

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Bakalářská práce

**Sprachliche und inhaltliche Analyse von auf Deutsch
verfassten touristischen Materialien aus der Tachauer
Region**

Olga Ficiánová

Plzeň 2018

Západočeská univerzita v Plzni

Fakulta filozofická

Katedra germanistiky a slavistiky

Studijní program Filologie

Studijní obor Cizí jazyky pro komerční praxi

Kombinace angličtina – němčina

Bakalářská práce

**Sprachliche und inhaltliche Analyse von auf Deutsch
verfassten touristischen Materialien aus der Tachauer
Region**

Olga Ficiánová

Vedoucí práce:

Mgr. Marina Wagnerová, Ph.D.

Katedra germanistiky a slavistiky

Fakulta filozofická Západočeské univerzity v Plzni

Plzeň 2018

Prohlašuji, že jsem práci zpracovala samostatně a použila jen uvedených pramenů a literatury.

Plzeň, duben 2018

.....

Danksagung

An dieser Stelle möchte ich mich bei meiner Betreuerin, Mgr. Marina Wagnerová, Ph.D., für ihre wertvollen Ratschläge und Bemerkungen bei der Bearbeitung dieser Bachelorarbeit herzlich bedanken.

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Charakteristik der Region Tachov	3
2.1	Geografische Angaben	3
2.2	Geschichte	4
2.3	Touristische Ziele	6
2.3.1	Landschaftliche touristische Ziele	6
2.3.1.1	Naturschutzgebiete	6
2.3.1.2	Geopark GeoLoci	8
2.3.1.3	Aussichtspunkte und Aussichtstürme	9
2.3.2	Sehenswürdigkeiten	10
2.3.3	Städte	12
2.4	Grenzüberschreitende Zusammenarbeit Bärnau-Tachov	14
3	Tourismus	15
3.1	Allgemeine Erklärung des Begriffs Tourismus	15
3.2	Förderung des Tourismus in der Region Tachov	16
3.2.1	Werbung mittels der Druckerzeugnisse	16
3.2.2	Werbung mithilfe des Internets	17
3.3	Grundarten der gedruckten Werbematerialien	18
4	Sprachliche und formale Charakteristik der touristischen Materialien	22
4.1	Linguistische Charakteristik der touristischen Materialien	22
4.1.1	Stilistik	22
4.1.1.1	Stil der Publizistik und Presse	22
4.1.2	Morphologie	25
4.1.3	Syntax	26
4.1.4	Wortbildung	28

4.2	Formale Bearbeitung der touristischen Materialien	29
4.2.1	Schlagzeile	29
4.2.2	Fließtext	30
4.2.3	Grafik	31
5	Praktische Analyse von ausgewählten auf Deutsch verfassten touristischen Materialien aus der Region Tachov (Tachau).....	32
5.1	Orte der Materialsammlung	32
5.2	Linguistische Analyse der ausgewählten touristischen Materialien	36
5.2.1	Stilistische Analyse	36
5.2.2	Morphologische Analyse	39
5.2.3	Syntaktische Analyse	42
5.2.3.1	Satzglieder	42
5.2.3.2	Satzarten	44
5.2.4	Wortbildungsanalyse	45
5.2.5	Besonderheiten des Wortschatzes	46
5.2.5.1	Termini	46
5.2.5.2	Fremdsprachige Elemente	48
5.2.6	Sprachfehler	49
5.3	Analyse der formalen Kriterien in den ausgewählten touristischen Materialien	51
5.3.1	Schlagzeile	51
5.3.2	Fließtext	52
5.3.3	Grafik	54
5.4	Inhaltliche Analyse der touristischen Materialien.....	55
6	Zusammenfassung	57
7	Resumé	60

8	Resümee	61
9	Literaturverzeichnis	62
9.1	Primäre Quellen	62
9.1.1	Prospekte.....	62
9.1.2	Broschüren	63
9.1.3	Informationstafeln.....	63
9.2	Sekundäre Quellen	64
9.2.1	Gedruckte Quellen	64
9.2.2	Internetquellen	65
10	Anlagen.....	68

1 Einleitung

Das Thema der vorliegenden Bachelorarbeit ist die sprachliche und inhaltliche Analyse touristischer Materialien aus der Tachauer Region, die auf Deutsch verfasst wurden und somit v.a. auf die deutschen Besucher aus der böhmisch-bayerischen Region gezielt sind. Die Autorin hat dieses Thema aufgrund ihres Interesses an der Region ausgewählt, in der sie geboren wurde und in der sie wohnt.

Die Bachelorarbeit setzt sich zum Ziel, Tachau als eine touristisch entdeckenswerte Region vorzustellen und die in der Region gesammelten touristischen Materialien aus dem Gesichtspunkt der Sprache und des Inhaltes zu untersuchen. Unter diesen touristischen Materialien versteht man Prospekte, Broschüren und touristische Informationstafeln, die den häufigsten Typ der touristischen Materialien in der Tachauer Region dargestellt haben. Insgesamt hat die Autorin an verschiedenen Orten 21 Prospekte und drei Broschüren gesammelt und Fotos von 19 touristischen Informationstafeln gemacht.

Die Arbeit besteht aus vier Kapiteln und mehreren Hauptkapiteln. Das erste Kapitel ist einer kurzen Charakteristik der Tachauer Region gewidmet. Dazu gehören ihre geografischen Angaben, wichtige Meilensteine der Geschichte dieser Region, bedeutsame touristische Ziele, d.h. landschaftliche touristische Ziele, Sehenswürdigkeiten und Städte, und die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von Tachau mit der bayerischen Stadt Bärnau. In der Arbeit erscheinen oft die Namen der Städte, Gemeinden oder Naturschutzgebieten. Die Autorin hat bei vielen davon auch ein deutsches Äquivalent gefunden, das neben dem tschechischen Äquivalent in den Klammern angegeben wird.

Im zweiten Kapitel beschäftigt sich die Autorin mit der allgemeinen Charakteristik des Tourismus und Erklärung der Grundbegriffe aus diesem Gebiet. Es werden hier auch die Möglichkeiten der Förderung im Bereich des Tourismus, die die Region Tachau bietet, und die Grundarten der gedruckten Werbematerialien charakterisiert. Zu diesen Materialien gehören das Plakat, das Flugblatt, der Katalog, die Broschüre, die touristische Informationstafel und der Prospekt. Besondere Aufmerksamkeit wird der Broschüre, der touristischen Informationstafel und dem Prospekt gewidmet, weil sie als Haupttypen der touristischen Materialien aus der Tachauer Region auch im praktischen Teil analysiert werden.

Im dritten Kapitel befasst sich die Autorin mit der linguistischen Charakteristik der touristischen Materialien in Bezug auf die linguistischen Teildisziplinen Stilistik, Morphologie, Syntax und Wortbildung. Zu diesem Kapitel gehört auch die Charakteristik der formalen Kriterien, denen die touristischen Materialien entsprechen sollen.

Das vierte Kapitel stellt die praktische Analyse der touristischen Materialien aus der Tachauer Region dar. Am Anfang werden die Orte spezifiziert, an denen die Autorin alle analysierten touristischen Materialien gesammelt hat. Dann folgt die Analyse aller stilistischen, morphologischen, syntaktischen und Wortbildungseinheiten, die in diesen Materialien erscheinen. Anschließend werden die Besonderheiten des Wortschatzes in diesen Materialien erwähnt, zu denen die Termini und die fremdsprachigen Elemente gehören. Die Autorin macht auch auf die Fehler aufmerksam, die diese Materialien oft enthalten und die die Rezeption und Wirkung der Texte negativ beeinflussen können. Weiterhin wird die Erfüllung der formalen Kriterien dieser Materialien beurteilt. Zuletzt ist dieses Kapitel der inhaltlichen Analyse aller gesammelten Materialien gewidmet. Alle Ergebnisse der praktischen Analyse werden durchlaufend kommentiert.

Das letzte Teil dieser Bachelorarbeit bringt die Zusammenfassung, in der die Ergebnisse der praktischen Analyse der ausgewählten touristischen Materialien aus der Tachauer Region beschrieben werden und in dem die Bedeutung dieser Materialien bei der Unterstützung des touristischen Interessens an diesem bis heute etwas vergessenen Gebiet der Tschechischen Republik bewertet wird.

2 Charakteristik der Region Tachov

Tachov (Tachau) ist eine Grenzregion, die sowohl durch ihre Geschichte, als auch durch ihre natürlichen und architektonischen Schönheiten interessant ist. Alle diese von den Touristen oft besuchten Schönheiten zusammen mit der regionalen Geschichte und grenzüberschreitenden Zusammenarbeit werden im folgenden Kapitel vorgestellt.

2.1 Geografische Angaben

Die Region Tachov (Tachau) befindet sich im westlichen Teil des Pilsner Bezirks und liegt an der tschechisch-bayerischen Grenze. Sie erstreckt sich auf einer Fläche von 1379 km², was 18,2% der Gesamtfläche des Pilsner Bezirks darstellt. In diesem Bezirk ist sie das zweitgrößte Gebiet, gleich hinter der Region Klatovy (Klattau), die das größte ist.¹ In der Region liegen acht Städte – Tachov (Tachau), Stříbro (Mies), Bor (Haid), Planá (Plan), Přimda (Pfraumberg), Bezručice (Weseritz), Černošín (Tschernoschin) und Kladruby (Kladrau).

Tachov (Tachau) ist eine Gebirgs- und Vorgebirgsregion, das Relief ist stark gegliedert. Diese Region ist ein Bestandteil des Böhmisches Waldes, der an der Staatsgrenze liegt. In diesem Gebirge befindet sich der Berg Havran (Großer Rabenberg), der mit seiner Höhe 894 m. ü. M. der höchste Punkt der Region ist.² Der bedeutungsvollste Wasserlauf der Region Tachov (Tachau) ist der Fluss Mže (Mies), der unweit der Staatsgrenze bei Tirschenreuth in Bayern entspringt. Hinter der Stadt Mies wurde das Wasserbecken Hracholusky (Hracholusk) erbaut. Die Umgebung der Stadt Tachov (Tachau) ist reich an Teichen, der größte ist der Regent, der sich in der Nähe von Chodová Planá (Kuttenplan) befindet.³

Bezüglich der Rohstoffe war historisch die Silber-, Blei-, Kupfer- und Zinnförderung für diese Region bedeutend. Im Jahre 1946 wurde in der Nähe von Zadní Chodov (Hinter-Kotten) das Uranvorkommen entdeckt, aber die Uranförderung wurde im Jahre 1992

¹ *Charakteristika okresu Tachov*. URL: https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_tachov [Stand: 12. November 2017].

² Ebd.

³ *Konstantinovy Lázně*. URL: <http://www.tachovsko.com/konstantinovy-lazne.html> [Stand: 12. November 2017].

eingestellt.⁴ In der Region befinden sich die Kohlensäurequellen. In Konstantinovy Lázně (Konstantinsbad), wo Herz- und Kreislaufkrankheiten geheilt werden, sind diese Quellen für die Heilzwecke verwendet.

Die zahlreichen Naturschätze der Region werden vom Staat geschützt. In der Region befinden sich zwei Landschaftsschutzgebiete, fünf Naturparks, ein nationales Naturreservat, 17 Naturdenkmäler und 18 Naturreservate (s. Kap. 2.3.1.1).⁵

2.2 Geschichte

Die ersten schriftlichen Aufzeichnungen über die Region Tachov (Tachau) stammen aus dem 12. Jahrhundert, als die Stadt Tachov (Tachau) in der Stiftungsurkunde des Klosters Kladruby (Kladrau) erwähnt wurde.⁶ Durch diese Region hat ein wichtiger Handelsweg geführt. Die Verbindung Nürnberg – Prag sollte mithilfe einer Straße unterstützt werden, die nur das damalige böhmische Gebiet berührte. Schließlich hat die Strecke die Städte Nürnberg – Erlenstegen – Lauf – Sulzbach – Hirschau – Etzenricht – Weiden – Altstadt/WN – Neustadt/WN – Püchersreuth – Plößberg – Bärnau – Tachau – Pilsen – Prag umfasst.⁷ Diese Straße, die wohl zu Zeiten Karls IV. den Namen „Goldene Straße“ trug, wurde von dem Herrscher mit zahlreichen Amtssitzen und Burgen geschützt.⁸ Eine von diesen Burgen war die Berg Přimda (Pfraumberg), welche die älteste erhaltene Burg und zugleich ein beliebtes touristisches Ziel in der Tschechischen Republik ist.

Die Goldene Straße hatte nicht nur eine politische, sondern auch eine wirtschaftliche Bedeutung. Aus Böhmen wurden entlang dieser Straße Kupfer, Zinn, Eisen, Schinken, Salz, Loden oder Ochsen geliefert, nach dann Böhmen Getreide, Wein oder Wolle.⁹ Die Goldene Straße trug somit zur Entwicklung der Geschäftsbeziehungen zwischen Böhmen und Deutschland bei.

⁴ Charakteristika okresu Tachov. URL: https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_tachov [Stand: 12. November 2017].

⁵ Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky. URL: <http://drusop.nature.cz/portal/> [Stand: 12. November 2017].

⁶ Nejstarší historie města. URL: <http://www.tachov.cz/nejstarsi-historie-mesta.html> [Stand: 15. November 2017].

⁷ Prospekt: *Goldene Straße in Bayern und Böhmen mit der „Verbotenen Straße“*

⁸ List, Ulrich (2010): *Goldene Straße*. URL: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Goldene_Stra%C3%9F [Stand: 15. November 2017].

⁹ Prospekt: *Goldene Straße in Bayern und Böhmen mit der „Verbotenen Straße“*

Ein wichtiger Merkschein der Tachauer Geschichte war die Hussitenrevolution. In der Zeit von 3. bis 4. August 1427 spielte sich die Schlacht bei Tachau ab. Die Hussiten eroberten die Stadt unter der Leitung des Heerführers Andreas Prokop. Das Denkmal, der sich in der Nähe von der Stadt Tachov (Tachau) auf dem Hügel Vysoká befindet, erinnert an diesen Hussitensieg.

Der Erste Weltkrieg brachte viele Tote mit sich. Nach diesem Krieg war die Region Tachov (Tachau) Bestandteil der ehemaligen Tschechoslowakischen Republik. Seit dem Jahre 1938 gehörte fast die ganze Region Tachov (Tachau) als Bestandteil des Sudetenlandes dem Deutschen Reich.¹⁰ Der Zweite Weltkrieg hatte das Ende aller jüdischen Kommunen in der Region Tachov (Tachau) zur Folge. Am Ende dieses Weltkrieges haben viele Todesmärsche durch die Stadt Tachov (Tachau) durchgeführt und zurzeit erinnern an diese traurigen Ereignisse zwei Denkmäler – Mohyla (Mügel), wo 232 Opfer beerdigt ist, und das Denkmal auf dem ehemaligen jüdischen Friedhof. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Region wieder ein Bestandteil der Tschechoslowakei.¹¹

Die Region Tachov (Tachau) war eng mit den Deutschen verbunden. Bis zum 14. Jahrhundert waren fast alle Einwohner dieser Region Deutsche und die bedeutendste Adelsfamilie, die aus der Tachauer Region kam, trug den deutschen Namen Schwanberg. Im 15. Jahrhundert begann die Germanisierung, seit dem Ende des 17. Jahrhunderts bildeten die Deutschen die Mehrheit der Bevölkerung. Im Jahr 1900 hatte die Stadt Tachov (Tachau) 5 217 Einwohner. 5 147 davon waren deutschsprachig und nur 26 davon waren tschechischsprachig. Aber im Jahre 1947, nach dem Ende des Zweiten Weltkrieges, wurden fast alle deutschen Einwohner ausgesiedelt.¹²

¹⁰ *Historie obce Tachov*. URL: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/9733/tachov/historie/> [Stand: 15. November 2017].

¹¹ *Tachov*. URL: <https://www.aktualne.cz/wiki/geografie/staty-a-mesta/tachov/r~eeefdd14cb1411e48da50025900fea04/?redirected=1524241356> [Stand: 15. November 2017].

¹² *Historie města Tachov*. URL: <https://www.tachov-mesto.cz/historie-mesta-tachov.html> [Stand: 15. November 2017].

2.3 Touristische Ziele

Obwohl Tachov (Tachau) nicht zu den wichtigsten touristischen Regionen in der Tschechischen Republik gehört, gibt es hier viele interessante touristische Ziele. Zu diesen Zielen gehören nicht nur die architektonischen Sehenswürdigkeiten, sondern auch die Naturschönheiten und die Städte.

Im Folgenden werden die landschaftlichen touristischen Ziele beschrieben, die sich in der Region Tachov (Tachau) befinden. Diese Ziele bestehen aus verschiedenen Naturschutzgebieten, Aussichtspunkten, einem Geopark und einem Geschichtspark. Dann werden die architektonischen Sehenswürdigkeiten und die bekanntesten Städte vorgestellt, die für die Touristen attraktiv sein können.

2.3.1 Landschaftliche touristische Ziele

2.3.1.1 Naturschutzgebiete

Die Region Tachov (Tachau) ist reich an Naturschutzgebieten. Wie bereits erwähnt wurde, befinden sich hier zwei Landschaftsschutzgebiete, fünf Naturparks, ein nationales Naturreservat, 17 Naturdenkmäler und 18 Naturreservate. Im Folgenden wird der terminologische Unterschied zwischen diesen Termini kurz erläutert.

Ein Landschaftsschutzgebiet ist ein rechtsverbindlich festgesetztes Gebiet, in dem ein besonderer Schutz von Natur und Landschaft erforderlich ist. Im Vergleich zu anderen Naturschutzgebieten besitzt das Landschaftsschutzgebiet eine eher geringe Schutzintensität.¹³ Ein Naturpark ist ein großräumiges, ländlich geprägtes Gebiet, das sich durch die Eigenart, Schönheit und Vielfalt seiner Natur auszeichnet und einen wertvollen Erholungsraum bietet.¹⁴ Ein nationales Naturreservat ist ein kleines Gebiet von außergewöhnlichen Naturwerten, in dem an ein natürliches Relief mit einer typischen geologischen Struktur bedeutende Ökosysteme gebunden sind.¹⁵ Ein Naturdenkmal ist ein

¹³ *Landschaftsschutzgebiete*. URL: <https://www.bfn.de/themen/gebietsschutz-grossschutzgebiete/landschaftsschutzgebiete.html> [Stand: 15. November 2015].

¹⁴ *Das Naturpark Südschwarzwald*. URL: <http://www.naturpark-suedschwarzwald.de/naturpark-suedschwarzwald> [Stand: 15. November 2017].

¹⁵ *Národní přírodní rezervace*. URL: http://www.env.cz/cz/narodni_prirodni_rezervace [Stand: 15. November 2017].

natürliches Gebilde von einer regionalen ökologischen, wissenschaftlichen oder ästhetischen Bedeutung, das neben der Natur auch vom Menschen gestaltet ist.¹⁶ Ein Naturreservat ist ein kleineres Gebiet von Naturwerten mit spezifischen Ökosystemen, die für das jeweilige geografische Gebiet typisch und relevant sind.¹⁷

Im Folgenden werden einige Naturschutzgebiete, die sich in der Region Tachov (Tachau) befinden, vorgestellt.

Český les (Böhmischer Wald)

Das Landschaftsschutzgebiet Český les (Böhmischer Wald) besteht aus einem Teil des Grenzgebirges Český les, der bis zum Dyleňský les (Tillenberger Wald) hinreicht. Die Landschaft ist vorwiegend waldig, die Umgebung des höchsten Punktes Čerchov (Schwarzkopf) bilden ausgedehnte Buchenwälder.¹⁸ Český les ist durch die gezwungene Vertreibung der ursprünglichen Bevölkerung gezeichnet, viele untergegangene Dörfer formen seine einzigartige Atmosphäre. Innerhalb des Landschaftsschutzgebietes wurden das Nationale Naturreservat Na požárech, die Naturreservate Broumovská bučina, Diana (Dianaberg) und Pavlova Huť (Paulushütte) und das Naturdenkmal Milov (Mühlloch) geschaffen.

Sedmihoří (Siebenbergen)

Sedmihoří (Siebenbergen) (*s. Anlage 2: Landkarte Nr. 1*) ist ein Naturpark, der vor allem aus den Landwirtschaftsgebieten und Teichen besteht. Der Name ist von sieben Bergen abgeleitet, die dieses Gebiet in einem Halbkreis umgeben und von denen der Berg Racovský vrch (Razauerberg, 619 m ü. M) am höchsten ist. Er liegt zwischen den Städten Horšovský Týn (Bischoftainitz) und Bor (Haid). Durch den Park führt ein Naturlehrpfad. Er bietet Informationen über das Relief der Landschaft, die Vegetation, Fauna, Geschichte der Besiedlung, traditionelle Handwerke und die gegenwärtige Forstwirtschaft.¹⁹

¹⁶ *Přírodní památka*. URL: https://www.mzp.cz/cz/prirodni_pamatky [Stand: 15. November 2017].

¹⁷ *Maloplošná zvláště chráněná území*. URL: <http://www.plzensky-kraj.cz/cs/clanek/maloplosna-zvlaste-chranena-uzemi> [Stand: 15. November 2015].

¹⁸ *Regionální pracoviště Správa CHKO Český les*. URL: <http://ceskyles.ochranaprirody.cz/> [Stand: 15. November 2017].

¹⁹ *Přírodní park Sedmihoří*. URL: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/prirodni-park-sedmihori.aspx> [Stand: 15. November 2017].

Krasíkov (Schwanberg)

Das Naturdenkmal Krasíkov (Schwanberg) erstreckt sich um dem Gipfel Krasíkov herum und gehört zur Gemeinde Kokašice (Kokaschitz). Auf dem Gipfel befindet sich die Burgruine Švamberg (Schwanberg). Durch das Naturdenkmal kommt das Naturpfad Krasíkov – Ovčí vrch (Schaffberg), der in Konstantinovy Lázně (Konstantinsbad) beginnt. Krasíkov ist ein Bestandteil des Geoparks GeoLocí (*s. weiter*).

Diana (Dianaberg)

Das Naturreservat Diana (Dianaberg) befindet sich im Gebirge Český les (Böhmischer Wald), unweit von der Stadt Přimda (Pfraumberg). Dieses Naturreservat trägt denselben Namen wie das naheliegende Jagdschloss, das mit dem Adelsgeschlecht Kolowrat verbunden ist. Das ganze Reservat ist mit Buchenwäldern bedeckt. Im Naturreservat können verschiedene geschützte Tierarten und Pflanzarten, wie z. B. die Viper oder der Bergmolch, beobachtet werden.²⁰

Die komplette Liste von allen Naturschutzgebieten, die sich in der Region Tachov (Tachau) befinden, ist in der Anlage 1 zu finden.

2.3.1.2 Geopark GeoLocí

Ein sehr bekanntes landschaftliches Ziel der Region Tachov (Tachau) ist der Geopark²¹ GeoLocí (*s. Anlage 2: Landkarte Nr. 2*). Das Gebiet des Geoparks umfasst die Region Tachov (Tachau) bis zur Staatsgrenze zu Bayern und die Stadt Úterý im Landkreis Plzeň-sever (Pilsen-Nord).²²

Der Geopark GeoLocí wurde mit dem Ziel errichtet, den Reiz der lokalen Landschaft, die durch spezifische geomorphologische Prozesse und anschließende Wirkung des

²⁰ *Rezervace Diana*. URL: <http://www.kolowrat.cz/cs/rezervace-diana> [Stand: 15. November 2017].

²¹ In Geoparks wird die Geschichte der Erde im wahrsten Sinne des Wortes „begreifbar“ und aktiv erlebbar. Geoparks machen sichtbar und verständlich, wo welche Gesteine und Rohstoffe unter den Füßen der Besucher verborgen sind und wie die Geologie die Entstehung der die Besucher umgebenden Landschaft und deren Nutzung beeinflusst hat. Bearbeitet nach: *Geopark – Was ist das?* URL: <http://geopark-wlt.de/den-geopark-verstehen/geopark-was-ist-das.html> [Stand: 19. November 2017].

²² *Územní vymezení*. URL: <https://geoloci.webnode.cz/mapa/> [Stand: 19. November 2017].

Menschen entstand, der Öffentlichkeit vorzustellen. Es umfasst z. B. die Stadt Konstantinovy Lázně (Konstantinsbad), wo sich viele Mineralquellen befinden, oder die Städte Planá (Plan) und Stříbro (Mies), in denen die Bergmannsvereine tätig sind.

Der nationale Geopark GeoLocí ist ein Teil des grenzüberschreitenden Bayerisch-Böhmischen Geoparks, der aus drei Regionen besteht. Dazu gehören weiter die Parks Bayern, Egeria und GeoLocí. Sie befinden sich in den Regionen Bayern, Karlovy Vary (Karlsbad) und Plzeň (Pilsen).²³

2.3.1.3 Aussichtspunkte und Aussichtstürme

Interessante touristische Ziele können auch verschiedene Aussichtspunkte und Aussichtstürme sein. Die Region Tachov (Tachau) bietet eine große Anzahl an diesen Zielen, zu denen z. B. die folgenden gehören:

- Aussichtsturm Vysoká, Tachov (Tachau) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 1*)
- Aussichtsturm Bohušův vrch, Planá (Bohuš-Hügel, Plan) (*s. Anlage 2: Landkarte Nr. 3*)
- Aussichtsturm auf dem Gipfel Havran (Großer Rabenberg)
- Aussichtspunkt Ovčí vrch (Schafberg)
- Aussichtsturm Březinka, Bernartice (Pernartitz)
- Aussichtsturm Milíře (Tachauer Brand) (*s. Anlage 2: Landkarte Nr. 4*)
- Aussichtspunkt Vlčí Hora (Wolfsberg)

Am interessantesten scheint der Aussichtsturm Vysoká in der Nähe von der Stadt Tachov (Tachau) zu sein, der im Jahre 2014 erbaut wurde. Dieser ungewöhnliche Aussichtsturm hat die Form einer Sanduhr und auf der Spitze des Turms befindet sich eine Webkamera, die das Geschehen im Aussichtsturm auf die Webseite der Stadt Tachov (Tachau) überträgt.

²³ Kohout, Jiří (2012): *Tachovsko má národní geologický park*. URL: <https://www.denik.cz/plzensky-kraj/tachovsko-ma-narodni-geologicky-park-20120505.html> [Stand: 19. November 2017].

Nachdem die Naturschönheiten der Region vorgestellt werden, werden im Folgenden die interessantesten Sehenswürdigkeiten vorgestellt.

2.3.2 Sehenswürdigkeiten

Die Region Tachov (Tachau) ist reich an bedeutenden architektonischen Sehenswürdigkeiten, von verschiedenen Burgen, Schlössern, Klöstern und Kirchen bis zu interessanten Museen und anderen Sehenswürdigkeiten. Im Folgenden werden die bekanntesten davon genannt.

Burgen:

- Přimda (Pfraumberg) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 2*)

Die Burgruine Přimda (Pfraumberg) steht auf dem gleichnamigen Gipfel in der Nähe der gleichnamigen Stadt. Sie ist die älteste erhaltene Burg in der Tschechischen Republik und im Mittelalter diente sie als Gefängnis für hochrangige Personen, wie z. B. den Přemysliden Ottokar II. Přemysl.

Weitere Burgen sind:

- Třebel (Triebel)
- Gutštejn (Guttenstein)
- Švamberk (Schwamberg)

Schlösser:

- Bor (Haid) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 3*)

Das Schloss Bor (Haid) ist pseudogotisch und birgt in sich bedeutende Reste einer frühgotischen Burg. Das Wahrzeichen des Schlosses ist der zylindrische Aussichtsturm mit einer Mauerstärke von 3,5 m.²⁴

Weitere Schlösser befinden sich in:

- Tachov (Tachau)

²⁴ Procházka 1995: 138

- Bezručice (Weseritz)
- Trpísty (Trpist)

Klöster, Kirchen und andere:

- Klášter Kladruby (Kloster Kladrau) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 4*)

Das Kloster Kladruby (Kladrau) ist eine ehemalige Benediktiner-Abtei und befindet sich in der gleichnamigen Stadt. Nach der Gründung des Klosters wuchs die Bedeutung dieser Stadt, weil sie auf der Goldenen Straße lag. Ein neuer Aufschwung trat erst nach dem Dreißigjährigen Krieg ein, der Höhepunkt war jedoch der großartige Umbau der Marien-Konvestinskirche im Stile der barocken Gotik im Jahre 1712-26, der dem Architekten Johann B. Santini anvertraut wurde.²⁵ Das Wahrzeichen dieser Kirche ist die Turmkuppel, die mit der goldenen Krone beendet ist. Das Kloster Kladruby (Kladrau) ist das Zentrum der Kultur und der Unterhaltung. Im Sommer findet hier regelmäßig das Musikfestival Kladrubské léto (Kladrau Sommer) statt.

Weitere bedeutende Kirchen und Religionsorte sind:

- Kostel Nanebevzetí Panny Marie, Tachov (Mariä-Himmelfahrt-Kirche, Tachau)
- Kostel sv. Václava, Tachov (Kirche St. Wenzel, Tachau)
- Kostel sv. Mikuláše, Bor (Kirche zum Hl. Nikolaus, Haid)
- Poutní místo Loreta, Bor (Wallfahrtsort Loretto, Haid) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 4*)

Museen:

- Muzeum Českého lesa v Tachově (Museum des Böhmisches Waldes in Tachau)
- Hornické muzeum, Planá (Bergbaumuseum, Plan)
- Pivovarské muzeum, Chodová Planá (Brauereimuseum, Kuttentplan)

Andere Sehenswürdigkeiten:

- Jízdárna, Světce (Reitschule, Heiligen bei Tachau) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 5*)

²⁵ Prospekt: *Okolí Přimdy/Umgebung von Přimda*. Shark Media s.r.o. a M'PLAN s.r.o. (2015).

Die Reitschule wurde im Jahre 1858 von Alfred I. zu Windischgrätz gegründet und zurzeit gilt sie als die größte Reitschule in der Tschechischen Republik und die zweitgrößte in Mitteleuropa (die größte ist die Wiener Hofreitschule). Seit dem Jahre 2000 verläuft ihre Rekonstruktion. In der Reitschule finden Besichtigungen, Konzerte und Ausstellungen statt.

Nach der Vorstellung der interessantesten Sehenswürdigkeiten werden im Folgenden die bekanntesten Städte der Tachauer Region vorgestellt.

2.3.3 Städte

In der Region Tachov (Tachau) gibt es interessante und schöne Städte, die klein (zw. 4 200 – 11 500 Einwohner), aber sehenswert sind. Die bekanntesten davon sind Tachov (Tachau), Bor (Haid), Planá (Plan) und Stříbro (Mies).

Tachov (Tachau)

Tachov (Tachau) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 7*) ist das Verwaltungszentrum eines gleichnamigen Landkreises und liegt in der unmittelbaren Nachbarschaft des Böhmisches Waldes. Gleichzeitig ist Tachov (Tachau) eine der ältesten Städte des Pilsner Bezirks, sie wurde im 13. Jh. vom König Ottokar II. Přemysl gegründet. Es befinden sich hier verschiedene Sehenswürdigkeiten aus der Zeit der Gotik, Renaissance, des Barocks und des Klassizismus.

Dazu gehören z. B. das neoklassizistische Schloss, die Stadtbefestigung aus dem 13. Jh., die Mariä-Himmelfahrt-Kirche oder die Reitschule in Světce u Tachova (Heiligen bei Tachau).²⁶

Bor (Haid)

Die Stadt liegt im südlichen Teil der Region Tachov (Tachau). Schriftlich wurde Bor (Haid) zum ersten Mal im Jahre 1263 erwähnt. In der Vergangenheit hatten die Stadt nur

²⁶ Prospekt: *Tachov – Nach Tachov, wegen seiner Geschichte, der Kultur und des Sports.*

drei Adelsgeschlechter im Besitz – die Herren von Bor (spätere Schwanbergs), die Herren von Götzen und die Herren von Löwenstein.²⁷

Wahrzeichen der Stadt ist das pseudogotische Schloss. In den letzten Jahren befindet es sich im Umbau und seit dem Jahre 2003 wurde es zu einem viel besuchten touristischen Ort. Zu anderen bedeutenden Plätzen dieser Stadt gehören die Kirche zum Hl. Nikolaus, der Wallfahrtsort Loretto oder das Rathaus.²⁸

Planá (Plan)

Planá (Plan) (*s. Anlage 3: Foto Nr. 8*) liegt an der Grenze der Gebirge Oberpfälzer Wald und Tepelská vrchovina (Tepler Hügelland). Unweit der Stadt befinden sich bekannte Kurorte Mariánské Lázně (Marienbad) und Konstantinovy Lázně (Konstantinsbad).

Die interessantesten Orte der Stadt sind die Mariä-Himmelfahrt-Kirche, das Schlossgelände, die St. Peter und Paul Kirche oder das Bergbaumuseum.

Sechs Kilometer von der Stadt entfernt liegt der Marktflecken Chodová Planá (Kuttenplan), der für die Bierbrauerei Chodovar berühmt ist.

Stříbro (Mies)

Stříbro (Mies) ist die zweitgrößte Siedlungseinheit des Tachauer Kreises. Die Stadt trägt den Namen nach dem Silberbergbau (Silber – auf Tschechisch *stříbro*) und im Deutschen nach dem Fluss Miesa (Mže). Aus den slawischen Bezeichnungen Mzea, Misa usw. entwickelte sich die deutsche Benennung Mies.²⁹

Die Allerheiligenkirche ist das Wahrzeichen der Stadt. Das Renaissance-Rathaus oder der Brückenturm gehören auch zu den bedeutendsten Sehenswürdigkeiten.

Andere Städte, die sich in der Region Tachau befinden, sind:

- Kladruby (Kladrau)
- Černošín (Tschernoschin)
- Bezručice (Weseritz)

²⁷ Broschüre: *Mikroregion Borsko*. Mgr. Petr Prášil.

²⁸ Prospekt: *Město Bor – Vítejte! Herzlich Willkommen!*

²⁹ Procházka 1995: 194

- Přimda (Pfraumberg)

Nachdem die bekanntesten Städte vorgestellt werden, hat wir der Geschichtspark Bärnau-Tachov vorgestellt, der im Rahmen der tschechisch-bayerischen Zusammenarbeit errichtet wurde und zu den interessanten touristischen Zielen der Region auch gehört.

2.4 Grenzüberschreitende Zusammenarbeit Bärnau-Tachov

In der Nähe von Tachov (Tachau), in Richtung zum Grenzübergang Pavlův Studenec / Bärnau (Paulusbrun / Bärnau) befindet sich der Geschichtspark Bärnau-Tachov, das größte mittelalterliche Freilandmuseum in Deutschland.

Dieser Geschichtspark zeigt das Leben der Menschen in der Zeit des frühen und hohen Mittelalters. Im Park wurden ein frühmittelalterliches slawisches Dorf, eine Turmhügelburg aus dem 11. Jahrhundert und eine hochmittelalterliche Siedlung erbaut. Man kann hier auch bei verschiedenen Veranstaltungen, wie z. B. Bogenschießen oder Bauen der Lehmwände, selbst aktiv sein.³⁰

Obwohl sich der Geschichtspark in Bärnau befindet, hat sich an seiner Entstehung auch die tschechische Seite, der Bürgerverband *Terra Tachovia*, beteiligt.

Der Geschichtspark Bärnau-Tachov hat das Ziel auf die gemeinsame Kultur der Deutschen und Slawen aufmerksam zu machen. Mehrere Dekaden lang hat zwischen den beiden Nationen der Eisernen Vorhang gehangen und auch nach der Öffnung der Grenzen sind sie zum Teil getrennt geblieben. Der Geschichtspark trägt zur Annäherung der Menschen aus Deutschland und Tschechien bei.

In der Region Tachau (Tachov) befinden sich viele interessanten touristischen Orte, die sowohl für die tschechischen, als auch die deutschen Besucher aus der böhmisch-bayerischen Region besuchenswert sind und aus der Region allmählich ein touristisch attraktives Gebiet machen.

³⁰ *Bärnau-Tachov*. URL: <http://www.landgasthof-schicker.de/aktiv-umgebung/geschichtspark-baernau-tachov> [Stand: 25. November 2017].

3 Tourismus

Die touristischen Materialien gehören zum Bereich des Tourismus. Deshalb werden im Folgenden das Terminus Tourismus und Möglichkeiten seiner Förderung in der Region Tachov (Tachau) allgemein erklärt. In diesem Kapitel werden auch die Grundarten der gedruckten Werbematerialien aus dem Bereich des Tourismus charakterisiert.

3.1 Allgemeine Erklärung des Begriffs Tourismus

Der Begriff Tourismus umfasst alle Reiseaktivitäten, die den zeitweisen Aufenthalt in einem anderen als einem gewöhnlichen Lebensmittelpunkt einschließen und bei denen die Rückfahrt Bestandteil der Reise ist.³¹ Nach dem Gabler Wirtschafts-Lexikon ist Tourismus *„die Gesamtheit aller Erscheinungen und Beziehungen, die mit dem Verlassen des üblichen Lebensmittelpunktes und dem Aufenthalt an einer anderen Destination verbunden sind.“*³²

Der Beteiligte wird Tourist, Ausflügler oder Resident genannt. Der Tourist ist nur ein zeitwilliger Besucher einer Destination. In dieser Destination muss er mindestens einmal übernachten, aber er kann hier keinen Urlaub verbringen, der länger als ein Jahr ist. Der Ausflügler bleibt in der Destination nur einen Tag, ohne dort zu übernachten. Der Resident muss in der Destination mindestens ein Jahr leben.³³

In der deutschen Sprache gibt es ein Synonym für den Begriff Tourismus, und zwar den Terminus Fremdenverkehr. Dieses Synonym war eher bis in die 1980-er Jahre gebräuchlich.³⁴ So haben sich heute z. B. die Fremdenverkehrsgesetze zu den Tourismusgesetzen entwickelt.

In der Tschechischen Republik gibt es einige europa- oder sogar weltweit bekannte und touristisch sehr beliebte Reiseziele. Es gibt aber auch Regionen, die etwas außerhalb des Hauptinteresses liegen, trotzdem sehenswert sind. So gehört auch die Region Tachov (Tachau) nicht zu den wichtigsten touristischen Regionen in der Tschechischen Republik, trotzdem gibt es hier viele interessante Orte, die für den Tourismus bedeutsam sind und auf verschiedene Weisen gefördert werden.

³¹ Mundt 2011: 3

³² *Tourismus*. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/tourismus.html> [Stand: 30. Januar 2018].

³³ Mundt 2013: 4f.

³⁴ Amstutz, Sonja (2016): *Was ist Tourismus?* URL: <http://tiro.ch/tourismus/2016/05/27/die-welt-des-tourismus/> [Stand: 30. Januar 2018].

3.2 Förderung des Tourismus in der Region Tachov

Die touristischen Ziele in der Region Tachov (Tachau) und auch die Region selbst werden mit Hilfe der Werbung propagiert.

Werbung ist die Verkaufsförderung für Güter, Dienstleistungen oder Ideen und zugleich zählt sie zu den wichtigsten Instrumenten der Marketingkommunikation.³⁵ Im Tourismus hat die Werbung das Ziel, den Rezipienten oder Touristen zu überzeugen, die jeweilige touristische Region zu besuchen.

Als Werbeträger haben sich im Bereich des Tourismus in der Region Tachov (Tachau) vor allem Druckerzeugnisse und Internetartikel durchgesetzt.

3.2.1 Werbung mittels der Druckerzeugnisse

Die Werbedruckerzeugnisse gehören zu den am häufigsten verbreiteten Werbekanälen. Der Grund dafür ist, dass sich das Werbedruckerzeugnis gleichzeitig mit der Erfindung des Buchdrucks zu entwickeln begonnen hat. Deshalb hat es einen Vorsprung vor anderen Medienkanälen.³⁶

Bei der Förderung mittels der Druckerzeugnisse werden als Werbemittel vor allem Prospekte, Plakate, Broschüren, Landeskarten, Ansichtskarten oder touristische Informationstafeln verwendet.

Die Werbung in der Druckform wirkt auf den Rezipienten visuell ein, und zwar durch das Wort und Bild. Es werden dabei verschiedene Instrumente, wie Fotografien, Zeichnungen, Grafiken oder Landkarten genutzt. Eine wesentliche Rolle spielen auch die formalen Merkmale der Werbung, wie z. B. grafische Bearbeitung, geeignet gewählte Farben und Schrift, Schlagzeile und andere. Die Sprache kann auch nicht unterlassen sein. Die Werbematerialien sollen keine grammatischen oder stilistischen Fehler enthalten und bei den mehrsprachigen Materialien soll man sich vergewissern, dass die Übersetzung in die Zielsprache korrekt ist.

Es ist auch wichtig, wo der Tourist oder Ausflügler das gedruckte Werbematerial erhalten kann, optimal ist eine allgemein zugängliche Stelle. Materialien, die sich auf die

³⁵ *Werbung*. URL: <http://www.onpulsion.de/lexikon/werbung/> [Stand: 30. Januar 2018].

³⁶ Mastný 2011: 49

Region Tachov (Tachau) beziehen, kann man vor allem in den Infozentren der Städte Bor (Haid), Tachov (Tachau), Planá (Plan) und Přimda (Pfraumberg) kostenfrei erhalten. Und immer öfter befinden sich an den touristisch bedeutenden Orten gedruckte Informationstafeln, die den Besuchern des jeweiligen Ortes die Informationen über dieses touristische Ziel näherbringen.

3.2.2 Werbung mithilfe des Internets

Die gedruckten Werbematerialien sind keine einzige Form der Werbung, die uns umgibt. Die Werbung verbreitet sich durch die Technologien und Medien, die ein wesentlicher Bestandteil der heutigen Zeit sind. Zu diesen Technologien zählt zweifellos das Internet.

Diese Form der Propagation wird z. B. benutzt, wenn der Tourist einen Ausflug, Wochenendaufenthalt oder Urlaub plant. Im Internet kann er alle nötigen Informationen über sein ausgewähltes touristisches Ziel finden, entweder über die Geschichte und Besonderheiten dieses Zieles oder auch über eine gut erreichbare Unterkunft und Verpflegung.

Bei der Werbung mithilfe des Internets können auch einige Mängel erscheinen, wie z. B. schlechte Übersichtlichkeit und Struktur der Webseiten. Es wäre ideal, wenn jedes gedruckte Werbematerial auch im Internet erreichbar und herunterzuladen wäre, um das touristische Ziel am effektivsten zu fördern.

3.3 Grundarten der gedruckten Werbematerialien

Gedruckte Werbematerialien gehören zu den am häufigsten verwendeten Werbemitteln. Es gibt sehr viele Arten dieser Materialien, aber natürlich sind einige davon wichtiger als die anderen. Das betrifft z. B. das Prospekt, das die am häufigsten genutzte Variante der Förderung der Region Tachov (Tachau) und ihrer touristischen Ziele darstellt. Im Folgenden werden die wichtigsten Arten der gedruckten Werbematerialien genannt.

Plakat

Plakat ist ein großer, mit dem Text, Bild oder Foto bedruckter Bogen Papier. Der französische Graphiker Savignac hat das Plakat als „Paukenschlag im Konzert der Werbemittel“ bezeichnet. Plakat hat die Funktion, Aufmerksamkeit des Menschen zu erregen.³⁷ Es konzentriert sich auf die Grund- und Kurzinformationen über eine aktuelle Veranstaltung oder ein aktuelles Ereignis aus dem Bereich des Tourismus.

Es ist sehr wichtig, wo das Plakat platziert wird, um so viele Leute wie möglich damit anzusprechen. Die beste Variante der Platzierung sind die öffentlichen Räume, wie z.B. Auskunftstafeln, Litfaßsäule, Bushaltestellen, Schaufenster oder andere Plätze, die von den Menschen häufig besucht werden, oder denen sie im Alltagsleben begegnen.

Flugblatt

Flugblatt ist ein ein- oder zweiseitig beschriftetes Papierblatt, das die wichtigsten Informationen über das Produkt beinhaltet. Es ist ein sehr einfaches Werbemittel. Seine Aufgabe ist vor allem die Aufmerksamkeit zu erregen und das Interesse am Produkt abzugewinnen. Ein Produkt ist dabei z. B. ein touristisches Ziel, das besuchenswert ist. Text und Grafik eines Flugblattes sollen sehr einfach sein, es soll ein großes Bild oder Foto beinhalten, die das vorgestellte Produkt abbilden. Die Aufgabe des Textes ist dem Leser eine Information so schnell wie möglich zu geben.³⁸ Das wichtigste ist den Rezipienten auf den ersten Blick zu fesseln, damit das Flugblatt nicht in einer Mülltonne endet. Es gibt auch ein

³⁷ Freyer 2009: 613

³⁸ Křížek 2008: 155

Synonym für den Begriff Flugblatt, und zwar das Wort *Flyer*. Dieses Wort kommt aus dem Englischen und bedeutet „fliegende Blätter“.³⁹

Katalog

Katalog stellt die Gesamtheit des Angebotes zusammen und seine Aufgabe ist umfassend zu informieren und zu konkreten Entscheidungen anzuregen.⁴⁰ Der Text eines Kataloges muss sachlich und deskriptiv sein und die Grundangaben über das jeweilige Produkt, hier ein touristisches Ziel, enthalten. Der Text muss auch übersichtlich sein, weil das Katalog vor allem zur Suche nach Informationen bestimmt ist.

Broschüre

Broschüre ist eine nichtperiodische Publikation mit einem Umfang von vier bis 24 Seiten.⁴¹ Sie wird auf ein hochwertiges Papier gedruckt und ihre Bögen werden mittels einer Befestigung miteinander verbunden. Die Broschüre informiert über interessante touristische Ziele, die besuchenswert sind. Zugleich informiert sie über Dienstleistungen, die in der gegebenen Region zugänglich sind.⁴²

Informationstafel

Zu den gedruckten touristischen Werbematerialien gehören auch die Informationstafeln. In den letzten Jahren erfreuen sie sich einer immer größeren Beliebtheit. Das betrifft auch die Region Tachov (Tachau), wo diese Informationstafeln sehr häufig auftreten. Sie befinden sich an verschiedenen touristisch bedeutsamen Orten, von den untergegangenen Dörfern im Grenzgebiet bis zu verschiedenen architektonischen und sonstigen Sehenswürdigkeiten in der Gegend von Städten.

Die Informationstafeln haben ein großes Format und sind meistens sehr hochwertig gedruckt. Sie beinhalten die wichtigsten Informationen über den jeweiligen Ort, die in der

³⁹ Hölscher, Lorenz (2012): *Was ist eigentlich ein Flyer?* URL: <https://www.akademie.de/wissen/flyer-selbst-gestalten/flyer> [Stand: 3. Februar 2018].

⁴⁰ Freyer 2009: 610

⁴¹ *Broschüren – Info*. URL: <https://www.copyhouse.de/broschueren-drucken-digitaldruck.php> [Stand: 3. Februar 2018].

⁴² *Broschüre*. URL: <http://www.wissen.de/fremdwort/broschuere> [Stand: 3. Februar 2018].

Region Tachov (Tachau) mindestens zweisprachig geschrieben sind. Da die Region Tachov (Tachau) unweit der deutschen Grenze liegt, sind diese Tafeln nicht nur auf Tschechisch, sondern auch auf Deutsch und oft auf Englisch geschrieben. Der Text wird um verschiedene Bilder und Fotos ergänzt.

Prospekt

Prospekt ist ein Druckerzeugnis, das zu den sog. traditionellen Werbemitteln im Tourismus gehört.⁴³ Laut des Gabler Wirtschafts-Lexikons werden Prospekte definiert als „*Werbefchriften im Umfang weniger Seiten, oft mehrfarbig und bebildert, in denen Waren oder Leistungen beschrieben, und oft auch der Preis angeführt wird*“ definiert.⁴⁴

Die Aufgabe des Prospekts im Bereich des Tourismus ist ausführliche Informationen über ein attraktives touristisches Ziel zu bieten und den Rezipienten zur Entscheidung zu bringen, diesen touristisch attraktiven Ort zu besuchen.

Prospekt ist ein Druckerzeugnis, das technisch und finanziell anspruchsvoll ist, und im Unterschied zu den anderen Werbedruckerzeugnissen wird er unterschiedlich distribuiert. Er kommt direkt in die Hände eines wirklichen Interessenten in einem Info- oder Reisebüro und von diesem Kunden wird er meistens angefordert.⁴⁵

Im Tourismusbereich verschiedene gibt es Empfehlungen, die eingehalten werden sollen, um den besten Prospektformat zu erreichen. Der Prospekt sollte den folgenden Anforderungen gerecht werden:⁴⁶

- **Anregungsfunktion** (Prospektäußeres): Es wird ein Nachdruck auf die Titelseite des Prospekts gelegt. Eine gut gestaltete Titelseite erregt die Aufmerksamkeit, die zu weiterer Lektüre des Prospektinhaltes anregt.
- **Informationsfunktion:** Der Prospekt muss klare und ausführliche Informationen über das touristische Ziel beinhalten.
- **Profilierungsfunktion:** Die Anbieter profilieren sich durch Prospekte.

⁴³ Freyer 2009: 610

⁴⁴ Gabler Wirtschafts Lexikon 1984: 876

⁴⁵ Křížek 2008: 156

⁴⁶ Freyer 2009: 612

- **Emotionale Funktion:** Der Prospekt muss eine angenehme Atmosphäre um das touristische Ziel schaffen.
- **Verkaufsfunktion:** Auf Grund des Prospektes soll der Kunde oder Interessent das touristische Ziel besuchen.

Nachdem der Bereich Tourismus, die Möglichkeiten seiner Förderung in der Tachauer Region und die Grundarten der Werbematerialien vorgestellt werden, zu denen die touristischen Materialien gehören, werden im folgenden Kapitel diese Materialien sprachlich und inhaltlich charakterisiert.

4 Sprachliche und formale Charakteristik der touristischen Materialien

4.1 Linguistische Charakteristik der touristischen Materialien

„Linguistik ist eine wissenschaftliche Disziplin, die sich mit der Beschreibung und Erklärung von Sprache, Sprachen und sprachlicher Kommunikation befasst.“⁴⁷ Sie wird in einzelne Teildisziplinen gegliedert, die sich in Methoden und Erkenntnissen voneinander unterscheiden. Im Folgenden werden vier Teildisziplinen davon detaillierter analysiert, denen auch im praktischen Teil eine besondere Aufmerksamkeit gewidmet wird, und zwar die Stilistik, Morphologie, Syntax und Wortbildung.

4.1.1 Stilistik

Im Allgemeinen bezeichnet das Wort Stil das äußere einheitliche Gepräge eines Kunstwerks, eines Menschen und einer Zeitepoche. Der Sprachstil ist der Prozess einer zielbewussten Auswahl und Anordnung der Sprachmittel, die sich bei der Entstehung eines Textes zeigen. Die Stilistik ist eine sprachwissenschaftliche Disziplin, die sich mit dem Sprachstil beschäftigt. Diese Disziplin legt den Nachdruck auf die Form eines Textes und seinen sprachlichen Aufbau. Ihre Aufgabe ist die Ausdrucksmittel in einem Text zu finden und die Funktion dieser Mittel zu bestimmen.⁴⁸

Im Rahmen der Stilistik werden mehrere Stile unterschieden. Die touristischen Materialien gehören aufgrund ihrer informativen, beeinflussenden, überzeugenden und erwerbenden Funktion zu der Werbung. Die Werbetexte werden im Rahmen der Stilistik dem Stil der Publizistik und Presse untergeordnet.⁴⁹

4.1.1.1 Stil der Publizistik und Presse

Stil der Publizistik und Presse ist ein Funktionalstil, der neben der mitteilenden, informativen und kommunikativen Funktion noch eine beeinflussende, überzeugende und

⁴⁷ Busch/Stenschke 2008: 5

⁴⁸ Čechová 1997: 9ff.

⁴⁹ Ebd. 193

erwerbende Funktion hat. Die im publizistischen Stil verfassten Texte weisen auch die Merkmale der Agitation, Propaganda und Werbung auf, deshalb stellen die Materialien aus dem Bereich des Tourismus mit ihrem Werbe-Charakter ein Teil der Publizistik dar.⁵⁰

Die Hauptaufgabe der publizistischen Texte ist die Adressaten aus verschiedenen sozialen Gruppen, mit unterschiedlicher Ausbildung und im verschiedenen Alter schnell, treffend und wirksam informieren. Ein publizistischer Text soll auch den Inhalt mit der maximalen Verständlichkeit, semantischen Eindeutigkeit, Unmittelbarkeit und Überzeugungskraft vermitteln.⁵¹

Die Hauptaufgaben der Publizistik, die mit ihrer erwerbenden und überzeugenden Funktion verbunden sind, beeinflussen die Auswahl der Sprachmittel. Die Sprache der publizistischen Texte verwendet meistens die neutrale Hochsprache, die mit Publizismen und anderen Ausdrucksmitteln angereichert wird.⁵²

Einige Ausdrucksmittel, die auch in den Materialien aus dem Bereich des Tourismus erscheinen können, sind z. B.:

Bildhafte Benennungen

Die Bilder, die in der Publizistik auftreten, basieren auf die Metaphorität und Bildlichkeit. Außer den Metaphern gehören zu dieser Kategorie auch die Vergleiche, Metonymien, Synekdochen oder Personifikationen. Diese Ausdrucksmittel erfüllen nicht nur eine mitteilende Funktion, sondern erregen auch die Aufmerksamkeit des Lesers und sie verleihen der Sprache Dringlichkeit.⁵³

Modewörter

Im Wortschatz der publizistischen Texte können viele Ausdrücke gefunden sein, die die Zeit ihrer Entstehung reflektieren. Es handelt sich um verschiedene Ein- oder Mehrwortbenennungen, evtl. feste Wendungen, die in der Politik, Wirtschaft, Kultur oder im Handel verwendet werden. Der Stil der Publizistik ist durch die zeitgenössische Sprache beeinflusst. Es entstehen neue Wörter, die neue Fakten reflektieren. Einige davon sind die

⁵⁰ Čechová 1997: 176

⁵¹ Ebd.

⁵² Ebd., 180

⁵³ Čechová 1997: 182

sog. Modewörter, die eine begrenzte Zeit lang in Mode sind. Es handelt sich um moderne Ausdrücke oder Verben, die z. B. mit verbalen Präfixen neulich verbunden werden, und auf diese Weise neue Bedeutungen entstehen⁵⁴ (z.B. *abearbeiten, ausfinanzieren*).

Phraseologismen

Im Stil der Publizistik werden viele Phraseologismen und Idiomen verwendet. Es gibt viele Arten davon, am häufigsten sind die kulturellen, literarischen, volkstümlichen und kolloquialen Phraseologismen vertreten. Einen Teil stellen auch die publizistischen Phraseologismen, m.a.W. Publizismen, dar. Es handelt sich um feste Wendungen, die in der publizistischen Kommunikation entstehen und die von den Publizisten verwendet werden⁵⁵ (z. B. *Maßnahmen treffen*). Publizismen sind oft durch die Verbindung des Substantivs mit einem kongruenten Attribut geäußert.

Kongruentes Attribut

Die kongruenten Attribute werden im Stil der Publizistik und Presse meistens verwendet, um die Aufmerksamkeit des Lesers zu wecken. Die Neuheit, Außergewöhnlichkeit und Witzigkeit des Ausdrucks, der mit Hilfe eines kongruenten Attributes gebildet wird, führt oft zur Aktualisierung des Textes.⁵⁶

Parenthese und Zitate

Parenthesen machen den Adressaten mit einer allgemeinen öffentlichen Meinung bekannt. Diese Ausdrucksmittel beleben den publizistischen Text, deshalb zählen sie zu den Mitteln der Stilaktivierung. Es werden die Parenthesen bevorzugt, welche die direkte Rede einleiten oder welche einen schon früher ausgesprochenen Gedanken vermitteln⁵⁷ (z. B. *Unsere Ansprüche, erwähnte der Vortragende, wachsen ständig*). Die Anwendung der direkten Rede wächst in der Publizistik ständig an.

⁵⁴ Čechová 1997: 183f.

⁵⁵ Ebd., 184f.

⁵⁶ Ebd., 187

⁵⁷ Čechová 1997: 188f.

4.1.2 Morphologie

Morphologie ist die Teildisziplin der Linguistik, die sich mit dem inneren Aufbau der Wörter befasst. Sie macht überschaubar, was als Wort vorgefunden wird und wie die Wörter erzeugt und verändert werden. Morphologie arbeitet nicht nur mit dem Begriff Wort, sondern auch mit dem Begriff Morphem. Morphem wird als kleinste bedeutungstragende Einheit einer Sprache definiert.⁵⁸

In der traditionellen deutschen Grammatik gibt es zehn Wortarten, und zwar die Substantive, Adjektive, Pronomina, Numeralien, Verben, Adverbien, Präpositionen, Konjunktionen, Partikeln und Interjektionen. Die ersten fünf davon sind flektierbar, d. h., dass sie nach ihren grammatischen Formen gegliedert werden. Die anderen fünf bleiben im Satz immer in der gleichen Form, sie sind nichtflektierbar. Für den praktischen Teil sind die Substantive, Adjektive, Verben und teilweise auch Numeralien von Bedeutung, weil sie oft in den touristischen Materialien erscheinen.⁵⁹

Die Substantiv-Dominanz wird vor allem mit der Tendenz zum Nominalstil, zu denen die touristischen Materialien neigen, begründet. Der Bedeutungsgehalt dieser Materialien wird durch die Nominalisierung von den Verben in die Substantive verlagert. Adjektive haben dann die Funktion, den Produkten positive Eigenschaften zuzuordnen. In diesem Fall werden unter dem Produkt vor allem Sehenswürdigkeiten und andere bedeutsame touristische Ziele verstanden, die besuchenswert sind.⁶⁰

Verben sind in den touristischen Materialien notwendig, weil sie die Werte dynamischer vermitteln (*leben, genießen* statt *Leben, Genuss*).⁶¹ Bei denen Verb können fünf grammatischen Kategorien, die Person, der Numerus, das Tempus, der Modus und das Genus bestimmt werden. Der Kategorie Tempus wird im praktischen Teil eine besondere Aufmerksamkeit gewidmet. Im Bereich der Tempusformen muss zwischen den Formen des Präsens, Präteritums, Perfekts, Plusquamperfekts und Futurs I und II unterschieden werden.

⁵⁸ Elsen 2011: 1

⁵⁹ Janich 2013: 150

⁶⁰ Janich 2013: 150f.

⁶¹ Ebd., 152

4.1.3 Syntax

Syntax ist die Lehre von Zusammenfügen sprachlicher Elemente zu immer größeren Einheiten bis hinauf zum Text. Der Gegenstand der Syntax ist der Satz. Es ist eine selbstständige Einheit, die aus einem finiten Verb und allen vom Verb verlangten Satzgliedern gebildet ist und durch Klangeinheit und Stimmführung gekennzeichnet ist.⁶²

Nach der traditionellen Grammatik existieren in der deutschen Sprache fünf Satzglieder, nämlich das Subjekt, Prädikat, Objekt, die adverbiale Bestimmung und das Attribut. Im praktischen Teil werden vor allem Subjekt, Prädikat, adverbiale Bestimmung und Attribut erwähnt sein.

Die Position des Subjekts können Nomen, Pronomen oder substantivische Pronomina im Nominativ und verschiedene Arten von Sätzen besetzen. Grundsätzlich gibt es Subjekte nur in finiten Sätzen. Finite Sätze im Deutschen haben in der Regel ein Subjekt, aber das gilt nicht immer.⁶³

Das Prädikat bestimmt zusammen mit dem Subjekt den Satz näher und enthält eine finite Verbform. Je nachdem, ob es sich um ein Verb oder mehrere handelt, ist das Prädikat einfach oder komplex. Das Deutsche kennt auch das Subjekts- und Objektsprädikativ. Das Subjektsprädikativ ist ein nicht-finites und nicht-verbales Teil eines mehrgliedrigen Prädikats bei sein-Verben, der sich auf das Subjekt bezieht. Das Objektsprädikativ ist ein nicht-verbales Teil des Prädikats bei Verben wie *nennen* oder *finden*, der sich auf das Objekt bezieht.⁶⁴

Als Objekte können Substantive oder substantivische Pronomina im Akkusativ, Dativ, Genitiv oder mit Präposition auftreten. Es werden dann folgende Arten von Objekten unterschieden: Akkusativobjekt, Dativobjekt, Genitivobjekt und Präpositionalobjekt. Statt von Akkusativ- und Dativobjekten wird oft von direkten und indirekten Objekten gesprochen.⁶⁵

Adverbiale Bestimmungen werden auch Adverbialien genannt. Sie beziehen sich auf das Verb oder auf den ganzen Satz und drücken die näheren Umstände des Geschehens, wie

⁶² Busch/Stenschke 2008: 117

⁶³ Meibauer et al. 2015: 156

⁶⁴ Ebd.

⁶⁵ Ebd.

den Ort, die Zeit, die Art und Weise oder den Grund, aus. Hiernach werden die Lokal-, Temporal-, Modal- und Kausaladverbien unterschieden.⁶⁶

Attribute gehören zu den Satzgliedern „zweiten Ranges“. D. h., dass es kein Satzglied, sondern ein in ein Satzglied eingebettetes Glied ist. Ihre Funktion ist, das von einem Substantiv Gesagte näher zu bestimmen. Sie können als Adjektive oder Partizipien, Substantive im Genitiv und Präpositionalkasus, Possessiv- und Demonstrativpronomen, Adverbien und Relativsätze erscheinen.⁶⁷

Zum Bereich der Syntax gehören auch die Satzarten. Im Deutschen lassen sich fünf Satzarten unterscheiden: Aussage-, Frage-, Aufforderungs-, Wunsch- und Ausrufesatz. Im praktischen Teil wird den Aussage-, Frage-, und Ausrufesätzen eine besondere Aufmerksamkeit gewidmet, wobei die letzten zwei Satzarten gegenüber dem Aussagesatz eine eher untergeordnete Rolle in den touristischen Materialien spielen.⁶⁸ Mit einem Aussagesatz wird eine Aussage gemacht und der Inhalt des Satzes wird als tatsächlich, möglich oder hypothetisch dargestellt. Mit einem Fragesatz wird nach dem Wahrheitsgehalt und Aspekt des in der Frage ausgedrückten Sachverhalts gefragt. Man unterscheidet zwei Typen von Fragesätzen, und zwar die Entscheidungs- und Ergänzungsfrage. Aufforderungsätze dienen zur Formulierung der Aufforderungen, Befehle, Ratschläge oder Forderungen. Mit einem Ausrufesatz wird die Verwunderung nach einem Sachverhalt ausgedrückt.⁶⁹

⁶⁶ Dürscheid 2000: 40

⁶⁷ Ebd., 44

⁶⁸ Janich 2013: 183

⁶⁹ Satzarten. URL: <https://www.lernhelfer.de/schuelerlexikon/deutsch/artikel/satzarten> [Stand: 8. Februar 2018].

4.1.4 Wortbildung

„Wortbildung ist Prozess der Bildung neuer Wörter, welcher der Erweiterung des Wortschatzes einer Sprache dient. Dabei werden auf verschiedene Weise Morpheme kombiniert.“⁷⁰ Die wichtigsten Typen der Wortbildung im Deutschen sind die Komposition und die Derivation.

Komposition wird auch die Zusammensetzung genannt. Unter diesem Begriff versteht man die Bildung eines neuen Wortes aus mindestens zwei vorhandenen Wörtern. Daraus entsteht ein Determinativkompositum, bei dem der erste Teil (Determinans) den zweiten (Determinatum) bestimmt.⁷¹ Dieses Determinativkompositum besteht also aus einem Grundwort und aus einem Bestimmungswort. In einigen Komposita kann das sog. Fugenelement erscheinen (*Lebensgröße*).

Derivation wird auch die Ableitung genannt. Es ist die Bildung eines neuen Wortes mit Hilfe von Affixen, die an den Stamm angefügt werden⁷² (*Regierung, Kommunikation*). Zu diesen Derivationsaffixen gehören Präfixe, Suffixe, Infixe und Halbsuffixe.

Neben diesen zwei Haupttypen der Wortbildung gibt es noch eine Reihe weiterer Typen, nämlich die Kürzung und Konversion.

Unter dem Begriff Kürzung (auch Abkürzung, Kurzwortbildung) versteht man weder einen Wortartwechsel noch eine semantische Modifikation. Es werden neue Wörter durch die Reduktion eines vollen Wortes nur auf einen Teil oder durch die Kombination von Anfangsilben oder mehreren Ursprungswörtern gebildet⁷³ (*BRD, Jh., Nr.*). Konversion ist eine syntaktische Transposition von Wörtern oder Wortgruppen ohne Stammvokalveränderung oder Affigierung⁷⁴ (*Leben, Kennzeichen*).

Im theoretischen Teil befasst sich die Autorin auch mit einigen diesen Wortbildungstypen, und zwar mit der Komposition, Derivation und Kürzung, die in den touristischen Materialien bevorzugt werden.

⁷⁰ Busch/Stenschke 2008: 94

⁷¹ Ebd., 95

⁷² *Kleines linguistisches Wörterbuch*. URL:

<https://www.mediensprache.net/de/basix/lexikon/index.aspx?qu=Derivation> [Stand: 10. Februar 2018].

⁷³ Fleischer 1995: 52

⁷⁴ Ebd., 48

4.2 Formale Bearbeitung der touristischen Materialien

Die Aufgabe der touristischen Materialien ist das Angebot an bedeutsamen Sehenswürdigkeiten und anderen touristisch attraktiven Orten auf einem Gebiet vorzustellen und über diese Orte zu informieren. Damit so viel Leute wie möglich gefesselt werden, gibt es einige formale Kriterien, die in den touristischen Materialien berücksichtigt werden sollen, damit sie optimal gestaltet werden und ihre Werbefunktion erfüllen. Diese Kriterien sind oft mit der Kreativität verbunden. Im Folgenden werden die drei wichtigsten Bestandteile der touristischen Materialien beschrieben, die diesem Ziel entsprechen, und zwar die Schlagzeile, der Fließtext und die Grafik.

4.2.1 Schlagzeile

Die Schlagzeile wird in der Fachsprache der Werbeleute durch den englischen Terminus *Headline* ersetzt. Sie ist ein zentrales Textelement, das die Aufmerksamkeit und das Leseinteresse wecken soll und die Funktion des sprachlichen und typografischen Blickfangs hat.⁷⁵

Bei einer Schlagzeile sind ihre sprachlichen Strategien interessant, die zum Wecken der Aufmerksamkeit dienen. Es handelt sich z. B. um die Frage, den Ausruf, die rhetorische Figur und intertextuelle Anspielung, das Wortspiel oder die auffällige Interpunktion. Die Relation zwischen der Schlagzeile und den Bildern in einem touristischen Material spielen bei der Erregung der Aufmerksamkeit auch eine wichtige Rolle.⁷⁶ Nicht nur diesen sprachlichen Strategien, sondern auch der Zugkraft der Schlagzeile, wird im praktischen Teil eine besondere Aufmerksamkeit gewidmet.

Die Schlagzeile entscheidet, ob auch der weitere Text der touristischen Materialien gelesen wird. Sie weckt die Aufmerksamkeit und das Interesse und zwingt den Leser dazu, stehen zu bleiben und mindestens einen Teil des Textes über eine touristische Sehenswürdigkeit zu lesen. Deswegen sollte der Gestaltung der Schlagzeile eine außerordentliche Aufmerksamkeit geschenkt werden.

Aus der Schlagzeile des touristischen Materiales sollte ersichtlich sein, worum es im Text geht. Es betrifft nicht nur die Information über den Inhalt, sondern auch die

⁷⁵ Janich 2013: 55

⁷⁶ Ebd., 57

überzeugende Funktion, also das Argument, warum der Leser das bestimmte touristische Material weiter lesen sollte. Die Schlagzeile soll originell sein, um Aufmerksamkeit des Besuchers auf das jeweilige touristische Material zu richten und die Neugier des Lesers zu wecken. Sie soll auch angemessen lang sein. Eine übermäßige Länge der Schlagzeile kann den Rezipienten von dem Lesen eines touristischen Materiales entmutigen. Die Schlagzeile soll mit dem Bild thematisch verbunden sein, um die Werbebotschaft fesselnd zu machen.⁷⁷

4.2.2 Fließtext

Fließtext wird auch *Textblock* genannt und in der Werbesprache kann er mit den englischen Begriffen *Copy*, *Textbody* oder *Body Copy* ersetzt werden. In einem Fließtext wird mehr über das touristisch attraktive Ziel ausgesagt als in der Schlagzeile. Er hat die Funktion, den Rezipienten möglichst ausführlich über dieses Ziel zu informieren.⁷⁸ Der Fließtext soll auch das Bildmotiv des touristischen Materiales sprachlich ausformulieren und mit weiteren Angaben ergänzen. Der Fließtext hat auch eine suggestive Funktion – er kann nämlich allein durch sein Vorhandensein eine gewisse Glaubwürdigkeit des Prospekts erzeugen.⁷⁹ Im theoretischen Teil wird sich die Autorin auch mit dem Fließtext befassen, in den touristischen Materialien werden vor allem die Länge der Texte und die Eindeutigkeit und Übersichtlichkeit dieser Texte untersucht.

Die Texte der touristischen Materialien sollten möglichst kurz verfasst werden. Die ideale Zeilenlänge z. B. des Prospekts, eines der im praktischen Teil am häufigsten vertretenen touristischen Materialien, ist zwischen 35 und 45 Anschlägen, damit der Text lesbar ist. Längere Texte sollten durch Absätze, Zwischenüberschriften und Hervorhebungen weiter strukturiert werden. Sowohl in der Schlagzeile als auch im Text sollten möglichst konkrete und bildhafte Wörter verwendet werden, weil sie einen höheren Erinnerungswert als abstrakte Wörter haben.⁸⁰

⁷⁷ Křížek 2008: 146ff.

⁷⁸ Janich 2013: 58

⁷⁹ Janich 2013: 58f.

⁸⁰ Schwejger/Schrattenecker 2013: 279

4.2.3 Grafik

Auf Grund einer Werbewirkungsforschung⁸¹ mit mehr als 150 Teilnehmern und 19 Prospektvarianten ist offenkundig, dass die grafische Bearbeitung eines touristischen Materiales eine große Rolle spielt. Sie kann der entscheidende Faktor dafür sein, ob der jeweilige touristische Material den Rezipienten fesseln wird. Eine gelungene grafische Bearbeitung der touristischen Materialien verbessert die Einstellung des Lesers zu diesen Materialien. Aus einer anderen Untersuchung geht hervor, dass der diese Materialien bilddominiert gestaltet sein sollten und die Texte auf wichtige Informationen beschränkt sein sollten.⁸²

Die Bilder sind wirksam, weil sie komplexe Botschaften übermitteln und das Wichtigste glaubwürdig und schnell mitteilen. Bildinformationen haben auch eine bessere Wirkung als Textinformationen. Je bildhafter die Informationen sind, desto besser werden sie im Kopf des Rezipienten behalten.⁸³ Die Informationen sollen prägnant und kontrastreich sein, um die Aufmerksamkeit des Lesers zu wecken.

Bei der Gestaltung von touristischen Materialien spielt auch die Farbe eine wichtige Rolle, weil sie Emotionen weckt. Farbige Materialien sind effektiver als schwarz-weiße Materialien, weil die farbige Werbebotschaft die Erinnerungsleistung des Lesers erhöht. Die Werbung allgemein arbeitet mit Farbkombinationen, in denen sich die Farben untereinander unterstützen und die Werbebotschaft unterstreichen. Z. B. Rot und Gelb haben die größte Signalwirkung, Blau und Rot ist die beliebteste Farbkombination.⁸⁴ In einer Untersuchung erwiesen sich dunkle Farbtöne als Töne mit Negativeffekt auf den Erinnerungsprozess.⁸⁵

Im theoretischen Teil wird der Grafik auch eine besondere Aufmerksamkeit gewidmet, nämlich der Bild- und Fotodominanz und ihrer Qualität, der Farben und der Übersichtlichkeit der touristischen Materialien.

Nachdem die touristischen Materialien sprachlich und formal charakterisiert werden, wird die praktische Analyse dieser Materialien durchgeführt.

⁸¹ Schweiger/Schrattenecker 2013: 273

⁸² Ebd.

⁸³ Ebd., 275f.

⁸⁴ *Farben und Werbung*. URL: http://www.farbenundleben.de/werbung/werbung_einzelfarben.htm. [Stand: 12. Februar 2018].

⁸⁵ Schweiger/Schrattenecker 2013: 273

5 Praktische Analyse von ausgewählten auf Deutsch verfassten touristischen Materialien aus der Region Tachov (Tachau)

Die Bachelorarbeit beschäftigt sich mit den auf Deutsch verfassten touristischen Materialien aus der Tachauer Region. Auf Grund der vorherigen Kapitel, in denen die Materialien aus dem Bereich des Tourismus allgemein vorgestellt und sprachlich und formal charakterisiert wurden, werden im Folgenden bereits konkrete ausgewählte Materialien ausführlich analysiert.

Zu diesen Materialien gehören vor allem Prospekte und Broschüren, die die Autorin in verschiedenen Informationsbüros und an anderen Orten gesammelt hat, und auch die Aufnahmen von touristisch bedeutsamen Informationstafeln, die die Autorin selbst gemacht hat.

Die Autorin arbeitet im praktischen Teil mit vielen konkreten Belegen aus dem analysierten Material. Eine gewisse Komplikation stellt dabei die Tatsache dar, dass die Materialien oft grammatische oder stilistische Fehler enthalten. Wegen der Authentizität hat die Autorin diese Fehler jedoch in den angeführten Beispielen unverändert gelassen. Den Fehlern wird auch ein selbstständiges Kapitel gewidmet.

5.1 Orte der Materialsammlung

Obwohl Tachov (Tachau) eine Region ist, die in der unmittelbaren Nähe zu Deutschland liegt, ist das Angebot an touristischen Materialien, die auf Deutsch oder auf Tschechisch mit der deutschen Übersetzung geschrieben sind, ganz gering. Mit diesen Materialien sind verschiedene Prospekte oder Broschüren gemeint, die in den Informationsbüros gesammelt werden können.

Dagegen gibt es in der Region viele touristische Informationstafeln, die ausführliche Informationen über die touristisch bedeutsamen Orte bieten und auf Tschechisch mit einer deutschen und englischen Übersetzung geschrieben sind. Diese Tafeln befinden sich sowohl in den Städten und in der Nähe ausgewählter Sehenswürdigkeiten, als auch an den Orten, an denen sich die untergegangenen Grenzdörfer befunden haben.

Um die auf Deutsch verfassten touristischen Materialien zu sammeln, hat die Autorin folgende Orte besucht:

Regionální informační centrum Tachov (Regionales Informationszentrum Tachau)

In diesem Informationszentrum wurden insgesamt fünf touristische Materialien gesammelt. Es handelt sich um Prospekte, die alle auf Deutsch geschrieben sind. Drei von diesen Prospekten beziehen sich auf die Stadt Tachov (Tachau) und die nahe liegende Gemeinde Světce (Heiligen bei Tachau) und enthalten die wichtigsten Informationen über die Geschichte der Stadt Tachov (Tachau), ihre Sehenswürdigkeiten und über die berühmte Reitschule in Světce (Heiligen bei Tachau), die die zweitgrößte in Mitteleuropa ist. Das Thema des nächsten Prospektes ist die Goldene Straße und der Geschichtspark Bärnau-Tachov. Dieser Prospekt befasst sich mit den deutschen und tschechischen Gemeinden, die sich auf der ehemaligen Goldenen Straße befinden, und ist um eine Landkarte ergänzt. Der letzte Prospekt, der in diesem Informationszentrum gefunden wurde, hängt inhaltlich mit der Natur des Landschaftsschutzgebiets Český les (Böhmischer Wald) zusammen.

Infocentrum Bor (Informationszentrum Haid)

Im Informationszentrum Haid wurden nur zwei touristische Materialien gefunden, und zwar ein Prospekt und eine Broschüre. Der Prospekt bringt dem Leser die Stadt Bor (Haid) und ihre interessanten touristischen Ziele nahe und die Broschüre beschreibt nicht nur die Stadt Bor (Haid), sondern auch die umliegenden Dörfer, die zur Mikroregion Borsko gehören. Beide diese Materialien sind auf Tschechisch mit der deutschen Übersetzung geschrieben.

Infocentrum Přimda (Informationszentrum Pfraumberg)

In diesem Informationszentrum hat die Autorin auch zwei touristische Materialien – zwei Prospekte erhalten. Der erste Prospekt ist nur in der deutschen Sprache verfasst und befasst sich mit dem Lehrpfad um die Gemeinde Přimda (Pfraumberg), der die gleichnamige Burgruine, den Gipfel, auf dem sich die Burgruine befindet, und die Stadt umfasst. Der zweite Prospekt beschäftigt sich mit der Umgebung von Přimda (Pfraumberg) und ist um eine Landkarte ergänzt.

Infocentrum Planá (Informationszentrum Plan)

Das Informationszentrum Plan ist der Ort, wo die meisten touristischen Materialien gefunden wurden. Es handelt sich um sechs Prospekte und drei Broschüren. Zwei Prospekte beschreiben die Stadt Planá (Plan) und die hiesigen Aussichtsorte und sind auf Tschechisch mit der deutschen und englischen Übersetzung geschrieben. Der nächste Prospekt, der in derselben Sprachkombination verfasst ist, behandelt die Brauereien in der Region Pilsen, zu welchen auch die Brauerei in Chodová Planá (Kuttenplan) gehört. Die nächsten zwei Prospekte betreffen die touristischen Ziele in der Region Tachov (Tachau) und den Radweg Tirschenreuth-Planá und sind in der Kombination deutsch- tschechisch verfasst. Der letzte Prospekt, der in diesem Informationszentrum gesammelt wurde, ist dem Denkmal von den Opfern des Faschismus in Planá (Plan) gewidmet und ist auf Tschechisch mit der deutschen, englischen und russischen Übersetzung geschrieben. Die ersten zwei Broschüren befassen sich mit der Stadt Planá (Plan) und ihren Sehenswürdigkeiten und die dritte Broschüre beschreibt die Bierpfade durch die Region Pilsen, zu denen auch die Brauerei in Chodová Planá (Kuttenplan) gehört. Alle Broschüren sind in der Sprachkombination Tschechisch-Deutsch-Englisch verfasst.

Muzeum Českého lesa v Tachově (Museum des Böhmisches Waldes in Tachau)

Im Museum des Böhmisches Waldes in Tachau hat die Autorin nur zwei touristische Materialien erhalten, und zwar zwei Prospekte. Der erste Prospekt befasst sich direkt mit dem Museum und ist auf Tschechisch mit der deutschen und englischen Teilübersetzung geschrieben. Der zweite Prospekt ist nur auf Deutsch geschrieben und enthält die Informationen über das Sommer-Barock-Festival, das im Jahre 2017 in mehreren Schlössern und anderen Sehenswürdigkeiten der Tachauer Region stattgefunden hat.

Jízdárna, Světce (Reitschule, Heiligen bei Tachau)

In der Umgebung dieser bedeutsamen Sehenswürdigkeit hat die Autorin drei touristische Informationstafeln fotografiert. Diese Tafeln betreffen die Reitschule und ihren Gründer Alfred I. zu Windischgrätz (*s. Anlage 4: Foto Nr. 1*), sowie die Quelle, die sich an der Reithalle befindet (*s. Anlage 4: Foto Nr. 2*). Der Text der Informationstafeln ist auf Tschechisch und Deutsch geschrieben.

Rozhledna Vysoká, Tachov (Aussichtsturm Vysoká, Tachau)

Unfern von dem Aussichtsturm Vysoká, der erst vor einigen Jahren erbaut wurde, hat die Autorin fünf touristische Informationstafeln fotografiert, die nicht nur diesen Aussichtsturm, sondern auch die Hussitenschlacht bei Tachov (Tachau), das nahe liegende Denkmal, das an die Schlacht erinnert (*s. Anlage 4: Foto Nr. 3*), und auch die geschützte Fauna in der Umgebung von Tachov (Tachau) (*s. Anlage 4: Foto Nr. 4*) und das regionale Biozentrum beschreiben. Der Text der Tafeln ist auf Tschechisch geschrieben und ins Deutsche und Englische übersetzt.

Město Planá (Die Stadt Plan)

Die Stadt Planá (Plan) ist reich an verschiedenen touristischen Informationstafeln. Die Autorin ist durch die Stadt gegangen und hat Fotos von insgesamt vier Tafeln gemacht. Diese Tafeln enthalten ausführliche Informationen über die städtischen Sehenswürdigkeiten, zu denen z.B. die Kirche Mariä Himmelfahrt (Kostel Nanebevzetí Panny Marie) oder die sog. Šliks Münzpräge (Šlikovská mincovna) gehören. Zwei von diesen Tafeln sind mit der Expedition Erdgeschichte – Oberpfalz und Westböhmen verbunden⁸⁶ (*s. Anlage 4: Foto Nr. 5*). Die touristischen Informationstafeln, die sich in der Stadt Planá (Plan) befinden, sind auf Tschechisch mit der deutschen und manchmal mit der englischen Übersetzung geschrieben.

Grenzdörfer

Die Autorin hat einige Grenzdörfer besucht und die Fotos von vier dortigen touristischen Informationstafeln gemacht. Es handelt sich um die Dörfer Diana (Dianaberg) (*s. Anlage 4: Foto Nr. 6*), Nová Ves (Neudorf), Nové Domky (Neuhäusel) und Milíře (Brand). Diese Tafeln sind reich an ausführlichen Informationen über die Geschichte der Dörfer, die dortige Fauna, Flora u. a. und sind in der Sprachkombination Tschechisch-Deutsch verfasst.

⁸⁶ Die deutsche Übersetzung ist zusammen mit der tschechischen Version der Bestandteil der Informationstafel *Šlikovská mincovna v Plané – Expedice do historie země Horní Falc a Západní Čechy*.

Untergegangene Grenzdörfer

Die touristischen Informationstafeln befinden sich auch an Stelle der untergegangenen Grenzdörfer der Tachauer Region. Die Autorin hat diejenigen fotografiert, die die Geschichte der ehemaligen Dörfer Hraničky (Reichenthal), Svatá Apolena (St. Apollonia) und Mlýnské Domky (Mühlhäusel) auf Tschechisch und auf Deutsch beschreiben.

5.2 Linguistische Analyse der ausgewählten touristischen Materialien

Im Folgenden werden die ausgewählten touristischen Materialien, die die Autorin an den oben erwähnten Orten gesammelt hat, linguistisch charakterisiert. Die Analyse betrifft die Stilistik, Morphologie, Syntax und Wortbildung, dann die Besonderheiten des Wortschatzes, zu denen die Termini und fremdsprachige Elemente gehören, und schließlich die Fehler, die in diesen Texten oft auftreten.

5.2.1 Stilistische Analyse

Wie im theoretischen Teil erwähnt wurde, ist die Stilistik eine sprachwissenschaftliche Disziplin, die sich mit dem Sprachstil beschäftigt. Bezüglich der Stilistik gehören die ausgewählten auf Deutsch verfassten touristischen Materialien aufgrund ihrer informativen, beeinflussenden, überzeugenden und erwerbenden Funktion zum Stil der Werbung. Die Werbetexte werden im Rahmen der Stilistik dem Stil der Publizistik und Presse untergeordnet.⁸⁷

Die Hauptaufgaben der Publizistik, die mit ihrer erwerbenden und überzeugenden Funktion verbunden sind, beeinflussen die Auswahl der Sprachmittel. Zu diesen Sprachmitteln gehören die bereits erwähnten bildhaften Benennungen, Modewörter, Phraseologismen, kongruenten Attribute, Parenthesen und Zitate. Alle diese Sprachmittel werden in den ausgewählten touristischen Materialien verwendet, weil sie Aufmerksamkeit

⁸⁷ Čechová 1997: 9ff.

des Lesers erregen und der Sprache eine Dringlichkeit verleihen. Im Folgenden werden einige Beispiele dieser Ausdrucksmittel angeführt.

a) *Beispiele der bildhaften Benennungen*

Prospekt *Lehrpfad um den Přimda*: „Dass es wirklich so war, bestätigen in den Sommermonaten in Přimda Büsche goldiger Blüten des Ginsters, *einer Pflanze, die der Burg den Namen gab.*“

Prospekt *Památník obětem fašismu – Planá u Mariánských Lázní*: „Das Denkmal in Planá erinnert an den Zweiten Weltkrieg, der der Welt schmerzhaft Wunden zugefügt hat.“

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá*: „Zu den interessanten Spaziergänge lockt das Gebiet von Kosí-Bach, über das sich der Wolfsberg mit dem Naturschutzgebiet und der Burgruine von Wolfstein erhebt.“

Informationstafel *Městská památková zóna – zámecké předměstí (Planá)*: „Die Häuser der Untertanen wuchsen vorwiegend in der südlichen Richtung, denn im Westen war Burghügel mit Teichen und Sümpfen umgeben und im Osten begann unmittelbar das Festungswerk der Stadt.“

b) *Beispiele der Modewörter*

Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“*: „Auf dem ungefähr 6 km langen Wanderweg erfahren Sie viel Wissenswertes, das Sie vielerorts mit eigenen Augen sehen oder mittels *interaktiver* thematischer Elemente hautnah erleben können.“

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Kladruby (Kladrau)*: „Es ist auch möglich, sich den Führer *gratis* aus der Box am Paneel gegenüber des Klostereingangs auszuleihen.“

Prospekt *Investition in Ihre Zukunft*: „Das Objekt beinhaltet unter anderem auch Umkleideräume mit kompletter Sozialeinrichtung inkl. *Fahrradservice.*“

c) *Beispiele der Phraseologismen*

Prospekt *Sommer Barock Festival 2017*: „Den Besuchern wird in jedem Ort ein umfangreiches Programm geboten, bei dem man den Barock wirklich *mit allen Sinnen erleben* kann; sei es nun durch die barocke Musik, eine Kostüm-Modenschau. Besichtigungen oder ein zeitgenössisches Feuerwerk.

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Tachov (Tachau)*: „Der Grabstein des Wunderrabiners Nachum Solfer, zu dem die Menschenmengen seiner Glaubgenossen gewandert sind, ist einer Strassenverbreitung im J. 1968 zum Opfer gefallen.“

Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“*: „Auf dem ungefähr 6 km langen Wanderweg erfahren Sie viel Wissenswertes, das Sie vielerorts *mit eigenen Augen sehen* oder mittels interaktiver thematischer Elemente *hautnah erleben* können.“

d) Beispiele der kongruenten Attribute

Prospekt *Planá – vyhlídková místa/Planá – Aussichtsorte/Planá – Viewpoints*: „In der Unterseite der Steinbruchwand sind *kugelförmige*, teilweise *zwiebelähnliche zerfallene* Basalte freigelegt, begleitet von einem *weissgelben, rostig gefleckten* Lehm, der perfekt einen *zerlegten ursprünglichen* Basalte darstellt.“

Broschüre *Mikroregion Borsko*: „Das als „*Mikroregion Bor*“ ausgewiesene Gebiet hat eine Ausdehnung von 324,26 km² und ca. 9500 Bewohner.“

Informationstafel *Kolowratova stezka – Diana*: „Die auf dem Hügel liegende Ortschaft inmitten des *englischen* Parks ist nach dem *gleichnamigen* Schlösschen des Grafens Heinrichs Kolowrat-Krakovsky genannt“.

e) Beispiele der Parenthesen und Zitate

Broschüre *Mikroregion Borsko*: „An der Kreuzung steht, *dem Schloss gegenüber*, die Lorettokirche.“

Informationstafel *Příhraniční stezka – Naučné stezky Rozvadov – Hraničky*: „Der Hochofen, *errichtet hier um 1730*, stand im Nordteil des Dorfes unterhalb des Fischweihers, aber sein Betrieb war nicht von langer Dauer.“

Prospekt *Lehrpfad um den Přimda*: „Damals erfuhr der Fürst Vladislav von einer gewissen Burg, die ohne seine Einwilligung im Grenzwald „*von irgendwelchen Deutschen*“ errichtet worden sein sollte.“

5.2.2 Morphologische Analyse

Wie bereits im Kapitel 4.2.2 geschrieben wurde, gibt es in der traditionellen deutschen Grammatik zehn Wortarten. Fünf davon sind flektierbar und die anderen fünf bleiben im Satz immer in der gleichen Form, also sie sind nichtflektierbar. Im praktischen Teil wurden die flektierbaren Wortarten bevorzugt untersucht, vor allem Substantive, Adjektive, eine kleinere, jedoch erwähnenswerte Rolle spielen auch die Numeralien. Im Folgendem werden Beispiele dieser vier Wortarten, die sich in den touristischen Materialien oft erscheinen, angeführt.

a) Beispiele der Substantive

Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“*: „Infolge der *Besiedlung* gelangten neue *Elemente* in die *Landschaft – Felder, Wiesen, Teiche, Mühlbäche, Gärten und Wege*.“

In dem erwähnten Beispiel werden mithilfe der Substantive alle natürlichen Schönheiten bekannt, die sich in der Lehrpfadumgebung befinden. Außerdem trägt die Tatsache, dass der Oberbegriff *Elemente* um konkrete Beispiele dieser Elemente ergänzt wird, dazu bei, dass der Prospekt an Anschaulichkeit und Leserfreundlichkeit gewinnt. Die Absicht des Autors war dabei den Rezipienten durch die Anhäufung von diesen Objekten der Realität zum Staunen zu bringen und zum Besuch dieser Landschaft anzulocken.

In den ausgewählten touristischen Materialien erscheint oft auch der Nominalstil, ein Beispiel dazu ist der Prospekt *Tachov – nach Tachov wegen seiner Geschichte, der Kultur und des Sports*: „*Es kam hier zur Verbindung der Elemente* der Industriearchitektur mit der Vorstellung eines aristokratischen Baus.“ (Statt: *Die Elemente* der Industriearchitektur wurden mit der Vorstellung eines aristokratischen Baus verbunden.). Der Nominalstil wird in den touristischen Materialien wegen der Sprachökonomie benutzt, um eine Sachverhalt möglichst knappe und präzise Beschreibung des Sachverhalts zu erzielen.

b) Beispiele der Adjektive

Ein Beispiel der Informationstafel, der besonders viele Adjektive enthält, ist die Informationstafel *Meilenstein der Zeit: Alfred I. zu Windischgrätz* befinden, sind: *schriftlich*,

ehemalig, prunkvoll, bedeutend, böhmisch, gewaltig, romantisch, neoromanisch, leidenschaftlich, repräsentativ, tschechisch, bayerisch, national und mittelalterlich.

Adjektive, die sich in den ausgewählten touristischen Materialien oft wiederholen, sind: *interessant, ursprünglich, ehemalig, reich, bedeutend, wichtig, alt, groß, klein, schriftlich, kulturell und historisch.*

In den touristischen Materialien ordnen Adjektive den touristischen Zielen, z. B. bestimmten Sehenswürdigkeiten, positive Eigenschaften zu. Da diese touristischen Ziele z. B. *wichtig* oder *bedeutend* sind, wird der Rezipient mehr daran interessiert sein, diese Ziele zu besuchen. Adjektive zielen auch auf konkrete Interessen eines Rezipienten, so dass z. B. eine bestimmte Sehenswürdigkeit, die im *romantischen* oder *neoromanischen* Stil gebaut wird, die Aufmerksamkeit eines Rezipienten mit Interesse an Geschichte und Architektur fesseln kann.

c) Beispiele der Verben

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá*: „Die Stadt *liegt* in unmittelbarer Nähe von Marienbad und Kostantinsbad.“

Informationstafel *Chráněná fauna v okolí Tachova/Geschützte Fauna in der Umgebung von Tachov/Protected Fauna around Tachov*: „Im Fluss Mies *lebt* eine zahlreiche Population der kritisch vom Aussterben bedrohten Flusskrebse und der Neunages.“

Prospekt *Lehrpfad um den Přimda*: „Als *sich* der Kaiser selbst während einer seiner Jagden bei der unbekanntenen Burg *verirrte*, *fand* er hier seine Tochter und auch seinen Schwiegersohn.“

Verben sind in den touristischen Materialien notwendig, weil sie eine Tätigkeit, einen Zustand oder ein Geschehen zum Ausdruck bringen und die Dynamik der Sätze tragen, insbesondere in den Erzählungen.

Was die Kategorie Tempus betrifft, werden die Verben in den ausgewählten touristischen Materialien sowohl im Präsens, als auch im Präteritum und Perfekt verwendet. Das Präsens bezieht sich auf etwas allgemeines Gültiges, z. B. dass eine Stadt an einem Ort *liegt* oder dass ein Flusskrebs *lebt*. Mittels des Präteritums und Perfekts beschreiben die

Autoren die Ereignisse, die in der Vergangenheit geschehen sind und oft für die Geschichte eines Ortes bedeutsam sind.

Den Verben stehen auch die Funktionsverbgefüge nahe, weil sie eine differenzierte Zeitraum-Betrachtung ermöglichen. In den ausgewählten touristischen Materialien erscheinen sie aber nur selten. Beispiele der Funktionsverbgefüge, die sich in diesen Materialien befinden, sind:

Prospekt *Heiligen bei Tachau*: „Dieser stolze Feudalherr unterdrückte im Jahre 1848 den berühmten Prager Aufstand, bei dem seine Gemahlin Eleonore *ums Leben kam*.“

Prospekt *Investition in Ihre Zukunft*: „Beim Objekt *steht* ein Parkplatz mit 25 Parkplätzen *zur Verfügung*.“

Prospekt *Planá u Mariánských Lázní – Der Antrag der Grundstücke, das Stadtindustrialgebiet/Offer of lands, municipal industrial zone*: „Die Umgebung der Stadt *bietet* viele *Möglichkeiten* zu einem schönen Ausflug.“

d) Beispiele der Numeralien

Im Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“* befinden sich Kardinalzahlen: „Derzeit sind es *11* Denkmäler, *18* Reservate und *7* besondere Erhaltungsgebiete.“

In der Broschüre *Mikroregion Borsko* sind die Ordinalzahlen verwendet: „In der *ersten* Hälfte des *13.* Jahrhunderts gehörte es Ratmir von Skviřín.“

Im Prospekt *Meilenstein der Zeit: Alfred I. zu Windischgrätz* erscheint die Wiederholungszahl: „Er erklärte diese Straße zur Reichsstraße, auf der er nachweislich *52 Mal* reiste.“

In den ausgewählten touristischen Materialien kommen vor allem die Kardinalzahlen und die Ordinalzahlen vor. Mithilfe der Kardinalzahlen wird hier die Menge der Schönheiten und Besonderheiten, die jeweilige bestimmte touristische Ziel bietet, hervorgehoben. Die Ordinalzahlen dienen dazu bestimmte Ereignisse, die sich in der Gegenwart, vor allem in der Geschichte, ereignet haben, zeitlich zu verankern.

5.2.3 Syntaktische Analyse

Syntax ist die Lehre von Zusammenfügen sprachlicher Elemente zu immer größeren Einheiten bis hinauf zum Text. Wie bereits im Kapitel 4.2.3 erwähnt wurde, gehören zum Bereich der Syntax vor allem Satzglieder und Satzarten. Die Satzglieder, die in den ausgewählten touristischen Materialien bevorzugt untersucht wurden, sind Subjekt, Prädikat, adverbiale Bestimmung und Attribut.

Zum Bereich der Syntax gehören auch die Satzarten. In den ausgewählten touristischen Materialien erscheinen vor allem Aussagesätze, manchmal auch Frage- und Aufforderungssätze. Im Folgenden werden Beispiele dieser erwähnten Satzglieder und Satzarten genannt.

5.2.3.1 Satzglieder

a) Beispiele des Subjekts

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá*: „Die Stadt liegt in unmittelbarer Nähe von Marienbad und Konstantinsbad.“

Informationstafel *Vyhlídková stezka – Naučné stezky Rozvadov – Bobr říční*: „Der Flussbiber ist unser größtes Nagetier.“

Im Subjekt kann oft das aktive und handelnde Element des Satzes gefunden werden und in den ausgewählten touristischen Materialien wird es vor allem mithilfe eines Substantivs ausgedrückt. Schon aus der Bedeutung des Substantivs im Subjekt geht oft hervor, um welches Thema (Natur, Sehenswürdigkeiten) es sich im Satz handeln wird.

b) Beispiele des Prädikats

Broschüre *Mikroregion Borsko*: „Die malerische Ausschmückung der Kapelle erfolgte um die Mitte des 16. Jahrhunderts.“

Broschüre Bierpfade durch die Region Pilsen: „In der Vergangenheit konnten die Besucher hier zum Beispiel das zwölfgradige Sněhulák (Schneemann), das sechzehngradige Kat (Henker) oder das neungradige Kojenec (Säugling) probieren.“

Auf der Informationstafel *Mlýnské Domky* wird das Subjektsprädikativ verwendet: „Der Schwarzstorch (*Ciconia nigra*) ist der weniger bekannte Vertreter aus der Ordnung Sumpfvögel, Familie Störche.“

Alle Prädikate, ob einteilige, ob mehrteilige, helfen dazu eine Tätigkeit oder einen Zustand zum Ausdruck zu bringen. Es betrifft nicht nur die Ereignisse, die sich in der Gegenwart ereignet haben, sondern auch eine allgemeine Behauptung, die derzeit bekannt ist oder bekannt gemacht werden soll.

c) Beispiele der adverbialen Bestimmung

Im Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Tachov (Tachau)* wird die temporale adverbiale Bestimmung vertreten: „Im J. 1848 hatte Tachov 287 jüdische Einwohner.“

Auf der Informationstafel *Vyhlídková stezka – Naučné stezky Rozvadov – Miliře* erscheinen lokale adverbiale Bestimmungen: „Diese Ortschaft liegt *am Rande* der Pfraumberger Wälder *östlich* von St. Katharina.“

Im Prospekt *Lehrpfad um den Přimda* befindet sich eine modale adverbiale Bestimmung: „Damals erfuhr der Fürst Vladislav von einer gewissen Burg, die *ohne seine Einwilligung* im Grenzwald „von irgendwelchen Deutschen“ errichtet worden sein sollte.“

Die adverbialen Bestimmungen modifizieren in den ausgewählten touristischen Materialien die Umstände einer Situation oder eines Zustands. Sie dienen auch zur Erhöhung des informativen Charakters der Materialien.

d) Beispiele des Attributes

Im Prospekt *Lehrpfad um den Přimda* wird das Genitiv-Attribut verwendet: „Die Ruinen *der einstigen Burg* bestehen heute aus dem mächtigen vierkantigen Steinturm, dem sog. Donjon.“

Im Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“* befindet sich das präpositionale Attribut: „Bis zur Besiedlung *durch den Menschen* war das Gebiet des Böhmisches Waldes (deutscher Teil: Oberpfälzer Wald) von Mischwald bedeckt, was mehr oder weniger bis zum Ende des 16. Jahrhundert andauerte, als die ersten Glashütten entstanden.“

Auf der Informationstafel *Památník na Vysoké/Denkmal Hohen Stein/Vysoká Memorial* erscheinen viele Adjektiv-Attribute: „Auf dem 1,8 km *langen* Pfad erwartet Sie 10 Stationen mit *interessanten* Fakten und Daten zur *hiesigen* Natur und Geschichte.“

Attribute dienen in den ausgewählten touristischen Materialien dazu, eine ergänzende, spezifizierende Information über ein Objekt der Realität zu bringen. Außerdem haben sie auch eine überzeugende Funktion, vor allem wenn sie durch Adjektive ausgedrückt sind. Da sie ein Objekt, wie z. B. eine Sehenswürdigkeit, ausführlicher näherbeschreiben und diesem Objekt eine interessante Eigenschaft verleihen, wird der Rezipient schließlich dazu überzeugt, dieses Objekt zu besuchen.

5.2.3.2 Satzarten

a) Beispiele der Aussagesätze

Prospekt *Okolí Přimdy/Umgebung von Přimda*: „*Přimda ist wahrscheinlich die älteste Burg in Böhmen, die Chronica Boemorum von Cosmas erwähnt es im J. 1121.*“

Informationstafel *Husitská bitva u Tachova/Die Hussitenschlacht bei Tachov/Hussite battle at Tachov*: „*Am 4. 8. 1427 sollten sich am Hügel Vysoká die Hauptmänner des Kreuzfeldzuges versammeln.*“

Die Aussagesätze bringen in den ausgewählten touristischen Materialien eine allgemeine, objektive Information oder auch eine subjektiv gefärbte Behauptung zum Ausdruck und beschreiben Ereignisse, die in der Gegenwart, vor allem in der Geschichte des Ortes geschehen sind oder geschehen sollten.

b) Beispiel des Fragesatzes

Informationstafel *Naše regionální biocentrum/Unser regionales Biozentrum/Our regional biocentre*: „*Wussten Sie, dass ÚSES ein vernetztes System der natürlichen und künstlich erbauten naturnahen Ökosysteme ist, die ein Naturgleichgewicht erhalten?*“

Mithilfe der Fragesätze wird festgestellt, ob ein Sachverhalt gilt oder nicht, oder sie dienen zur Spezifizierung des Unbekannten in einem Sachverhalt. Der Fragesatz, den die Autorin gefunden hat, stellt den sog. rhetorischen Fragesatz dar. D. h., dass der Gestalter des touristischen Materiales keine Antwort auf seine Frage erwartet, statt dessen hat diese Frage eine informative und kommunikative Funktion, zugleich da mit ihrer Hilfe der Kontakt zu dem Leser gestaltet wird.

c) Beispiele der Ausrufesätze

Broschüre *Bierpfade durch die Region Pilsen*: „*Kennt man doch Bier des Pilsner Typs (Pilsner oder Pils) sogar in Australien!*“

Prospekt *Město Bor. Vítejte! Herzlich Willkommen!*: „*Herzlich Willkommen!*“

Ausrufesätze rufen in den ausgewählten touristischen Materialien positive Emotionen und Begeisterung hervor und bringen Verwunderungen zum Ausdruck, was durch Stelen des auslösenden Wortes (*kennt*) an den Anfang des Satzes verstärkt wird.

5.2.4 Wortbildungsanalyse

Laut des Kapitels 4.2.4 befassen sich die Linguisten im Rahmen der Wortbildung mit der Bildung neuer Wörter und mit der Erweiterung des Wortschatzes. In den touristischen Materialien wird allgemein das Wortbildungsmuster der Komposition und Ableitung bevorzugt, die nach dem theoretischen Teil zu den wichtigsten Typen der Wortbildung im Deutschen gehören, häufig ist auch die Kürzung.

Im Folgenden werden Beispiele der Komposita, Derivate und Kürzungen, die in den ausgewählten touristischen Materialien gefunden wurden, angeführt.

a) Beispiele der Komposita

Prospekt *Muzeum Českého Lesa v Tachově/Das Böhmerwaldmuseum in Tachau/The Museum of the Bohemian Forest: Dauerexpositionen, Weltkrieg, Gebirgsvorland, Holzstatuengruppe, Lebensgrösse, Musikautomate.*

Informationstafel *Pramen u jízďárny/Quelle an der Reithalle: Steinbogen, Haupteingang, Reithalle, Wasserzufuhr, Wasserquelle, Vierzehn-heilige-Helfer-Kapelle, Lichter-Erscheinung, Felsbrocken.*

Die Komposita dienen zur Informationsverdichtung, sie sind daher ein Mittel der Sprachökonomie. Sie dienen auch zur Benennung neuer Erscheinungen und Tatsachen und zu Kurzen und Knappen des Sachverhalts.

b) Beispiele der Derivate

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Tachov (Tachau): Ansiedlung, Erwähnung, Regierung, Heirat, Belagerung, Abschub, königlich, einnehmen, übergehen.*

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá: Erlebnisse, Umgebung, Förderung, Dienst, Kommunikation, Bedingung, Besitzer, Aufbau.*

Derivate haben in den ausgewählten touristischen Materialien vor allem die Funktion, den Nominalstil zu unterstützen. Viele Derivate sind Substantive, die aus den Verben entstanden sind.

c) Beispiele der Kürzungen

Die Autorin hat viele Kürzungen gefunden, und zwar auf den Informationstafeln. Es handelt sich sowohl um übliche Kürzungen, zum Teil aus dem Bereich der Mathematik oder Geschichte, wie z. B. *m, km, kg, ha, ü. d. M., J., Jh., Nr., St.*, als auch spezielle Kürzungen, wie z. B. *RBC* (das regionale Biozentrum), *BRD* (Bundesrepublik Deutschland), oder *ÚSES* (System der ökologischen Stabilität). Auch die Kürzungen tragen zur Sprachökonomie bei.

5.2.5 Besonderheiten des Wortschatzes

5.2.5.1 Termini

In den ausgewählten touristischen Materialien erscheinen oft bestimmte Termini, die zu einem Fachgebiet gehören und somit einen spezifischen Fachwortschatz bilden. In diesem Fall handelt es sich vor allem um den Bereich der Geschichte, der Ökologie und Naturschutzes.

Aus dem Bereich der Geschichte können in den Materialien folgende Beispiele gefunden werden:

Prospekt Heiligen bei Tachau: *Mittelalter, Ritter, Herrschaftsbesitzer, Fürst, Feudalherr, Nachfolger*

Broschüre Mikroregion Borsko: *Besitzer, Adelsfamilie, Nachkommen, Renaissance-Malereien, Geschlecht, mittelalterlich, Kaiser, Graf*

Aus dem Bereich der Ökologie und des Naturschutzes können in den Materialien folgende Beispiele gefunden werden:

Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glasshütten in der Umgebung von Lesná“*:
Landschaft, Landschaftsschutzgebiet, Naturdenkmal, Naturreservat, Erhaltungsgebiet, Tierart, Pflanzenart

Informationstafel *Naše regionální Biocentrum/Unser regionales Biozentrum/Our regional biocentre*: *Biozentrum, Biogebiet, Population, Fauna, Flora, Ekosystem, Naturgebiet, Naturschutzgesetz, Naturngleichgewicht*

Alle diese Termini unterstreichen den Bedeutungsinhalt eines bestimmten touristischen Materiales und sie zeigen auch die Fundierung dieser Material. Im Falle der Tachauer Region kann vor allem der Wortschatz aus dem Bereich der Ökologie für regionalspezifisch gehalten werden und zugleich für einen Beweis der Attraktivität der Region gerade auf dem Gebiet der Schönheiten.

In den ausgewählten touristischen Materialien erscheinen oft Wörter, die zwar keine Termini sind, aber zum Bereich des Tourismus gehören:

Prospekt *Investition in ihre Zukunft*: *Tourismus, Sportareal, Fahrradweg, Fahrradroute, Schießstand,*

Prospekt *Sommer Barock Festival 2017*: *Besucher, Konzert, Festival, Festivalprogramm, Veranstaltung, Speisen, Getränke, Musik*

5.2.5.2 Fremdsprachige Elemente

Fremdsprachige Elemente spielen in der Werbung, zu der auch die touristischen Materialien gehören, eine bedeutende Rolle. In der deutschsprachigen Werbung wird vor allem das *Englische* bevorzugt, am zweithäufigsten wird aus dem Französischen entlehnt, gefolgt vom Italienischen und Spanischen. Die Lehnwörter werden eingesetzt, weil sie auf den Rezipienten fremd wirken, Assoziationen zum Fremdem wecken und exotische Sprachenvielfalt zeigen,⁸⁸ was den Eindruck erregt, dass die touristischen Materialien modern sind. In den ausgewählten touristischen Materialien erscheinen vor allem die *Anglizismen* und Wörter aus dem Französischen, Ausdrücke aus **Latein** und auch ein Wort aus dem Griechischen.⁸⁹

Prospekt *Investition in Ihre Zukunft: Fahrradrouen, Fahrradservice, **Arboretum***

Prospekt *Tachov – nach Tachov wegen seiner Geschichte, der Kultur und des Sports: Skilift, Skatepark, Minigolf, Bowling*

Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“: Holzreservoir*

Prospekt *Tachovsko – 50 + 50 turistických cílů/von den touristischen Zielen: GPS Koordinate*

Prospekt *Lehrpfad um den Přimda: **Chronica Boemorum***

Prospekt *Sommer Barock Festival 2017: Workshop, Barock-Negligé, Feuershow, Instrumental-Ensembles*

Broschüre *Bierpfade durch die Region Pilsen: Restaurants, Bars, Whirlpool, Massage, **Aroma**, Protein*

Broschüre *Planá – Průvodce po městských památkách/Sehenswürdigkeitenführer durch die Stadt/Sightseeing Guide: Renaissance*

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá: Sommersaison*

Broschüre *Mikroregion Borsko: Interieur*

Informationstafel *Husitská bitva u Tachova/Die Hussitenschlacht bei Tachov/Hussite battle at Tachov: Garnison*

⁸⁸ Janich 2013: 158ff.

⁸⁹ Der Ursprung dieser Wörter wird im Wörterbuch *Duden* überprüft.

Informationstafel *Památník na Vysoké/Denkmal Hohen Stein/Vysoká Memorial: Terrain*

Informationstafel *Rozhledna Tachov – Vysoká/Aussichtsturm „Vysoká“/The „Vysoká“ observation tower: Plateau, Zwischenplateau*

Fremdsprachige Elemente haben in diesen touristischen Materialien auch die Funktion, Internationalität zu vermitteln und ein spezifisches Image der touristischen Ziele zu bilden.⁹⁰

5.2.6 Sprachfehler

Als ein spezifisches Merkmal der untersuchten Materialien müssen auch die Fehler betrachtet werden. In den ausgewählten touristischen Materialien erscheinen tatsächlich viele Fehler. Es handelt sich vor allem um Tippfehler, die wahrscheinlich vor dem Druck nicht kontrolliert wurden. Einige davon sind:

a) überflüssige Lücken in den Wörtern

Der ganze auf Deutsch verfasste Text der Informationstafel *Vyhlídková stezka – Naučné stezky – Rozvadov – Hraničky* enthält überflüssige Lücken, die im Tschechischen vor und nach den Buchstaben mit Häkchen, im Deutschen vor und nach den Umlauten und vor und nach dem scharfen S eingesetzt werden: „Auch Reichenthal (*Hrani č ky*), das sich einst in einem Tal ausbreitete und das jetzt der *rei ß ende* Grenzbach *durchflie ß t*, ging eine *Glassh ü tte* voraus, *erw ä hnt* in den Jahren 1737 – 1755.“

b) sinnlose Worttrennung in der Mitte einer Zeile

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá*: „Ihre Werke stellten hier schon manche *bil- dende* Künstler aus.“

⁹⁰ Janich 2013: 164

c) fehlende Buchstaben in den Wörtern

Prospekt *Planá u Mariánských Lázní – Der Antrag der Grundstücke, das Stadtindustriegebiet/Offer of lands, municipal industrial zone*: „Es gibt hier das Landkreiskrankenhaus mit Poliklinik, zwei Grund- und Oberschulen, eine Berufsschule, eine Kunstvolkshochschule, das Postamt, *Niedrlassungen* von einigen Bankhäusern, ...“

Informationstafel *Příhraniční stezka – Naučné stezky Rozvadov – Nové Domky, Památník likvidace železné opony*: „Durch den politischen Umsturz in *Oseuropa* und die Öffnung des „Eisernen Vorhang“ im Herbst 1989 ...“

d) fehlende Kommas

Prospekt *Město Bor. Vítejte! Herzlich Willkommen!*: „Die Burg erbauten die Nachfolger des Ratmir von Skviřín um die Hälfte des 13. Jahrhunderts als Wasserburg mit einem mächtigen Walzturm mit einem Mauerwerk (,) das bis zu 3,5 m stark ist.“

e) falsche Groß- und Kleinschreibung

Auf der Informationstafel *Obnova jízďárny je financována z rozpočtu města Tachova a dotacemi Ministerstva kultury ČR z Programu záchrany architektonického dědictví* beginnt ein Satz mit dem kleinen Buchstaben: „*der* einzigartige Dachstuhl über der Halle ist subtil und technisch perfekt ausgeübt.“

f) falsche Verwendung von Interpunktion

Auf der Informationstafel *Chráněná fauna v okolí Tachova/Geschützte Fauna in der Umgebung von Tachov/Protected Fauna around Tachov* wird statt der Klammer ein Anführungszeichen verwendet: „Stark vom Aussterben bedrohte Vogelarten sind hier auch zu finden (der Drehkopf und der Grünspecht), im Region eher rare Arten (der Buntspecht, der Grünspecht, der Fliegenschnäpper.“ “

Einige der Fehler betreffen den Bereich der Morphologie:

a) falsches Genus des Verbs/Ausfall des Subjekts

Auf der Informationstafel *Šlikovská mincovna v Plané* soll in einem Satz das Wort *nicht* gleich nach dem Verb stehen: „An welcher Stelle die Münzpräge in Plan ihre Tätigkeit

angefangen hat, kann mit Sicherheit nicht festlegen.“ (statt „..., kann mit Sicherheit nicht festgelegt werden“) oder „..., kann *man* mit Sicherheit nicht festlegen“)

b) falsche Verwendung von Genus

Auf der Informationstafel *Chráněná fauna v okolí Tachova /Geschützte Fauna in der Umgebung von Tachov/Protected Fauna around Tachov* wird bei Wort *Region* statt des Femininums ein Maskulin verwendet: „Stark vom Aussterben bedrohte Vogelarten sind hier auch zu finden (der Drehkopf und der Grünspecht), *im* Region eher rare Arten (der Buntspecht, der Grünspecht, der Fliegenschnäpper.“ (statt „..., in der Region eher rare Arten...“)

Das Vorkommen dieser Sprachfehler kann auf den Rezipienten unprofessionell wirken und es kann die Vertrauenswürdigkeit der touristischen Materialien in Zweifel gezogen werden. Es kann auch verursachen, dass der Rezipient den touristischen Material nicht weiter lesen wird, da die Fehler die Rezeption des Textes aus seiner Sicht zu negativ beeinflussen.

5.3 Analyse der formalen Kriterien in den ausgewählten touristischen Materialien

5.3.1 Schlagzeile

Wie bereits im Kapitel 4.3.1 geschrieben wurde, ist die Schlagzeile ein zentrales Textelement, das die Aufmerksamkeit und das Leseinteresse des Rezipienten wecken soll. Die Schlagzeile überdeckt sich in dieser Analyse mit dem Titel des touristischen Materials. Es gibt einige sprachliche Strategien, die eingesetzt werden, um die Aufmerksamkeit des Lesers zu wecken, nämlich die Fragen, Ausrufe, Aufforderungen, intertextuelle Anspielungen, Wortspiele oder eine auffällige Interpunktion. Die Schlagzeile soll auch inhaltlich originell, treffend und angemessen lang sein.⁹¹

⁹¹ Janich 2013: 57

Nach der Meinung der Autorin sind die Schlagzeilen der gesammelten touristischen Materialien meistens nicht besonders originell und beeindruckend und enthalten meist nur den Namen des jeweiligen touristischen Ziels. Trotzdem gibt es einige Exemplare, deren Schlagzeile einen Ausruf oder auffällige Interpunktion enthält, oder nach der Autorin einfach originell ist, weil sie sie zum weiteren Lesen des touristischen Materials überzeugt hat. Materialien, welche die Autorin wegen der Ausrufesätze und auffälligen grafischen Zeichen (hier Ziffern und das +-Zeichen) originell findet, sind z. B. Prospekt *Město Bor. Vitejte! Herzlich Willkommen!* (s. Anlage 5: Material Nr. 1) oder Prospekt *Tachovsko – 50 + 50 turistických cílů/von den touristischen Zielen*. Die Autorin hat auch festgestellt, dass die Schlagzeile einiger Materialien nicht angemessen lang ist und auf den Rezipienten verwickelt wirken kann. Das betrifft z. B. den Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „die Glashütten in der Umgebung von Lesná“*. Manchmal ist der Titel auch aus dem Grund sehr lang, da er aus mehreren Sprachversionen besteht.

Die Schlagzeilen der gesammelten touristischen Materialien sind meistens mit dem Bild thematisch verbunden, was ihnen auch die Zugkraft gibt. Sie haben auch eine andere Farbe als der Rest des Textes und sind oft mit Großbuchstaben geschrieben.

5.3.2 Fließtext

Nach dem Kapitel 4.3.2 soll der Fließtext der touristischen Materialien eindeutig, übersichtlich und angemessen lang sein. Was die Prospekte und Broschüren betrifft, die die Autorin gesammelt hat, entsprechen sie fast allen diesen Kriterien. Der Text dieser Materialien ist dank seiner Gliederung in die Untertitel und Absätze übersichtlich, er enthält nur die bedeutendsten Informationen über das jeweilige touristische Ziel und seine Länge entspricht somit auch dem Kriterium der Länge, das im theoretischen Teil teilweise erwähnt wurde. Die Informationen sind sowohl in den zusammenhängenden Sätzen, als auch in Punkten geschrieben.

Im Folgenden werden einige Beispiele der touristischen Materialien angeführt, deren Fließtext nach der Meinung der Autorin besonders gelungen ist, weil er nur auf die wichtigsten und bedeutsamen Informationen gezielt, in kleinere Absätze geteilt und sinnvoll mit den Bildern und Fotos verknüpft ist.

Prospekt *Heiligen bei Tachau* (s. Anlage 5: Material Nr. 4)

Prospekt *Sommer Barock Festival 2017*

Prospekt *Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“*

Broschüre *Mikroregion Borsko*

Daneben gibt es ein paar Prospekte und Broschüren, deren Fließtext zu lang ist und unnötige Informationen enthält. Der Text ist in keine Absätze gegliedert und die Dichte der Wörter ist zu groß, also für den Rezipienten kann es schwierig und langweilig sein, dieses Material zu lesen. Um diesen Fall handelt es sich nach der Autorin bei folgenden gesammelten Materialien:

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – die Stadt Tachov (Tachau)* (s. Anlage 5: Material Nr. 10)

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Kladruby (Kladrau)*

Prospekt *Okolí Přimdy/Umgebung von Přimda*

Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá*

Was die Informationstafeln betrifft, die die Autorin analysiert hat, sind die formalen Kriterien unterschiedlich eingehalten. Einige Informationstafeln sind klar und übersichtlich geschrieben und befassen sich nur mit dem Wichtigsten, was der jeweilige Ort bietet. Aber es gibt auch solche, deren Text angemessen lang ist, die Schrift jedoch zu klein und daneben die Dichte der Wörter zu groß ist. Die Autorin hat festgestellt, dass dieses Problem vor allem die Informationstafeln betrifft, die sich in der Stadt Planá (Plan) befinden. Es handelt sich z. B. um diese Informationstafeln:

- *Šlikovská mincovna v Plané*
- *Kostel Nanebevzetí Panny Marie/Kirche der Jungfrau Maria Himmelfahrt und Umgebung/Ascension of the Virgin Mary Church with surrounding*
- *Zámecké předměstí/Schlossvorstadt/Castle Suburb*
- *Expedice do historie země Horní Falc a Západní Čechy/Expedition Erdgeschichte – Oberpfalz und Westböhmen* (s. Anlage 4: Foto Nr. 5)

5.3.3 Grafik

Nach dem Kapitel 4.3.3 spielt die Bebilderung eines touristischen Materialies eine große Rolle und die Bildinformationen haben eine bessere Wirkung auf den Leser als Textinformationen. Die gesammelten touristischen Materialien sind meistens sehr gut grafisch gestaltet und mit vielen Fotos und Bilder angereichert. Was die Qualität betrifft, hat die Autorin keine Fotos und Bilder gefunden, die von minderer Qualität oder unscharf wären. Die Materialien enthalten Fotos, die sich auf das jeweilige touristische Ziel beziehen, wie z. B. Fotos von Burgen, Schlössern, Museen, Aussichtstürmen, aber auch von der Fauna und der Essen. Neben dieser Thematik gibt es in den Materialien einige weitere interessante Bilder, wie z. B. die Wappen der beschriebenen Städte. Einige Materialien sind auch um die Landkarten ergänzt. Im Folgenden werden einige Beispiele der gesammelten Materialien angeführt, die nach der Meinung der Autorin wegen ihrer schönen Fotos und Bilder, die von guter Qualität sind, und wegen der geeignet gewählten Farbe ihres Hintergrundes am besten grafisch gestaltet sind:

Prospekt *An der Goldenen Strasse (Tachau – Bärnau und Umgebung)*

Prospekt *Tachov – nach Tachov wegen seiner Geschichte, der Kultur und des Sports*
(s. Anlage 5: Material Nr. 2)

Prospekt *Okolí Přimdy/Umgebung von Přimda*

Broschüre *Mikroregion Borsko*

Informationstafel *Meilenstein der Zeit: Alfred I. zu Windischgrätz* (s. Anlage 4: Foto Nr. 2)

Es gibt auch Materialien, die nicht besonders gut aussehen, um keine Fotos, Bilder oder Landkarten ergänzt werden und allgemein den Rezipienten vom Lesen abraten können. Es handelt sich oft um die Materialien, deren Fließtext im vorherigen Kapitel als schlecht bewertet wurde. Die touristischen Materialien, die nach der Meinung der Autorin schlecht grafisch gestaltet sind und daher ihre Werbefunktion nicht richtig erfüllen können, sind z. B.:

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – die Stadt Tachov (Tachau)* (s. Anlage 5: Material Nr. 10)

Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Kladruby (Kladrau)*

Prospekt *Památník obětem fašismu – Planá u Mariánských Lázní* (s. Anlage 5: Material Nr. 8)

Informationstafel *Kolowratova stezka – Naučné stezky Rozvadov – Dianská rota*

Die gesammelten Materialien sind meistens farbig gestaltet und erhöhen so die Erinnerungsleistung des Rezipienten. In den Materialien erscheinen oft die Farben, die nach dem theoretischen Teil die größte Signalwirkung haben und beliebt sind. Es gibt aber auch solche Materialien, die in den dunklen Farbtönen gestaltet werden und somit einen Negativeffekt auf den Erinnerungsprozess des Rezipienten haben, wie z. B. die Broschüre *Kulturní a historický průvodce – město Planá.*, deren Deckel in der schwarzen Farbe gestaltet wird.

5.4 Inhaltliche Analyse der touristischen Materialien

Alle gesammelten touristischen Materialien beziehen sich auf die Region Tachov (Tachau), die bereits im zweiten Kapitel näher vorgestellt wurde. Der größte Teil dieser Materialien ist den Städten, Dörfern, sogar den untergegangenen Grenzdörfern in dieser Region gewidmet. Es werden hier z. B. Geschichte, geografische Angaben, interessante Sehenswürdigkeiten oder Sportanlagen in diesen Städten und Dörfern vorgestellt, einige Materialien sind auch um die Landkarten und Stadtpläne ergänzt. Sehr interessant ist z. B. der Prospekt *An der Goldenen Strasse (Tachov – Bärnau und Umgebung)*, der sich neben den tschechischen touristischen Zielen auch mit den deutschen befasst, die an der ehemaligen Goldenen Straße liegen und ein Bestandteil des Geschichtsparks Bärnau-Tachov sind.

Der nächste Teil der gesammelten touristischen Materialien betrifft die landschaftlichen touristischen Ziele und die Natur der Tachauer Region. In diesen Materialien werden z. B. interessante Aussichtstorte, Landschaftsschutzgebiete oder die geschützte Fauna und Flora der Region vorgestellt. Zu diesen Aussichtsorten gehören z. B. der Aussichtsturm Vysoká in Tachov (Tachau) oder der Aussichtsturm Bohušův vrch (Bohuš-Hügel) in Planá (Plan). Die Vertreter der geschützten Fauna sind der Flusskrebs, der Aal, die Eidechse oder der Ringelnatter. Aus der Sicht der Landschaft ist auch der Prospekt

Tirschenreuth – Planá (Plan) (s. Anlage 5: Material Nr. 7) sehr interessant. Er beschreibt den Radweg, der von der Stadt Planá (Planá) bis in die bayerische Stadt Tirschenreuth führt.

Die Autorin hat nur ein Material gefunden, das eine kulturelle Veranstaltung betrifft. Es handelt um den Prospekt *Sommer Barock Festival 2017*. Das Festival ist ein Teil des Projekts „Westböhmisches Barock“ und hat im Jahre 2017 auf einigen Burgen und Schlössern der Region Tachov (Tachau) stattgefunden.

Die Aufmerksamkeiten der Besucher soll auch der Broschüre *Bierpfade durch die Region Pilsen* (s. Anlage 5: Material Nr. 9) gewidmet werden. Diese Broschüre befasst sich zwar mit den Brauereien der ganzen Region Pilsen, aber zu diesen gehört auch die Brauerei Chodová Planá (Kuttenplan), die in der Region Tachov (Tachau) liegt. In dieser Broschüre werden sowohl die einzelnen Brauereien, als auch die regionale Küche vorgestellt. Die Broschüre enthält das Rezept für Krautknödel auf Glasmachererart oder für gebratene Äpfel im Bierteig.

Die gesammelten Prospekte und Broschüren umfassen verschiedene nützliche Kontakt-Informationen, wie z. B. Adressen, Telefonnummern, E-Mail-Adressen oder Internetseiten der Informationszentren, oder auch Adressen und Öffnungszeiten der touristischen Ziele. Einige enthalten auch andere für den Rezipienten eventuell wichtige Telefonnummern, wie z. B. die Polizei Bor (Haid) oder Poliklinik Tachov (Tachau).

6 Zusammenfassung

In der vorliegenden Bachelorarbeit wurde die sprachliche und inhaltliche Analyse touristischer Materialien aus der Tachauer Region durchgeführt, die auf Deutsch verfasst wurden und somit v. a. auf die deutschen Besucher aus der böhmisch-bayerischen Region gezielt sind. Diese Arbeit setzte sich zum Ziel, die Tachauer Region als ein touristisch attraktives Gebiet vorzustellen sowie die in der Region die gesammelten touristischen Materialien sprachlich und inhaltlich zu analysieren. Diese touristischen Materialien hat die Autorin in mehreren Informationszentren und an anderen Orten der Region gesammelt. Aufgrund der Analyse sollte u.a. das Werbepotenzial der Materialien beurteilt werden, indem untersucht wurde, in wie weit diese Materialien der allgemeinen Charakteristik von erfolgreichen Werbematerialien entsprechen.

Im Rahmen des theoretischen Teiles wurde zuerst die Region Tachau vorgestellt. Im nächsten Kapitel wurden die Möglichkeiten der Förderung der Region Tachau im Bereich des Tourismus erläutert, zu denen die Druckerzeugnisse, die auf den Rezipienten visuell eindrücken, und Internet, das ein wesentlicher Bestandteil der heutigen Zeit ist, gehören. Danach wurden die Grundarten der gedruckten Werbematerialien charakterisiert, zu denen die Broschüre, die touristische Informationstafel und der Prospekt, mit denen die Autorin im praktischen Teil gearbeitet hat, gehören. Das letzte Kapitel des theoretischen Teiles wurde der allgemeinen linguistischen Charakteristik und der formalen Kriterien der touristischen Materialien, als einem Typ der Werbematerialien, gewidmet. Diese Charakteristik richtet an den Bereich der Stilistik und den Stil der Publizistik und Presse, zu dem die Werbematerialien gehören, anschließend an den Bereich der Morphologie und an die Wortarten, die für die touristischen Materialien entscheiden sind, dann an den Bereich der Syntax, die sich mit den in den touristischen Materialien vorkommenden Satzgliedern und Satzarten befasst, und zum Schluss an den Bereich der Wortbildung, zu dem die in Materialien häufig vorkommende Zusammensetzungen, Ableitungen und Kürzungen gehören

Den überwiegenden Teil dieser Bachelorarbeit bildet die praktische Analyse der ausgewählten auf Deutsch verfassten touristischen Materialien aus der Tachauer Region. Zuerst werden die Orte erwähnt, an denen diese Materialien gesammelt wurden. Insgesamt hat die Autorin in verschiedenen Informationszentren der Region, in einem Museum in der

Stadt Tachau sowie an anderen Orten 21 Prospekte und drei Broschüren gesammelt und Fotos von 19 touristischen Informationstafeln gemacht. Dann wurde die linguistische Form dieser Materialien auf dem Hintergrund der Kenntnisse aus dem theoretischen Teil in Bezug auf die Stilistik, Morphologie, Syntax und Wortbildung untersucht. Nachfolgend wurden auch einige Besonderheiten des Wortschatzes beschrieben und anschließend die formalen Merkmale charakterisiert. Zuletzt wurde der Inhalt dieser Materialien kurz geschildert.

Was die Stilistik betrifft, wurden in den ausgewählten touristischen Materialien verschiedene v.a. bildhafte Benennungen, Modewörter und Phraseologismen gefunden. Diese Sprachmittel gehören zum Stil der Publizistik und Presse, dessen Bestandteil auch die touristischen Materialien sind. Sie wurden in diesen Materialien verwendet, weil sie der Sprache eine Dringlichkeit verleihen und die Attraktivität der Texte erhöhen. Es wurde festgestellt, dass im Rahmen der Morphologie Substantive zur Unterstützung des sprachökonomischen Nominalstils verwendet werden, weiter Adjektive, die den Orten positive Eigenschaften ordnen, und Verben, die die Dynamik der Sätze ausdrücken. Im Bereich der Syntax kommen vor allem Subjekt, Prädikat und adverbiale Bestimmung als Vertreter der Satzglieder vor, weil sie aktive und handelnde Elemente des Satzes sind, in Bezug auf die Satzarten enthalten die ausgewählten touristischen Materialien vor allem Aussagesätze, die vor allem geschichtliche Ereignisse beschreiben, gefolgt von den Frage- und Ausrufesätzen. Was die Wortbildung betrifft, erscheinen in den ausgewählten touristischen Materialien vor allem Komposita, die zur Informationsverdichtung dienen, und Derivate, die den Nominalstil unterstreichen. Die Autorin hat festgestellt, dass in den ausgewählten Materialien verschiedene Besonderheiten des Wortschatzes vertreten sind, nämlich die Termini, die die Fundierung dieser Materialien zeigen, und auch die fremdsprachigen Elemente, vor allem Anglizismen und Wörter aus dem Französischen, die Assoziationen zum Fremdem wecken. Im Rahmen der Sprache wurden auch die Fehler, vor allem Tippfehler, erwähnt, auf die die Autorin sehr oft gestoßen ist.

Was die formale Gestaltung der ausgewählten touristischen Materialien betrifft, hat die Autorin festgestellt, dass die Schlagzeilen meistens nicht besonders originell und zu treffend sind. Daneben sind die Materialien mit einigen Ausnahmen, die alle in der Stadt Plan gesammelt wurden, ganz übersichtlich und gut graphisch gestaltet. Viele Materialien werden um hochwertige Fotos, Bilder und Landkarten ergänzt.

Im letzten Teil der praktischen Analyse widmet sich die Autorin dem Inhalt der ausgewählten touristischen Materialien. Sie umfassen verschiedene touristische Ziele, zu denen verschiedene Städte, Sehenswürdigkeiten und ihre Geschichte, landschaftliche touristische Ziele, Sportanlagen und Radwege gehören. In einigen Materialien beschäftigt sich man auch mit den in der Region beliebten Gerichten und mit Bier. Die Materialien enthalten auch verschiedene nützliche Informationen, wie z. B. Adressen, Telefonnummern, E-Mail-Adressen, Internetseiten oder Öffnungszeiten.

Bevor die Autorin angefangen hat, diese Bachelorarbeit zu schreiben, hat sie angenommen, dass die touristischen Materialien vor allem zum Bereich der Werbung und somit zum Stil der Publizistik und Presse gehören. Nach der Arbeit mit relevanten Quellen und der durchgeführten Analyse meint die Autorin, dass ihre Hypothese richtig war, weil die Materialien die Merkmale der Werbung und des publizistischen Stils aufweisen. Die Autorin vertritt die Ansicht, dass die touristischen Materialien für die Tachauer Region sehr nutzbringend sind, weil sie das touristische Interesse an diesem bis heute etwas vergessenen Gebiet der Tschechischen Republik erhöhen und mehr Rezipienten zum Besuch anlocken können. Die Autorin hat nur einen Vorwurf zur Qualität einiger Materialien, vor allem zu den Fehlern, die korrigiert werden sollen.

7 Resumé

Tématem této bakalářské práce je jazyková a obsahová analýza turistických materiálů z oblasti Tachovska, které jsou psané německy a jsou tudíž cíleny zejm. na německé návštěvníky z česko-bavorské oblasti.

Cílem práce je představit Tachov jako region s potenciálem turistické atraktivnosti a jazykově a obsahově rozebrat turistické materiály nasbírané v tomto regionu.

V první kapitole je představena oblast Tachovska a její významné turistické cíle. Následující dvě kapitoly se zabývají možnostmi propagace této oblasti a charakteristikou základních druhů tištěných propagačních materiálů, ke kterým patří také brožura, turistická informační tabule a prospekt – materiály, se kterými autorka dále pracuje v praktické části. Poté následují jazyková charakteristika a popis formálních znaků turistických materiálů.

Převážnou část bakalářské práce tvoří praktická analýza vybraných turistických materiálů z tachovského regionu. Celkem bylo analyzováno 21 prospektů, 5 brožur a 19 turistických informačních tabulí. Analýza se zaměřuje na jazykovou stránku těchto materiálů, jejich formální znaky a jejich obsah. Analýza je prováděna na základě konkrétních příkladů z těchto materiálů, které jsou pro názornost u každého jevu uvedeny.

V závěru práce jsou shrnuty výsledky praktické analýzy a je zhodnocen přínos zkoumaných materiálů pro zvýšení zájmu turistů o tuto ne zcela doceněnou oblast České republiky.

8 Resümee

Das Thema der vorliegenden Bachelorarbeit ist die sprachliche und inhaltliche Analyse touristischer Materialien aus der Tachauer Region, die auf Deutsch verfasst wurden und somit v. a. auf die deutschen Besucher aus der böhmisch-bayerischen Region gezielt sind. Diese Arbeit setzt sich zum Ziel, Tachau als eine touristische entdeckenswerte Region vorzustellen und die in der Region gesammelten touristischen Materialien sprachlich und inhaltlich zu analysieren.

Im ersten Kapitel wurden die Region Tachau und ihre bedeutsamen touristischen Ziele vorgestellt. In den nächsten zwei Kapiteln befasst sich die Autorin mit den Möglichkeiten der Förderung der Region Tachau im Bereich des Tourismus und mit der Charakteristik der Grundarten der gedruckten Werbematerialien, zu denen die Broschüre, die touristische Informationstafel und der Prospekt gehören – Materialien, mit denen im praktischen Teil weiter gearbeitet wurde. Danach folgt die linguistische Charakteristik und Beschreibung der formalen Merkmale der touristischen Materialien.

Den überwiegenden Teil dieser Bachelorarbeit bildet die praktische Analyse von ausgewählten auf Deutsch verfassten touristischen Materialien aus der Tachauer Region. Insgesamt wurden 21 Prospekte, drei Broschüren und 19 touristische Informationstafeln analysiert. Die Autorin konzentriert sich in der Analyse sowohl auf die linguistische Seite und die formalen Merkmale dieser Materialien, als auch auf ihren Inhalt. Die Analyse wird auf Grund von konkreten Belegen aus diesen Materialien durchgeführt, die bei jedem Phänomen wegen der Anschaulichkeit angeführt werden.

Zum Schluss werden die Ergebnisse der praktischen Analyse dieser Materialien zusammengefasst und es wird bewertet, welche Rolle die untersuchten Materialien bei der Unterstützung des touristischen Interessens an diesem bis heute etwas vergessenen Gebiet der Tschechischen Republik spielen können.

9 Literaturverzeichnis

9.1 Primäre Quellen

9.1.1 Prospekte

An der Goldenen Strasse (Tachau – Bärnau und Umgebung). MAS Zlatá cesta, o.p.s. in Zusammenarbeit mit Via Carolina, e.V.

Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Kladruby (Kladrau). Nakladatelství Českého lesa (1993).

Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Tachov (Tachau)

Goldene Straße in Bayern und Böhmen mit der „Verbotenen Straße“

Heiligen bei Tachau. Nakladatelství Českého lesa.

Investition in Ihre Zukunft

Lehrpfad um den Přimda

Město Bor. Vítejte! Herzlich Willkommen!

Muzeum Českého Lesa v Tachově/Das Böhmerwaldmuseum in Tachau/The Museum of the Bohemian Forest. Vydáno za podpory Plzeňského kraje.

Okolí Přimdy/Umgebung von Přimda. Shark Media s.r.o. a M'PLAN s.r.o. (2015).

Památník obětem fašismu – Planá u Mariánských Lázní

Pivovary a turistické cíle v plzeňském kraji/Brauereien und Tourismus Ziele in der Region Plzeň/Breweries and tourist attractions in the Pilsen region

Planá – Průvodce po městských památkách/Sehenswürdigkeitenführer durch die Stadt/Sightseeing Guide

Planá – vyhlídková místa/Planá – Aussichtsorte/Planá – Viewpoints. Město Planá.

Planá u Mariánských Lázní – Der Antrag der Grundstücke, das Stadtindustrialgebiet/Offer of lands, municipal industrial zone

Sommer Barock Festival 2017

Tachov – nach Tachov wegen seiner Geschichte, der Kultur und des Sports

Tachovsko – 50 + 50 turistických cílů/von den touristischen Zielen

Tirschenreuth – Planá (Plan)

Tirschenreuth – Planá (Plan). Stadt Tirschenreuth.

Vyhlídková stezka – Naučné stezky Rozvadov – Milíře

Wegweiser des Lehrpfades „Die Glashütten in der Umgebung von Lesná“

9.1.2 Broschüren

Bierpfade durch die Region Pilsen

Kulturní a historický průvodce - město Planá. Město Planá.

Petr Prášil. Mikroregion Borsko.

9.1.3 Informationstafeln

Expedice do historie země Horní Falc a Západní Čechy/Expedition Erdgeschichte – Oberpfalz und Westböhmen

Husitská bitva u Tachova/Die Hussitenschlacht bei Tachov/Hussite battle at Tachov

Chráněná fauna v okolí Tachova/Geschützte Fauna in der Umgebung von Tachov/Protected Fauna around Tachov

Kolowratova stezka – Diana

Kolowratova stezka – Naučné stezky Rozvadov – Dianská rota

Kostel Nanebevzetí Panny Marie/Kirche der Jungfrau Maria Himmelfahrt und Umgebung/Ascension of the Virgin Mary Church with surrounding

Meilenstein der Zeit: Alfred I. zu Windischgrätz

Městská památková zóna – zámecké předměstí (Planá)

Mlýnské Domky

Naše regionální biocentrum/Unser regionales Biozentrum/Our regional biocentre

Obnova jízdárny je financována z rozpočtu města Tachova a dotacemi Ministerstva kultury ČR z Programu záchrany architektonického dědictví

Památník na Vysoké/Denkmal Hohen Stein/Vysoká Memorial

Pramen u jízdárny/Quelle an der Reithalle

Příhraniční stezka – Naučné stezky Rozvadov – Nové Domky, Památník likvidace železné opony

Příhraniční stezka – Naučné stezky Rozvadov – Hraničky

Rozhledna Tachov - Vysoká/Aussichtsturm „Vysoká“/The „Vysoká“ observation tower

Šlikovská mincovna v Plané

Vyhlídková stezka – Naučné stezky Rozvadov – Milíře

Zámecké předměstí/Schlossvorstadt/Castle Suburb

9.2 Sekundäre Quellen

9.2.1 Gedruckte Quellen

Busch, Albert/Stenschke, Oliver (2008): *Germanistische Linguistik: eine Einführung*. Tübingen: Narr.

Čechová, Marie (1997): *Stylistika současné češtiny*. Praha: ISV.

Dürscheid, Christa (2000): *Syntax: Grundlagen und Theorien*. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag.

Elsen, Hilke (2011): *Grundzüge der Morphologie des Deutschen*. New York: De Gruyter.

Fleischer, Wolfgang (1995): *Wortbildung der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer Verlag.

Freyer, Walter (2009): *Tourismus-Marketing: marktorientiertes Management im Mikro- und Makrobereich der Tourismuswirtschaft*. München: Oldenbourg.

- Gabler Wirtschafts Lexikon* (1984). Wiesbaden: Gabler Verlag.
- Janich, Nina (2013): *Werbesprache: Ein Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr.
- Křížek, Zdeněk (2008): *Jak psát reklamní text*. Praha: Grada Publishing.
- Mastný, Jan (2011): *Reklama ve světě médií*. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8.
- Meibauer, Jörg/Demske, Ulrike/Geilfuß-Wolfgang, Jochen/Pafel, Jürgen/Heinz Ramers, Karl/Rothweiler, Monika/Steinbach, Markus (2015): *Einführung in die germanistische Linguistik*. Stuttgart: J.B. Metzler.
- Mundt, Jörn (2011): *Tourismus*. München: Oldenbourg.
- Procházka, Zdeněk (1995): *Stříbrsko a Borsko: historicko-turistický průvodce*. Stříbro: Nakladatelství Českého lesa.
- Schweiger, Günter/Schrattenecker, Gertraud (2013): *Werbung: Eine Einführung*. Konstanz und München: UTB.

9.2.2 Internetquellen

- Agentura ochrany přírody a krajiny České republiky*. URL: <http://drusop.nature.cz/portal/> [Stand: 12. November 2017].
- Amstutz, Sonja (2016): *Was ist Tourismus?* URL: <http://rro.ch/tourismus/2016/05/27/die-welt-des-tourismus/> [Stand: 30. Januar 2018].
- Bärnau-Tachov*. URL: <http://www.landgasthof-schicker.de/aktiv-umgebung/geschichtspark-baernau-tachov> [Stand: 25. November 2017].
- Broschüre*. URL: <http://www.wissen.de/fremdwort/broschuere> [Stand: 3. Februar 2018].
- Broschüren – Info*. URL: <https://www.copyhouse.de/broschueren-drucken-digitaldruck.php> [Stand: 3. Februar 2018].
- Charakteristika okresu Tachov*. URL: https://www.czso.cz/csu/xp/charakteristika_okresu_tachov [Stand: 12. November 2017].

Das Naturpark Südschwarzwald. URL: <http://www.naturpark-suedschwarzwald.de/naturpark-suedschwarzwald> [Stand: 15. November 2017].

Farben und Werbung.

URL: http://www.farbenundleben.de/werbung/werbung_einzelfarben.htm. [Stand: 12. Februar 2018].

Folder. URL: <https://www.duden.de/rechtschreibung/Folder> [Stand: 3. Januar 2018].

Historie města Tachov. URL: <https://www.tachov-mesto.cz/historie-mesta-tachov.html> [Stand: 15. November 2017].

Historie obce Tachov. URL: <https://www.mistopisy.cz/pruvodce/obec/9733/tachov/historie/> [Stand: 15. November 2017].

Hölscher, Lorenz (2012): *Was ist eigentlich ein Flyer?*

URL: <https://www.akademie.de/wissen/flyer-selbst-gestalten/flyer> [Stand: 3. Februar 2018].

Kleines linguistisches Wörterbuch. Derivation.

URL: <https://www.mediensprache.net/de/basix/lexikon/index.aspx?qu=Derivation> [Stand: 10. Februar 2018].

Kohout, Jiří (2012): *Tachovsko má národní geologický park.* URL: <https://www.denik.cz/plzensky-kraj/tachovsko-ma-narodni-geologicky-park-20120505.html> [Stand: 19. November 2017].

Landschaftsschutzgebiete. URL: <https://www.bfn.de/themen/gebietsschutz-grossschutzgebiete/landschaftsschutzgebiete.html> [Stand: 15. November 2015].

List, Ulrich (2010): *Goldene Straße.* URL: https://www.historisches-lexikon-bayerns.de/Lexikon/Goldene_Stra%C3%9Fe [Stand: 15. November 2017].

Maloplošná zvláště chráněná území. URL: <http://www.plzensky-kraj.cz/cs/clanek/maloplosna-zvlaste-chranena-uzemi> [Stand: 15. November 2015].

Národní přírodní rezervace. URL: <http://www.env.cz/cz/narodni-prirodni-rezervace> [Stand: 15. November 2017].

Naturpark Sedmihoří. URL: <http://www.ceskymlesem.eu/de/prirodni-park-sedmihori.html> [Stand: 19. November 2017].

Nejstarší historie města. URL: <http://www.tachov.cz/nejstarsi-historie-mesta.html> [Stand: 15. November 2017].

Přírodní památka. URL: https://www.mzp.cz/cz/prirodni_pamatky [Stand: 15. November 2017].

Přírodní park Sedmihoří. URL: <http://www.kudyznudy.cz/aktivity-a-akce/aktivity/prirodni-park-sedmihori.aspx> [Stand: 15. November 2017].

Regionální pracoviště Správa CHKO Český les. URL: <http://ceskyles.ochranaprirody.cz/> [Stand: 15. November 2017].

Rezervace Diana. URL: <http://www.kolowrat.cz/cs/rezervace-diana> [Stand: 15. November 2017].

Tourismus. URL: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/tourismus.html> [Stand: 30. Januar 2018].

Územní vymezení. URL: <https://geoloci.webnode.cz/mapa/> [Stand: 19. November 2017].

Werbung. URL: <http://www.onpulson.de/lexikon/werbung/> [Stand: 30. Januar 2018].

10 Anlagen

Anlage 1: Liste der Naturschutzgebiete der Region Tachov (Tachau)⁹²

Landschaftsschutzgebiete:

- Český les (Böhmischer Wald)
- Slavkovský les (Kaiserwald)

Naturparks:

- Hadovka
- Kosí potok (Amselbach)
- Sedmihoří (Siebenbergen)
- Úterský potok (Neumarkter Bach)
- Valcha (Walk)

Nationales Naturreservat:

- Na požárech

Naturdenkmäler:

- Bonětice (Grosswonetitz)
- Černošínský bor
- Čiperka
- Kolowratův rybník
- Krasíkov (Schwanberg)
- Louky u Prostředního Žďáru
- Maršovy Chody (Maschakotten)
- Milov (Mühlloch)
- Na Kolmu
- Petrské údolí
- Pístovská louka
- Pod Šipínem
- Prameniště Kateřinského potoka

⁹² Die Autorin hat bei einigen Naturschutzgebieten auch ein deutsches Äquivalent gefunden, das neben dem tschechischen Äquivalent in den Klammern angegeben wird.

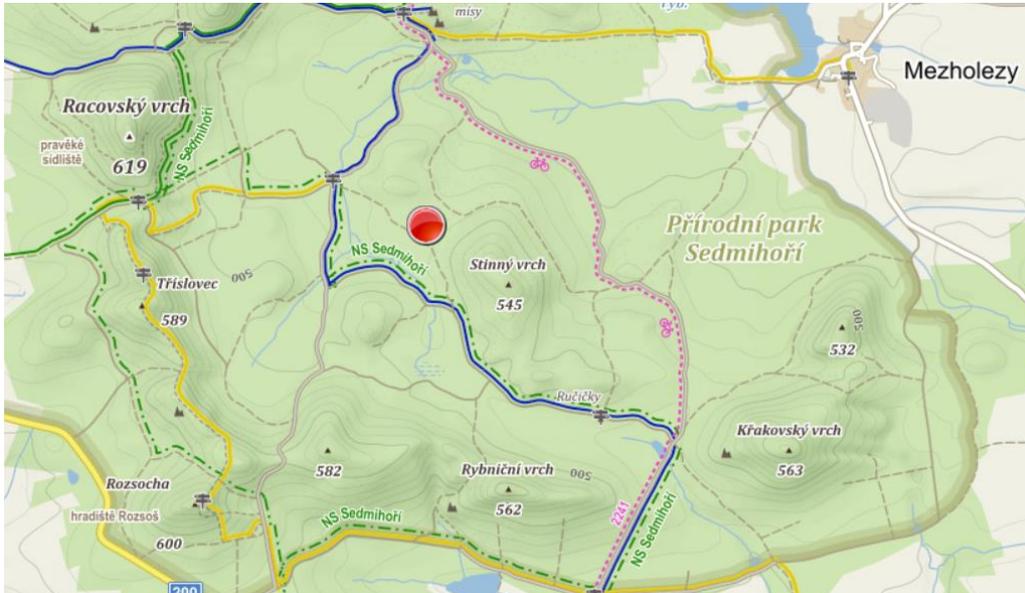
- Racovské rybníčky
- Šelmberk (Schellenberg)
- Valcha (Walk)
- Žďár u Chodského Újezda (Brand bei Heiligenkreuz)

Naturreservate:

- Broumovská bučina
- Bučina u Žďáru
- Diana (Dianaberg)
- Farské bažiny
- Hradištský vrch
- Jezírka u Rozvadova
- Křížový kámen (Kreuzstein)
- Lazurový vrch
- Mělký rybník
- Pavlova Hut' (Paulushütte)
- Pavlovická stráň
- Pod Volfštejnem
- Podkovák
- Přimda (Pfraumberg)
- Tišina (Dresslerberg)
- Tisovské rybníky
- U rybníčků
- Ostrůvek (Inselhalt)

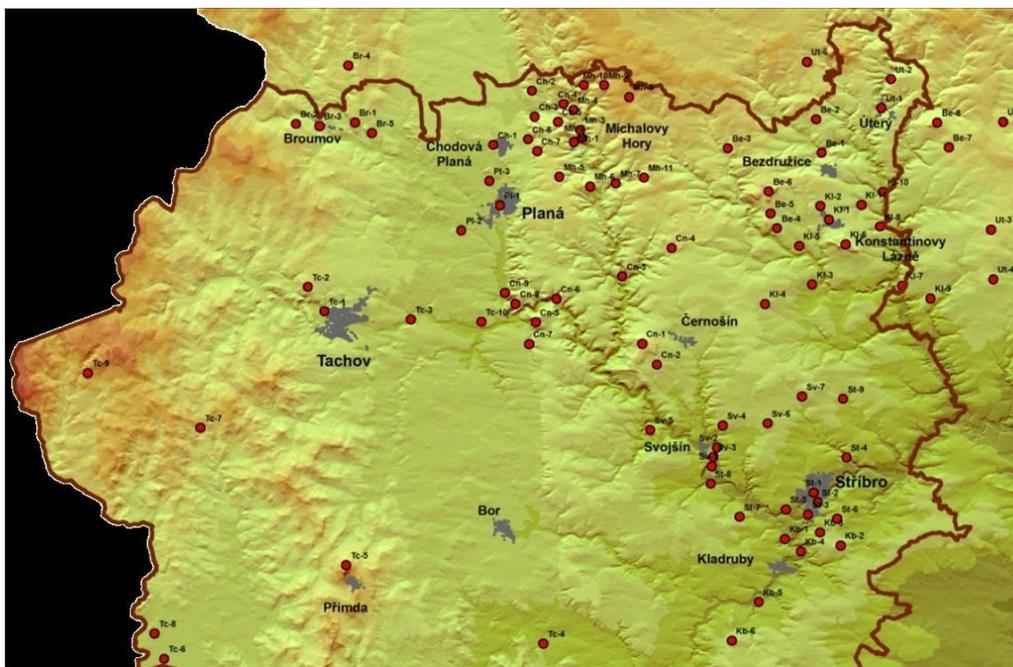
Anlage 2: Landkarten zu den vorgestellten landschaftlichen touristischen Zielen

Landkarte Nr. 1: Naturpark Sedmihoří (Siebenbergen)



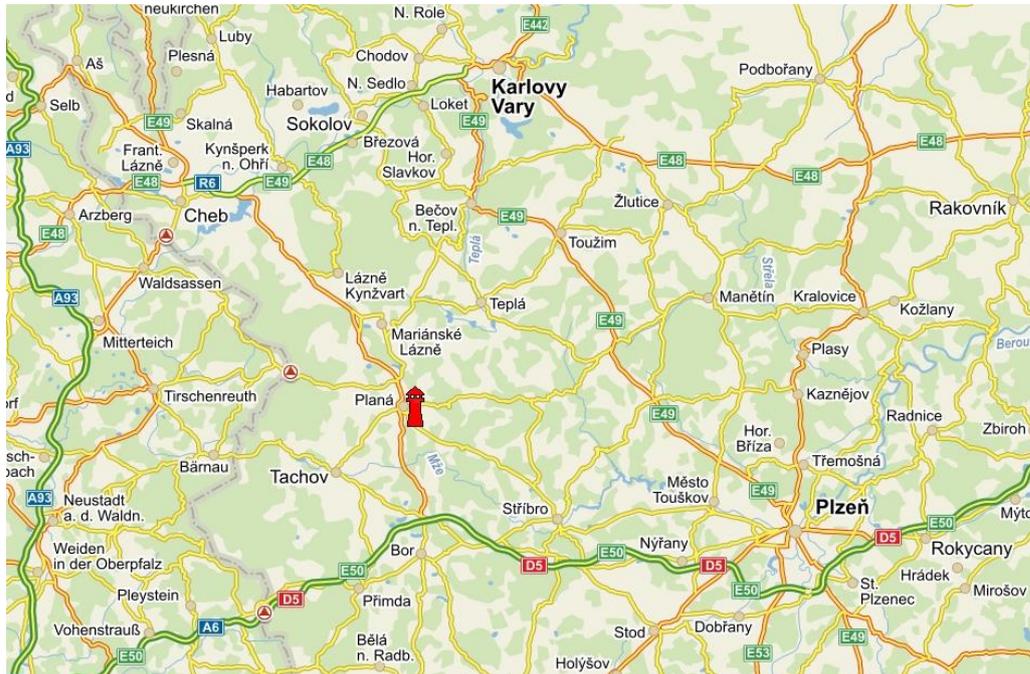
Quelle: *Mapa Sedmihoří*. URL: <https://www.turistika.cz/mista/sedmihoři/mapa> [Stand: 31. Januar 2018]

Landkarte Nr. 2: Geopark GeoLoci



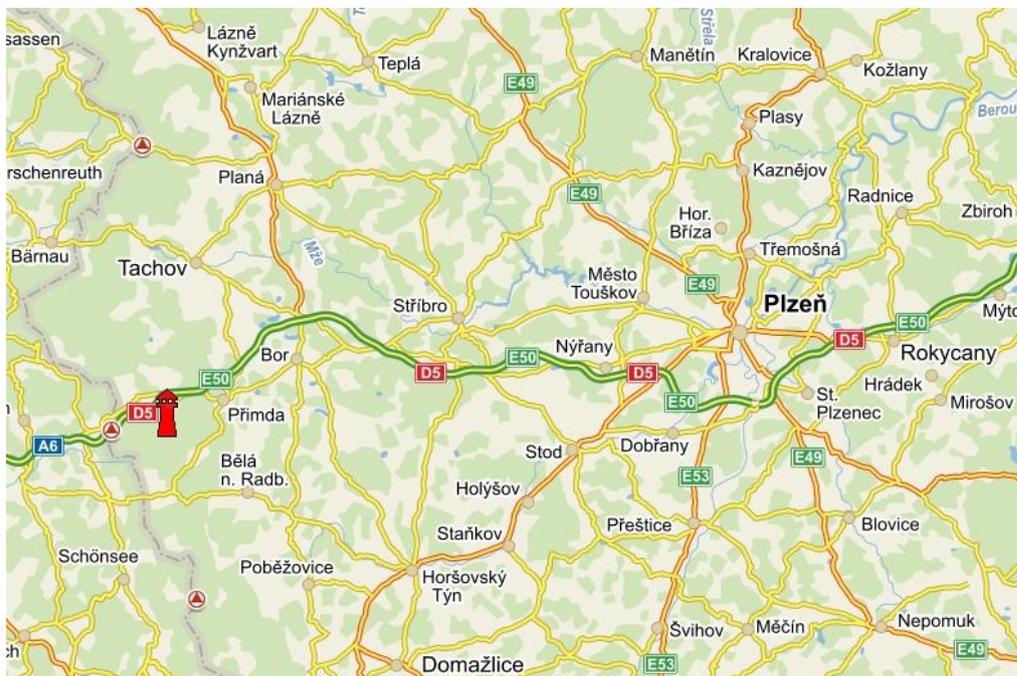
Quelle: *Národní geopark GeoLoci*. URL: <http://docplayer.cz/958036-Narodni-geopark-geoloci.html> [Stand: 31. Januar 2018]

Landkarte Nr. 3: Aussichtsturm Bohuš-Hügel (Bohušův vrch)



Quelle: Rozhledna Bohušův vrch U Plané. URL: <http://rozhledny.webzdarma.cz/plana.htm> [Stand: 31. Januar 2018]

Landkarte Nr. 4: Aussichtsturm Tachauer Brand (Milíře)



Quelle: Rozhledna Milíře u Tachova. URL: <http://rozhledny.webzdarma.cz/milire.htm> [Stand: 31. Januar 2018]

Anlage 3: Fotos der vorgestellten touristischen Ziele und Städte

Foto Nr. 1: Aussichtsturm Vysoká, Tachov (Tachau)



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Foto Nr. 2: Burg Přimda (Pfraumberg)



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Foto Nr. 3: Schloss Bor (Haid)



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Foto Nr. 4: Klášter Kladruby (Kloster Kladrau)



Quelle: *Klášter Kladruby*. URL: <http://www.plzensky-kraj.cz/cs/relics.asp?lngPamatka=955035> [Stand: 21. 4. 2018].

Foto Nr. 5: Poutní místo Loreta, Bor (Wallfahrtsort Loretto, Haid)



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Foto Nr. 6: Jízdárna Světce (Reitschule, Heiligen bei Tachau)



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Foto Nr. 7: Die Stadt Tachau (Tachov)



Quelle: Tachov. URL: https://turistickyatlas.cz/vse/misto/5082_tachov.html [Stand: 23. 4. 2018].

Foto Nr. 8: Die Stadt Plan (Planá)



Quelle: Planá u Mariánských Lázní.

URL: https://www.fotocesko.cz/scripts/admin/clanek_zobraz.phtml?claid=78 [Stand: 23. 4. 2018].

Foto Nr. 2: Meilenstein der Zeit: Alfred I. zu Windischgrätz, Svěťce (Heiligen bei Tachau)



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Foto Nr. 3: Památník na Vysoké, Tachov/Denkmal Vysoká, Tachau



Quelle: Eigenes Foto der Autorin

Anlage 5: Beispiele der analysierten touristischen Materialien

Material Nr. 1: Prospekt *Město Bor. Vítejte! Herzlich Willkommen!*

Material Nr. 2: Prospekt *Tachov – nach Tachov wegen seiner Geschichte, der Kultur und des Sports*

Material Nr. 3: Prospekt *Muzeum Českého Lesa v Tachově/Das Böhmerwaldmuseum in Tachau/The Museum of the Bohemian Forest*

Material Nr. 4: Prospekt *Heiligen bei Tachau*

Material Nr. 5: Prospekt *Investition in Ihre Zukunft*

Material Nr. 6: Prospekt *Planá u Mariánských Lázní – Der Antrag der Grundstücke, das Stadtindustrialgebiet/Offer of lands, municipal industrial zone*

Material Nr. 7: Prospekt *Tirschenreuth Planá (Plan)*

Material Nr. 8: Prospekt *Památník obětem fašismu – Planá u Mariánských Lázní*

Material Nr. 9: Broschüre *Bierpfade durch die Region Pilsen*

Material Nr. 10: Prospekt *Die kulturellen und baulichen Denkmäler Westböhmens – Tachov (Tachau)*

Alle Materialien aus dieser Anlage stehen dem Leser in der Tasche auf der inneren Seite des Umschlags der Bachelorarbeit zur Verfügung.