittel mehr (nicht nur finanziell) investiert werden. Die Stadt Pilsen könnte die Weiterbildung der Stadtführer fördern (z. B. terminologische Seminare, Workshops, Fachkurse u. a. anbieten). Die Autorin selbst hat erfahren, dass bei ihr auf dem Gebiet noch Raum für Innovationen und Verbesserungen ist. Während der Übersetzung wurde klar, dass das Sprachniveau B2, das für die meisten Zertifikate in dem Bereich Tourismus erforderlich ist, nicht ausreichen muss, resp. dass das erreichte Sprachniveau B2 keine Garantie für die benötigten Kompetenzen ist. Bildungsseminare und Fachkurse in den jeweiligen Fremdsprachen, und zwar nicht nur in der Hauptstadt, wären nach der Meinung der Autorin, eine adäquate Vorbereitung.

An die Bachelorarbeit könnte mit einer Erweiterung des Glossars angeschlossen werden. In diesem Glossar fehlen z. B. Bezeichnungen der tschechischen und deutschen Feste und Feiertage sowie Fachausdrücke, die deutschsprachige Reiseleiter verwenden. Es könnten auch weitere Kollokationen und Wendungen übersetzt werden. Ein anderes Beispiel eines Fachgebietes in Pilsen sind die Adolf-Loos-Wohnungen, in denen ein Stadtführer einen sehr spezifischen Fachwortschatz benötigt.

Eine letzte Bemerkung möchte die Autorin zu der fehlenden Fachrichtung Stadtführer/Gästeführer/Reiseleiter machen. Eine solche Fachrichtung kann in Prag an einer privaten Hochschule studiert werden, weitere Möglichkeiten gibt es nicht. Solch ein Studiengang wäre wohl auch als ein anschließendes Masterstudium in Pilsen sinnvoll.

5 Literaturverzeichnis

5.1 Gedruckte Quellen

ALBRECHT, Jörn. *Grundlagen der Übersetzungsforschung – Übersetzung und Linguistik*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag, 2005. ISBN 3-8233-6075-2.

BALCAR, Bohuslav. *Česko-německý odborný konverzační slovník cestovního ruchu*. Kdyně: RB Print, 2009. ISBN 978-80-254-4737-6.

DE GRUYTER, Walter. *Sprachgeschichte*. 2., vollst. neu bearb. und erw. Afl. Berlin; New York: de Gruyter, 1998. ISBN 3-11-011257-4.

ERNST, Peter. *Germanistische Sprachwissenschaft*. 2. Auflage Wien: Facultas Verlags- und Buchhandels, 2011. ISBN 978-3-8252-2541-4.

GEISBÜSCH, Hans-Georg. *Marketing*. 2., völlig überarb. und erw. Aufl. Landsberg; Lech: Verl. Moderne Industrie, 1991. ISBN: 3-478-39472-4.

HRDINOVÁ, Eva Maria. *Kultura v procesu překladau*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2017. ISBN 978-80-244-5208-1.

KNITTLOVÁ, Dagmar a kol. *Překlad a překládání*. Olomouc: Grafia Nova, 2010. ISBN 978-80-244-2428-6.

KNITTLOVÁ, Dagmar. *K teorii i praxi překladau*. 2. vyd. Olomouc: Univerzita Palackého, 2000. ISBN 80-244-0143-6.

KOLLER, Werner. *Einführung in die Übersetzungswissenschaft*. 4., völlig neu bearb. Aufl. – Heidelberg ; Wiesbaden: Quelle und Meyer, 1992. ISBN 3-8252-0819-2 (UTB). ISBN 3-494-02192-9 (Quelle und Meyer).

LANDGREBE, Silke, SCHNELL, Peter. *Städtetourismus*. München, Wien: Oldenbourg Wissenschaftsverlag, 2005. ISBN 3-486-57677-1.

LAPKA, Vladimír. *Německo-český, česko-německý slovník pro technickou praxi : Deutsch-tschechisches, tschechisch-deutsches Wörterbuch für die technische Praxis*. Ostrava: Montanex, 1995. ISBN 80-8578-045-1.

LEVIN, Ruth. *Der Beitrag des Prager Strukturalismus zur Translationswissenschaft: Linguistik und Semiotik der literarischen Übersetzung*. Berlin: Frank & Timme Verlag für wissenschaftliche Literatur, 2010. ISBN 978-3-86596-262-1.

LEVÝ, Jiří. *Umění překladau*. 4., upr. vyd. Praha: Apostrof, 2012. ISBN 978-80- 87561-15-7.

MÜGLOVÁ, Daniela. *Komunikace, tlumočení, překlad, aneb, Proč spadla Babylonská věž?* Nitra: Enigma, 2013. ISBN 9788081330254.

PFROGNER, František. *Handy slovník technický německo-český, česko-německý : Handy-Wörterbuch Technik Deutsch-Tschechisch, Tschechisch-Deutsch*. Plzeň : Fraus, 2000. ISBN 80-7238-074-5.

RUX, Jaromír. *Metodika práce průvodce cestovního ruchu*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2015. ISBN 978-80-88064-16-9.

RUX, Jaromír. *Metodika průvodcovské činnosti*. Jihlava: Vysoká škola polytechnická Jihlava, 2007.

SCHWARZ-FRIESEL, Monika, CONSTEN, Manfred. *Einführung in die Textlinguistik*. Darmstadt: WBG, 2014. ISBN 978-3-534-25467-5.

5.2 Internetquellen

ČÁST PRVNÍ. ÚPRAVA NĚKTERÝCH PODMÍNEK PODNIKÁNÍ V OBLASTI CESTOVNÍHO RUCHU. URL: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1999-159>. [Stand: 25.3.2019].

ČR: Sgrafita v Plzni – Mikoláš Aleš. URL: <http://www.infoglobe.cz/cestovatelsky-pruvodce/cr-sgrafita-v-plzni-mikolas-ales/>. [Stand: 24.4.2019]

Die Fachübersetzung – Was ist das?. URL: <https://de.inpuzzle.com/intern/die-fachubersetzung-was-ist-das/>. [Stand: 10.12.2018].

DUDENREDAKTION (o. J.): „Denotation“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Denotation>. [Stand 11.12.2018].

DUDENREDAKTION (o. J.): „Ethnologie“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Ethnologie>. [Stand: 25.4.2019]

DUDENREDAKTION (o. J.): „Fach“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Fach>. [Stand 10.12.2018].

DUDENREDAKTION (o. J.): „Gästeführer“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Gaestefuehrer>. [Stand 9.4.2019].

DUDENREDAKTION (o. J.): „Konnotation“ auf Duden online. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Konnotation>. [Stand: 11.12.2018].

Dvojité výročí trolejbusů v Plzni. URL: <http://www.cs-dopravak.cz/zpravy/2016/4/9/dvojit-vro-trolejbus-v-plzni>. [Stand 16.3.2019].

Geschichte. URL: <https://www.skoda.cz/de/geschichte/>. [Stand: 15.3.2019].

Historie. URL: <https://www.fcviktoria.cz/zobraz.asp?t=historie> [Stand: 7.3.2019].

Historie klubu ve zkratce. URL: <https://www.hcskoda.cz/zobraz.asp?t=historie-klubu>. [Stand: 16.3.2019].

Katedrála sv. Bartoloměje. URL: <https://www.bip.cz/cs/katedrala-sv-bartolomeje>. [Stand: 16.3.2019].

LANDESDENKMALAMT BERLIN. *Rundschreiben des Denkmalamtes.* URL: https://www.berlin.de/landesdenkmalamt/_.../information-denkmalbereich2017.pdf. [Stand: 10.4.2019].

NĚMCOVÁ, Barbora (2015). *Vědci z Plzně umí lokalizovat rakovinu, za výzkum získali osm medailí.* URL: https://www.idnes.cz/plzen/zpravy/medaile-vyzkum-rakovina-univerzita-ntis-zcu.A151013_123611_plzen-prilohy_pp. [Stand: 14.3.2019].

NTIS – *Nové technologie pro informační společnost.* URL: <https://ntis.zcu.cz/cz/index.html>. [Stand: 14.3.2019].

O nás. URL: <https://www.crosscafe.cz/o-nas/>. [Stand: 16.3.2019].

O nás. URL: <https://www.depo2015.cz/o-nas-a12>. [Stand: 7.3.2019].

Památkově chráněná území. URL: <https://www.npu.cz/cs/npu-a-pamatkova-pece/pamatky-a-pamatkova-pece/pamatkovy-fond/pamatkove-chranena-uzemi>. [Stand: 25.3.2019].

Prožijte příběh piva od starověku do současnosti. URL: <http://www.prazdrojvisit.cz/prohlidky/prohlidka-pivovarskeho-muzea/>. [Stand: 24.4.2019]

Průkaz Průvodce Prahou – informace. URL: <https://www.praguecitytourism.cz/cs/nase-cinnost/kurzy-pro-pruvodce/varianty-kurzu>. [Stand: 25.3.2019].

Ratgeber Gästeführer. URL: <https://www.bvgd.org/wp-content/uploads/2014/12/RatgeberGF1.pdf> [Stand: 25.2.2019].

Reisevermittler oder Reiseveranstalter?. URL: <https://www.ihk-ostbrandenburg.de/produktmarken/Gruenden-Foerdern/Brancheninformationen/Tourismus/Reisebuero-und-Reiseveranstalter/Abgrenzung-zwischen-Reisemittler-und-Reiseveranstalter/2483118>. [Stand: 25.3.2019].

Rozdíl mezi cestovní kanceláři a cestovní agenturou. URL: <https://www.protravel.cz/clanek/rozdil-mezi-ck-a-ca/>. [Stand 9.4.2019]

Trasa prohlídky. URL: <https://www.plzenskepodzemi.cz/cz/trasa-prohlidky/>. [Stand: 16.3.2019].

Was ist der Unterschied: Reiseveranstalter und Reisebüro? URL: <https://www.sueddeutsche.de/news/leben/tourismus-was-ist-der-unterschied-reiseveranstalter-und-reisebuero-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-160622-99-409817>. [Stand: 25.3.2019].

WIKIPEDIA, DIE FREIE ENZYKLOPÄDIE. *Gesamtanlage.* URL: <https://de.wikipedia.org/wiki/Gesamtanlage>. [Stand: 10.4.2019].

6 Resumé

Autorka si za téma své práce vybrala *Komentovaný česko-německý glosář k profesně zaměřenému sémantickému poli z oblasti průvodcovské činnosti*.

Po úvodu následuje teoretická část, ve které autorka s pomocí relevantní literatury předkládá nejdůležitější definice z překladatelské teorie a uvádí charakteristiky odborného překladu. V druhé polovině teoretické části autorka staví na svých osobních zkušenostech z průvodcovské činnosti a věnuje se rozdílům mezi překladem a tlumočením, kultuře v procesu překladu, pragmatice turistických prohlídek a vlivu vnějších okolností na projev průvodce. Zmiňuje také definici marketingu a na konkrétních příkladech z Plzně ukazuje inovace v cestovním ruchu a prohlídkách měst.

Praktická část je uvedena turistickým ABC města Plzně, které poskytuje vhled do cestovního ruchu v Plzni a návštěvních cílů. Hlavní částí je odborný glosář rozdělený do čtyř oblastí: základní termíny z cestovního ruchu, turistické cíle, dále architektura, stavební památky a styly. Jako poslední jsou uvedeny příklady relevantních kolokací a frekventovanějších slovních spojení.

V závěrečném komentáři autorka popisuje, jak při samotném překladu postupovala. Získané poznatky propojuje s teorií překladu. Představuje rovněž svá zásadní zjištění a navrhuje další postupy.

7 Résumé

The title of the bachelor thesis is *Czech-German Profession-Oriented Glossary Focused on Semantic Field of Guided Tours with Commentary*.

After the introduction follows the theoretical part in which relevant definitions and methods from the translatology and the characteristics of the specialized translating are presented. The second part is oriented more on the practical aspects of translation in the field of tourism and guided tours in the city of Pilsen. It deals with the differences between translation and interpreting, culture in the process of translating, pragmatics of the guided tours and how a given situation influences the language of a guide. It also presents innovations in tourism and shows them on examples from Pilsen.

The practical part begins with an “ABC” from the tourism in Pilsen. Then follows a specialized glossary divided in four parts: basic terms from tourism, historic sights in the city, architecture and architectural styles and examples of special collocations.

In the final part the author explains the process and methods of translation. Gained knowledge is put together with the theoretical background. Fundamental findings are presented and suggestions for the continuation in the topic made.

8 Anlagen

Anlagenverzeichnis

Anlage 1: Stadtplan

Anlage 2: Stadtplan (historisches Stadtzentrum und öffentlicher Verkehr)

Anlage 3: Stadtinformation Pilsen

Anlage 4: Reiseagentur Duna

Anlage 5: Pilsner Stadtführerin bei einer Kostümführung

Anlage 6: Adolf-Loos-Wohnungen (Wohnung der Familie Vogl)

Anlage 7: Pilsner Gemeindehaus / Pilsner Kulturhaus

Anlage 8: Volkskundemuseum der Region Pilsnen

Anlagen 9a, 9b: Stadtkai

Anlage 10: Pilsner historischer Stadtkern unter Denkmalschutz



Anlage 1: Stadtplan; herausgegeben von Plzeň – TURISMUS, p.o. im Dezember 2017

Visit Plzeň

- 1 Katedrála sv. Bartoloměje
St. Bartholomäus Cathedral
St. Bartholomäus Dom.
- 2 Radnice
City Hall
Rathaus
- 3 Muzeum strašidel
Museum of Monsters
Gespöstermuseum
- 4 Muzeum loutek
Puppet Museum
Puppenmuseum
- 5 Národopisné muzeum
Ethnographic Museum
Ethnographisches Museum
- 6 Patton Memorial Plzeň
- 7 Nové divadlo
New Theatre
Neu Theater
- 8 Velká synagoga
The Great Synagogue
Grosse Synagoge
- 9 Velké divadlo
The Great Theatre
Gross Theater
- 10 Stará synagoga
The Old Synagogue
Alte Synagoge
- 11 Stupnicij a vědecká knihovna
The Study and Research Library
Studien- und Wissenschaftsbibliothek
- 12 Muzeum církevního umění
Museum of Ecclesiastical Art
Museum für Kirchenkunst
- 13 Zápražské muzeum
West Bohemian Museum
Westböhmisches Museum
- 14 Zápražské galerie
Masné krámy
West Bohemian Gallery
Gothic Meat Shops
Westböhmisches Galerie
Gothische Fleischbänke
- 15 Vodárská věž
Water Tower
Wasserturm
- 16 Pivovarské muzeum
Brewery Museum
Brauerei Museum
- 17 Plzeňské historická podzemí
Plzeň Historical Underground
Plzeň Historische unterirdische Räume
- 18 Pivovar Plzeňský Prazdnož
Plzeň Urquell Brewery
Plzeň Urquell Brauerei
- 19 Interiery Adolfa Loose
Adolf Loos Interiors
Adolf Loos Interieur

VLIDNÁ WC / FRIENDLY TOILETS / FREUNDLICHE WCs
 V restauracích a kavárnách, označených tímto logem, můžete zdarma použít WC.
 Restaurants and Cafés, marked by this logo where you can use toilets for free.
 Restaurants und Cafés, wo Sie kostenlos das WC benutzen können, sind mit diesem Logo gekennzeichnet.

LEGENDA / KEY / LEGENDE

Tramvaj (1,2,4) / Tram / Straßenbahn

- 1
- 2
- 4

Trolejbus (10 - 18) / Trolleybus / Obus

- 10
- 12
- 18

Autobus (20 - 57) / Bus / Bus

- 20
- 30

H Nemocnice / Hospital / Krankenhaus

ST Hlavní vlakové nádraží
Main Train Station
Hauptbahnhof

BUS Centrální autobusové nádraží
Central Bus Station
Zentraler Omnibusbahnhof

Jízdné / Fare / Fahrpreise

- Plzeňská jízdenka – nepostupní 18 Kč
- Celostátní papírová jízdenka 70 Kč
- Jízdenka u řidiče 30 Kč
- SMS 30 min jízdenka (u každého operátora) 20 Kč
- V každém voze M-1D je možné platit bezkontaktní platební kartou (na žlutém terminálu uprostřed vozu).
- Turistická jízdenka:
 - zakoupení v Turistickém informačním centru
 - Paper ticket – one trip 18 Kč
 - 24-hour paper ticket 70 Kč
 - Ticket from driver – one trip 30 Kč
- In every vehicle (of the Plzeň Public Transport) it is possible to pay by a contactless payment card via a yellow device located inside the vehicle.
- Tourist ticket:
 - to buy at Tourist Information Centre
- Papirticket – Einzelfahrt 18 Kč
- Papier-tagesticket 70 Kč
- Ticket beim Fahrer – Einzelfahrt 30 Kč
- In jedem Wagen kann man mit kontaktlosen Bankkarten (mit des gelben Apparates im ersten Wagen) zahlen
- Touristenticket:
 - zum kaufen beim Touristische Informationszentrum

www.visitplzen.eu

TURISTICKÉ INFORMAČNÍ CENTRUM
TOURIST INFORMATION CENTRE
TOURISTENINFORMATIONSZENTRUM
 nám. Republiky 41, 301 00 Plzeň

Otevřeno duben – září: 9.00 – 19.00, říjen – březen: 9.00 – 18.00
 Open April – September: 9.00 – 19.00, October – March: 9.00 – 18.00
 Öffnungszeiten April – September: 9.00 – 19.00, Oktober – März: 9.00 – 18.00
 Tel.: +420 578 335 330; E-mail: info@visitplzen.eu
 www.visitplzen.eu / www.visitplzen.eu

UŽITEČNÉ KONTAKTY / NÜTZLICHE KONTAKTE

Třetího volání / Emergency calls / Notruf: 112
 Nemocnice / Hospital / Krankenhaus FN Looschtín, tel.: 377 103 111
 V případě odtahování vozidla: Městská policie Plzeň, tel.: 156
 Towed-away vehicle: Plzeň City Police tel.: 156
 Im Falle einer Wagenabholung: Stadtpolizei Plzeň tel.: 156

Vydán / Issued by / Herausgegeben von: Plzeň – TURISMUS, p.o. – prosinec 2017

Anlage 2: Stadtplan (historisches Stadtzentrum und öffentlicher Verkehr); herausgegeben von Plzeň – TURISMUS, p.o. im Dezember 2017



Anlage 3: Stadtinformation Pilsen; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit



Anlage 4: Reiseagentur Duna; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit



Anlage 5: Pilsner Stadtführerin bei einer Kostümführung; Aufnahme von dem Archiv der Autorin



Anlage 6: Adolf-Loos-Wohnungen (Wohnung der Familie Vogl); Foto: Petr Jehlík, Plzeňský architektonický manuál (PAM), URL: [http://pam.plzne.cz/objekt/c2-455-byt-josefa-a-stepanky-voglovyh#!prettyPhoto\[object\]/3/](http://pam.plzne.cz/objekt/c2-455-byt-josefa-a-stepanky-voglovyh#!prettyPhoto[object]/3/)



Anlage 7: Pilsner Gemeindehaus / Pilsner Kulturhaus; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit



Anlage 8: Volkskundemuseum der Region Pilsen; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit



Anlage 9a: Stadtkai; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit



Anlage 9b: Stadtkai; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit



Anlage 10: Pilsner historischer Stadtkern unter Denkmalschutz; Aufnahme der Autorin der Bachelorarbeit