



Pedagogická
fakulta
Faculty
of Education

Jihočeská univerzita
v Českých Budějovicích
University of South Bohemia
in České Budějovice

Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích
Pedagogická fakulta
Katedra germanistiky

Bakalářská práce

Analýza úrovně propagačních materiálů
z oblasti cestovního ruchu v regionu
Prachatice v německém jazyce

Analysis of the level of promotional materials
in the field of tourism in region Prachatice in
German

Vypracoval: Luboš Majer
Vedoucí práce: Mgr. Jana Kusová, Ph.D.

České Budějovice 2021

Prohlášení

Prohlašuji, že svoji bakalářskou práci na téma Analýza úrovně propagačních materiálů z oblasti cestovního ruchu v regionu Prachatice v německém jazyce jsem vypracoval samostatně pouze s použitím pramenů a literatury uvedených v seznamu citované literatury.

Prohlašuji, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb. v platném znění souhlasím se zveřejněním své bakalářské práce, a to v nezkrácené podobě, elektronickou cestou ve veřejně přístupné části databáze STAG provozované Jihočeskou univerzitou v Českých Budějovicích na jejích internetových stránkách, a to se zachováním mého autorského práva k odevzdanému textu této kvalifikační práce. Souhlasím dále s tím, aby toutéž elektronickou cestou byly v souladu s uvedeným ustanovením zákona č. 111/1998 Sb. zveřejněny posudky školitele a oponentů práce i záznam o průběhu a výsledku obhajoby kvalifikační práce. Rovněž souhlasím s porovnáním textu mé kvalifikační práce s databází kvalifikačních prací Theses.cz provozovanou Národním registrem vysokoškolských kvalifikačních prací a systémem na odhalování plagiátů.

V Českých Budějovicích 30.7.2021

.....

Poděkování

Děkuji Mgr. Janě Kusové, Ph.D. za odborné vedení práce, věcné připomínky, dobré rady a vstřícnost při konzultacích a vypracování bakalářské práce.

Abstrakt

Cílem této práce je analýza propagačních materiálů, které se vztahují k cestovnímu ruchu v regionu Prachatice. Analýza se primárně soustředí na jazykovou úroveň těchto materiálů v němčině.

V teoretické části práce krátce shrneme základní informace o cestovním ruchu na Prachaticku a na základě tohoto průzkumu stanovíme nosné segmenty turistického ruchu v této oblasti.

Základem empirické části práce bude analýza vlastního korpusu sestaveného na základě výše uvedené identifikace nosných segmentů turistického ruchu na Prachaticku. Zohledníme zde mediální hledisko (tištěné, elektronické zdroje), různé textové druhy (oficiální přehledové brožury, tipy na trávení volného času, nabídky pensionů, jídelní lístky, apod.)

Cílem této práce je provést analýzu jazykové úrovně zkoumaných materiálů v němčině a jejich traslatologickou analýzu (zde analýzu překladu u obsahově shodných materiálů v češtině).

Abstrakt

Das Ziel dieser Arbeit ist die Analyse von Werbematerialien, die sich auf den Tourismus in der Region Prachatice beziehen, durchzuführen. Die Analyse konzentriert sich vor allem auf das Sprachniveau dieser Materialien auf Deutsch.

Im theoretischen Teil der Arbeit werden wir die grundlegenden Informationen über den Tourismus in Prachatice kurz zusammenfassen und auf der Grundlage dieser Analyse die Hauptsegmente des Tourismus in diesem Gebiet bestimmen.

Grundlage des empirischen Teils der Arbeit wird die Analyse des eigenen Korpus sein, das aufgrund der obigen Identifizierung der Hauptsegmente des Tourismus in Prachatice erstellt wurde. Dabei berücksichtigen wir den medialen Aspekt (gedruckte, elektronische Quellen), verschiedene Textsorten (offizielle Übersichtsbrochüren, Freizeittipps, Pensionsangebote, Speisekarten etc.)

Ziel dieser Arbeit ist die Analyse des Sprachniveaus der untersuchten Materialien im Deutschen und deren translatorische Analyse (hier die Analyse der Übersetzung inhaltsgleicher Materialien ins Tschechische).

Abstract

The aim of this work is the analysis of promotional materials that relate to tourism in the Prachatice region. The analysis primarily focuses on the language level of these materials in German.

In the theoretical part of the work we briefly summarize the basic information about tourism in Prachatice and on the basis of this survey we determine the main segments of tourism in this area.

The basis of the empirical part of the work will be the analysis of its own corpus compiled on the basis of the above identification of key segments of tourism in Prachatice. We will take into account the media aspect (printed, electronic sources), various types of text (official overview brochures, tips for spending free time, pension offers, menus, etc.)

The aim of this work is to analyze the language level of the studied materials in German and their translational analysis (here the analysis of the translation of content identical materials in Czech).

Obsah

Úvod	8
1 Prachatický region	9
2 Památky a zajímavá místa	10
3 Návštěvnost v číslech	12
4 Ideální marketing	15
5 Analýza propagačních materiálů – infocentrum Prachatice	17
5.1 Týden na Prachaticku (Eine Woche in der Prachatitzer Region)	17
5.2 Prachatice (Prachatitz).....	19
5.3 Prachatice – Nová radnice, Stará radnice (Prachatitz – Neues Rathaus, Altes Rathaus).....	24
5.4 Jan N. Neumann	25
6 Shrnutí analýzy materiálů – infocentrum Prachatice.....	26
7 Restaurace a jejich přístup k zahraničním turistům.....	27
8 Cykloturistika.....	29
9 Ubytovací zařízení	31
Závěr	34
Résumé	37
Seznam literatury	40

Úvod

Bakalářská práce se zabývá analýzou propagačních materiálů v německém jazyce v oblasti cestovního ruchu regionu Prachatice a okolí. Analýza se primárně soustředí na jazykovou stránku těchto prospektů.

V teoretické části je představen samotný prachatický region. Popsány jsou nejrůznější a turisticky nejatraktivnější místa a památky, které lze v Prachaticích a okolí navštívit. Zároveň jsou zde také uvedeny informace týkající se turistické návštěvnosti a marketingu, který je v této oblasti také důležitý pro přilákání dalších potencionálních turistů. Zmíněny jsou i další důležitá odvětví, která jsou pro turismus klíčová, jako např. ubytování, sport, stravování apod.

V praktické části jsou analyzovány nejrůznější prospekty, které může návštěvník získat například v infocentrech. Sledována byla zejména kvalita překladu německých prospektů, odlišnosti od českých verzí a celkový přístup k zahraničním návštěvníkům. Zmíněno je několik problémů, které se v překladech objevují nejčastěji. Pozornost byla také věnována webovým stránkám ubytovacích a stravovacích zařízení. Tato analýza má za cíl komentovat problémy, které se v těchto materiálech objevují.

V závěru jsou tyto vyskytující se problémy komentovány. Zároveň se zde hledá řešení týkající se zlepšení přístupu k německy mluvícím turistům a nalákání další potencionální klientely.

1 Prachatický region

Prachatický region je velkým lákadlem pro všechny milovníky cestování po Česku. Nabízí mnoho zajímavých míst k navštívení. Památky, rozhledny, nádhernou přírodu šumavských lesů a mnoho dalších lokací vhodných pro všechny turisty, kteří do této oblasti zamíří.

Prachatice (německy Prachatitz) jsou druhým nejmenším okresním městem v České republice. Nachází se v Jihočeském kraji, vzdálené cca 45 kilometrů od Českých Budějovic na Živném potoce. Počet obyvatel se v roce 2020 přibližuje k hranici jedenácti tisíc. Tento region sousedí s okresy Strakonice, České Budějovice, Český Krumlov a Klatovy. Na jihu sousedí s rakouskými, na jihozápadě s německými hranicemi.

Historické centrum města je od roku 1981 městskou památkovou rezervací. Centrum města tvoří mnoho dochovaných renesančních budov přímo na Velkém náměstí. Jedná se především o měšťanské domy, radnice, sochy, ale také například kostel svatého Jakuba, nebo prachatické hradby. Na Velkém náměstí můžeme najít Sitrův dům čp. 13. Tento dům byl původně gotický. Až v roce 1604 byl přestavěn do jeho nynější renesanční podoby. Dále se zde nachází Národní dům čp. 10, Knížecí dům čp. 169, Nová radnice čp. 2-3, Stará radnice čp. 1, Bozkovského dům čp. 184, Rumpálův dům čp. 41 a dům u sv. Kryštofa čp. 36. Uprostřed náměstí byla roku 1583 postavena kamenná kašna od Ondřeje Vlacha a hned vedle ní najdeme sochu Spravedlnosti.

Zřejmě největším lákadlem pro navštívení Prachatic je Zlatá stezka (německy Goldener Steig). Prachatice leží na nejstarší takzvané Dolní Zlaté stezce, která vedla ze Starých Prachatic do německého Pasova. Jednalo se o obchodní cestu, která spojovala Čechy s Podunajím. Dříve byla nazývána „pasovská“, „prachatická“, „česká“, či „solná“. Název Zlatá stezka se objevil až v 16. století a poukazyval na výnosnost této obchodní cesty. S touto stezkou jsou spojeny Slavnosti solné Zlaté stezky konané právě v centru Prachatic. Každoročně je navštíví tisíce lidí ze všech koutů světa a jsou velkým lákadlem pro všechny turisty. Program slavností je každoročně bohatý. Návštěvníci se mohou těšit na kostýmovaný renesanční průvod, množství koncertů a také na tradiční trhy na Velkém náměstí.

2 Památky a zajímavá místa

Prachatický region však není jen o samotných Prachaticích. Jeho poloha v centru Šumavy nabízí mnoho zajímavých míst, která určitě stojí za navštívení. Krásná příroda, lesy, rybníky, malé říčky. Ideální místo pro milovníky přírody i houbaření. Najdeme zde i mnoho dalších atraktivních míst, například hrady, zámky a rozhledny.

Prachatický region nezklame ani milovníky horské turistiky. Tyčí se zde hned několik vrcholů, které stojí za to vyrazit si na delší procházku. Nejvyšším vrcholem je Plechý (německy Plöckenstein), který je vysoký 1378 m n. m. Dalšími vrcholy, které můžeme zdolat, jsou Boubín (německy Kubany) 1362 m n. m., Bobík (německy Schreiner) 1264 m n. m., Libín (německy Libin) 1096 m n. m., nebo například Stožec (německy Tusset) 1065 m n. m. K těmto vrcholům patří samozřejmě hned několik rozhleden, které nabízí skvostný výhled do šumavské přírody. Nejznámější rozhlednou je Boubín, který se nachází 5 kilometrů od Kubovy Huti. Dostaneme se na něj cestou po modré turistické stezce. Rozhledna byla postavena roku 2004 a je vysoká 21 metrů. Další známou rozhlednou je Libín. Jedná se o 27 metrů vysokou věž, která byla postavena roku 1883 a k vrcholu vede 138 schodů. Z této věže můžeme za dobré viditelnosti vidět například Prachatice, Písek, hrad Helfenburk, Boubín nebo dokonce i Temelín. Třetí rozhlednou, která stojí za zmínku je Mářský vrch s rotundou sv. Václava. Tato rotunda s kaplí byla postavena roku 1935 a vede k ní Křížová cesta.

Pro někoho, kdo raději navštěvuje hrady a zámky než vysoké kopce a rozhledny se v prachatickém regionu najde také mnoho možností kam vyrazit. K nejznámějším místům určitě patří hrad Helfenburk (německy Helfenburg). Tento hrad byl postaven v první polovině 14. století rodem Rožmberků. Jedná se o největší zříceninu hradu v České republice, která byla postavena v gotickém stylu. Dalším hradem je Hus (německy Burg Gans), další zajímavá gotická zřícenina hradu z poloviny 14. století nedaleko Libínského Sedla a Albrechtovic. Co se týče zámků, tak těch je tu také hned několik. Například zámek Dub (německy Schloss Eiche) ze 13. století. Jen zhruba 4 kilometry od tohoto zámku je možné navštívit zámecký areál a pivovar ve Vlachově Březí. Zámek se v posledních letech opravuje, momentálně už poslední část. V první opravené části tohoto barokního zámku byly pro různé kulturní akce města zřízeny společenské prostory s hospůdkou. Konají se zde například svatby, plesy, divadelní představení či koncerty. V horním patře se nachází galerie, kde je možné shlédnout každý rok několik výstav obrazů a dalšího umění. V druhé části areálu byl roku 2018 zřízen nový pivovar

s názvem Březí Koza, a tak je zde možnost ochutnat i místní pivo a spojit návštěvu s prohlídkou pivovaru. Třetí a zároveň poslední část tohoto areálu, kde v minulosti pobýval například i Jan Neruda se momentálně opravuje.

Šumava zaručuje mnoho krásných přírodních úkazů, které určitě nikoho nezklamou. Mezi ty nejznámější patří Boubínský prales (německy Kubany-Urwald). Jedná se o národní přírodní rezervaci vyhlášenou roku 1858, která se nachází kousek od Zátone a Horní Vltavice v oblasti CHKO Šumava. Plocha Boubínského pralesa dnes činí neuvěřitelných 685 ha a spadá mezi nejvýznamnější lesnické lokality v Evropě. Jádrová oblast lesa je momentálně veřejnosti nepřístupná z důvodu velkého nárustu turismu, přemnožení zvěře a boje s kůrovcem. I přesto je možné projít se skrz prales naučnou stezkou, která vede až k Boubínské rozhledně.

Dalším významným místem je Kvilda (německy Außergerfeld) a pramen nejdelší české řeky Vltavy (německy Moldau). Kvilda je nejvýše položenou obcí v České republice. Zároveň jsou zde každé zimní období naměřeny teploty hluboko pod bodem mrazu. Tato obec se může pyšnit hned několika českými rekordy, které jsou mnohdy velmi úsměvné. Například nejvyšší živě rostoucí ozdobený vánoční strom, který se od roku 2013 zdobí u kostela sv. Štěpána.

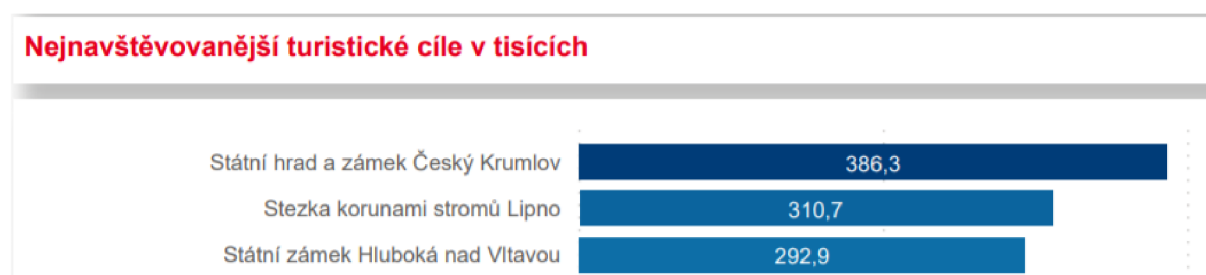
Pramen Vltavy se od Kvildy nachází zhruba 5,5 km hned u státních hranic s Německem. Jak už bylo zmíněno, je Vltava nejdelší řekou České republiky s délkou cca. 433 km. K pramenu je možné se dostat díky turistické stezce.

3 Návštěvnost v číslech

Jihočeský kraj patří v žebříčku návštěvnosti zhruba do středu tabulky ze všech krajů České republiky. Velkým faktorem jsou zde především zahraniční turisté, kteří mnohdy raději volí Středočeský kraj z důvodu navštívení hlavního města Prahy, dále například Jihomoravský kraj. V Jihočeském kraji láká zahraniční turisty především historické centrum Českého Krumlova, avšak do Prachatického regionu už jich tolik nezavítá. Konkrétně Pošumaví a prachatický region patří mezi nejméně navštěvované oblasti Jihočeského kraje.

Podle údajů Jihočeské centrály cestovního ruchu¹ navštívilo Jihočeský kraj v roce 2019 přes 1,7 mil. osob. Toto číslo lze nejlépe sledovat podle tzv. HUZ (hromadná ubytovací zařízení). Průměrná doba přenocování v Jihočeském kraji se vyšplhala na cca. 2,5 noci. (URL 1)

Celkový počet registrovaných návštěvníků činil za rok 2019 zhruba 3,5 mil. Jihočeská centrála cestovního ruchu eviduje ve své databázi 141 turistických cílů. Mezi nejoblíbenější turistické cíle patří hrady, zámky, muzea, galerie, zoologické zahrady, rozhledny a samozřejmě přírodní turistické cíle. Nejnavštěvovanější památkou v Jihočeském kraji za rok 2019 byl státní hrad a zámek Český Krumlov, na druhém místě se umístila Stezka korunami stromů Lipno a na třetím místě Státní zámek Hluboká nad Vltavou. (prezentace návštěvnost turistických cílů pro Jihočeský kraj)



Graf 1: Návštěvnost turistických cílů pro Jihočeský kraj (prezentace JCCR)

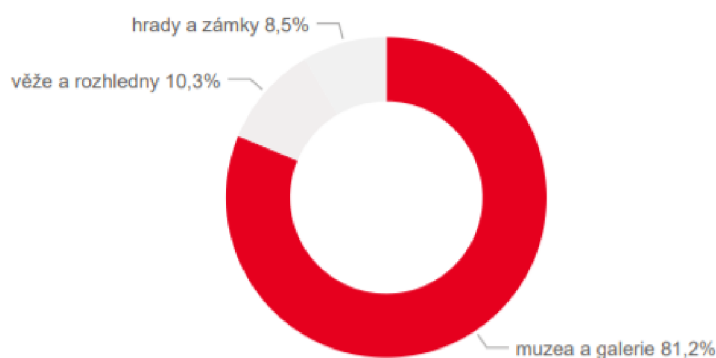
¹ Jihočeská centrála cestovního ruchu

URL1: <https://www.jccr.cz/> (poslední přístup 23.3.2021)

Prezentaci obsahující graf 1 a graf 2 zaslala Jihočeská centrála cestovního ruchu.

Jak už bylo zmíněno výše, patří konkrétně Prachatický region mezi nejméně navštěvované regiony v Jihočeském kraji. Počet registrovaných návštěvníků v roce 2019 dosáhl cca. 36 000 v databázi osmi turistických cílů. Je důležité ale zmínit, že do tohoto čísla nespádají například návštěvníci Slavností solné Zlaté stezky v Prachaticích. Nejnavštěvovanější turistické cíle zde tvoří z 81,2% muzea a galerie, z 10,3% rozhledny a věže a pouze z 8,5% hrady a zámky.

Podíl počtu registrovaných návštěvníků dle kategorie



Název turistického cíle	Počet registrovaných návštěvníků v tis. 2019	2018	Meziroční změna 2019/2018
Prachatické muzeum	18,11	6,81	166,10 %
Muzeum české loutky a cirkusu	9,51	9,54	-0,33 %
Věž kostela sv. Jakuba Většího	3,69	2,87	28,77 %
Státní zámek Vimperk	3,04	3,31	-8,04 %
Muzeum venkovského života LIVA Předslavice	1,50	0,51	194,12 %
Galerie O.H.Hajeka	0,07	0,05	48,00 %
Židovská synagoga ve Čkyni			
Centrum Mistra Jana Husa		3,78	

Graf 2: Návštěvnost turistických cílů pro Jihočeský kraj (prezentace JCCR)

Dalším důležitým faktorem pro návštěvnost prachatického regionu je, že zde nejsou započítána čísla návštěvnosti například Národního parku Šumava. Mnoho lidí si vybírá tuto lokaci především díky malebné šumavské přírodě, ve které tráví většinu času a věnují se turistice, avšak do výsledných čísel započítání nejsou.

Pokud bychom se chtěli dozvědět konkrétnější čísla Národního parku Šumava, můžeme jako zdroj použít výroční zprávu k roku 2019 vydanou přímo správou Národního parku (URL 2).² Zde se můžeme dočíst o různých akcích, školeních, besedách pro školy a vzdělávacích programech. Za rok 2019 bylo uskutečněno celkem 178 výukových programů pro zhruba 3000 dětí v rozmezí mateřských až středních škol. Národní park každý rok pořádá také hned několik akcí pro veřejnost. Například výpravy za lesním hmyzem, různé tvořivé dílny, vycházky na sněžnicích, ale také hromadné uklízení šumavské přírody, kterého se každým rokem účastní stovky dobrovolníků a podílí se tak na zlepšení prostředí národního parku. Celkem bylo uspořádáno 84 akcí tohoto typu a zúčastnilo se jich 2500 osob.

² Výroční zpráva Národního parku Šumava 2019

URL2: <https://www.npsumava.cz/> (poslední přístup 23.2.2021)

Za poskytnuté informace děkuji Jihočeské centrále cestovního ruchu.

4 Ideální marketing

Podle informací v předešlé kapitole již nyní víme, že se prachatický region drží na smutném posledním místě, co se turistické návštěvnosti týče. I přestože samotný Jihočeský kraj je pro turisty velice atraktivní, region Prachatice strádá. Otázkou tak zůstává, proč tomu tak je?

Důležitým faktorem je zde určitě množství a atraktivita turistických cílů v regionu. Je velice složité konkurovat nejznámějším místům, jako je například státní zámek Hluboká nad Vltavou, Český Krumlov a tak dále. Turisté ze zahraničí mají většinou velice omezený čas pro navštívení památek a splnění všech svých plánů. Proto si často vybírají cíle, které jsou pro ně zajímavé a atraktivní, například právě historické centrum Českého Krumlova. Tato místa navštěvují turisté z celého světa, což u prachatického regionu také není úplně běžné.

Cestovní ruch prochází dynamickým vývojem a potýká se každý rok s novými trendy, které je dobré sledovat a řídit se jimi. Podle Zelenky (2010, s. 11) jich máme hned několik. Příkladem může být exponenciální trend – jedná se zde o vytváření nových destinací, rostoucí počet návštěvníků, ale také rozvoj infrastruktury a počet cest do dané destinace. Kvalitativní trend – zde se jedná o zlepšování kvality, nové produkty, nebo komunikaci s potencionálními návštěvníky. Další druhy trendů mohou být časové, manipulační, pocitové, informační a kognitivní.

Velkou roli pro přilákání turistů hraje reklama. Reklama tvoří převážnou část moderního marketingu a je nejlepším způsobem, jak přilákat nové návštěvníky. Může mít různou podobu - televizní reklama, reklama v tisku, internetová reklama, plakáty a podobně. V dnešní době nejvíce reklamy najdeme určitě v elektronické podobě na internetu. Z největší části se bude jednat o webové stránky a sociální sítě, které jsou dnes velice běžné a pravděpodobně i nejefektivnější. Stačí pár kliků z pohodlí domova a člověk si ihned může naplánovat turistický výlet po památkách na Prachaticku.

Základním faktorem bude určit si, na koho má reklama cílit. V oblasti turismu nejsme tolik limitováni na určitou skupinu potencionálních návštěvníků. Různá místa mohou lákat různé skupiny lidí. Například zoologická zahrada, zámek nebo muzeum může být lákadlem pro všechny věkové generace. Dále je potřeba mít lehce dostupné základní informace o dané lokaci – otevírací hodiny, adresa, parkování a podobně. Tyto informace si často můžeme ověřit pomocí webových stránek.

Co se týče zahraničních turistů, cílí Prachatický region i na potencionální návštěvníky ze sousedního Německa. Nahrává tomu poloha blízko německých hranic a zároveň propojení Zlaté stezky s Pasovem. Proto je důležité mít dostupné informace pro německé turisty i v jejich rodném jazyce. Při bližším prozkoumání různých webových stránek, například webových stránek města Prachatice můžeme vidět, že dostupnost základních informací v německém a anglickém jazyce už je dnes víceméně standardní a nezbytná věc. (URL 3)

I v oblasti turismu je marketing velice zásadní věc, která se nesmí podcenit a je důležité se o ni zajímat. Prachatický region nabízí spoustu krásných míst a určitě by si zasloužil větší pozornost. Aktuální situace bohužel není moc příznivá a v internetových diskuzích je to časté téma i mezi samotnými obyvateli Prachatic. Otázkou však zůstává, proč tomu tak je.

5 Analýza propagačních materiálů – infocentrum Prachatice

V následující kapitole této bakalářské práce se zaměříme na praktickou část. Konkrétně se jedná o analýzu propagačních materiálů týkajících se regionu Prachatice. Začneme těmi nejzajímavějšími přímo z centra města Prachatice a budeme postupovat k okolním místům a jejich materiálům, které byly zmíněny v předešlých kapitolách. Zaměříme se jak na jazykovou stránku, tak na obsahovou a mnoho dalších věcí týkajících se těchto materiálů určených pro návštěvníky Prachatic a okolí.

5.1 Týden na Prachaticku (Eine Woche in der Prachatitzer Region)

Jak už název této turistického prospektu vypovídá, jedná se o přehled zajímavých míst v regionu Prachatice, která lze navštívit například během týdenní dovolené. Tento prospekt byl vydán městem Prachatice, odborem kultury, školství a cestovního ruchu. Verze v německém jazyce vznikla za podpory Evropské unie v projektu „Ein Jahr mit Grainet“. Tento projekt má za cíl zajistit spolupráci v oblasti cestovního ruchu mezi Českou republikou a Německem. Co se týče obsahové stránky tohoto prospektu, nabízí nám informace a fotografie zhruba dvaceti turistických cílů v oblasti města Prachatice – hrady, rozhledny, rybníky, naučné stezky, zajímavá místa v šumavské přírodě. O každé z těchto lokací se můžeme dočíst zajímavá fakta a základní informace. Cílem tohoto prospektu je poskytnout turistům nápady a návrhy na místa, která by je mohla zaujmout. Zároveň se mohou dočíst zajímavé informace o potenciálním místě návštěvy.

Jazykově je publikace dobře srozumitelná a napsaná velmi kvalitně. Text je rozdělen na krátké odstavce. Jednotlivé odstavce představují informace o jednom zajímavém místě, které se v prospektu nachází. Každý odstavec je rozdělen do několika bodů, avšak tyto body jsou sepsány celými větami, nikoliv heslovitě. Jazyk je spisovný a obsahuje velké množství vlastních jmen.

U německé verze tomu není jinak. Překlad je víceméně totožný s českou verzí. Některé části nejsou přeloženy doslovně, avšak mají téměř stejný význam.

Příklad:

„První zmínky o Dubu spadají do let 1274. Původně na místě dnešního zámku stávalo tržiště, později tvrz, hrad a teprve pak zámek – v průběhu let mnohokrát přestavovaný. Zámek Dub je otevřen denně za přítomnosti majitelů.“

„Erste Erwähnungen vom Schloss Eiche stammen aus dem Jahre 1274. Ursprünglich stand an Stelle des heutigen Schlosses eine Feste, später eine Burg und erst dann ein Schloss – im Laufe der Jahre vielmals umgebaut. Schloss Eiche ist täglich geöffnet, im Beisein der Inhaber.“

Co se týče překladu názvů zmíněných míst, u nadpisů zůstávají psané v českém jazyce a přeloženy jsou v závorkách. To může být velice užitečné například při orientaci v mapě, kde jsou místa psaná pouze v českém jazyce. Názvy zakomponované přímo v textu jsou již psané v německém jazyce – viz příkladová věta. Celkově překlad působí velmi dobře a až na malé drobnosti se obsahově od české verze liší pouze minimálně. Německý turista si tak může přečíst identické informace, stejně jako turista český. Dozví se mnoho zajímavostí o různých místech, která se následně může rozhodnout sám navštívit a prozkoumat. Tento prospekt je k dostání zdarma v prachatickém infocentru, které se nachází přímo v centru Prachatic na Velkém náměstí. Prospekt je také dostupný v anglické verzi.

5.2 Prachatice (Prachatitz)

Jak už jednoduchý název tohoto turistického prospektu vypovídá, jedná se o materiál, který se zaměřuje na zajímavá místa konkrétně v centru města Prachatice. Tento prospekt byl opět vytvořena přímo městem Prachatice, odborem kultury, školství a cestovního ruchu. Obsahuje mnoho informací o památkách města Prachatice – například Nová radnice, Stará radnice, Sitrův dům, hradby a mnoho dalších. Avšak k většině z těchto památek je k dispozici kromě této přehledové publikace také jejich vlastní prospekt obsahující konkrétní informace například o Nové radnici. Tyto materiály budou analyzovány v pozdější fázi. Vedle velkého množství zajímavých míst se v tomto prospektu můžeme dočíst i o kulturním, sportovním a relaxačním vyžití v Prachaticích. Návštěvníci si mohou vybrat z mnoha volnočasových aktivit jako je návštěva divadla, muzea nebo nově zrekonstruovaného plaveckého bazénu. Grafické zpracování doprovází dvě mapy, pro lepší orientaci jak ve městě, tak v celém okrese a fotografie všech zmíněných míst, které pochází z archivu města Prachatice.

Text je rozdělen do tří kategorií. Památky (Sehenswürdigkeiten), kultura a výstavnictví (Kultur und Ausstellungswesen) a sport a odpočinek (Sport und Erholung). Kategorie jsou poté rozděleny do mnoha odstavců. Každý odstavec představuje informace o jednom místě, které je zde zmíněno. Vše je přehledné a orientace v brožuře tak nebude nikomu dělat problém.

O německý překlad tohoto materiálu se postaral Bc. Dušan Horálek. Překlad veškerého textu je stejně jako u předchozí brožury Týden na Prachaticku (Eine Woche in der Prachatitzer Region) téměř totožný s českou verzí.

Příklad:

„Prohlídku města Prachatice začneme na Velkém náměstí, jehož dominantou je skvost české renesanční architektury – Stará radnice, která byla postavena v letech 1570-1571.“

„Die Besichtigung der Stadt Prachatice beginnen wir auf dem Großen Platz (Velké náměstí), dessen Dominante ein Prachtstück der tschechischen Renaissance-Architektur bildet – das Alte Rathaus, das in den Jahren 1570-1571 gebaut wurde.“

Pokud se zaměříme na překlad vlastních jmen různých míst a památek, dostáváme se k prvnímu problému, který může způsobit komplikace v orientaci. Hned v prvním odstavci textu se nám objevuje několik názvů míst v Prachaticích. Prvním místem je „Velké náměstí“. Tento název je přeložen do němčiny a v závorce se nachází český název, což je pravděpodobně nejlepší řešení, které německému čtenáři nezpůsobí komplikace v orientaci například v přiložené mapě. Problém nastává o pár řádků dále. Zde se vyskytují dva názvy pro obě dvě radnice: „Stará radnice“ a „Nová radnice“. Názvy těchto dvou důležitých budov jsou napsány pouze v německém jazyce a český název už v závorce nenajdeme. Tento problém v překladu může způsobit německy mluvícímu turistovi nesrovnalosti a zároveň komplikace při orientaci v mapě. Mapa centra města, která se v tomto prospektu nachází, je pouze v českém jazyce, a tak bude návštěvník pravděpodobně nucen použít překladač, nebo slovník. Tento problém se v textu vyskytuje dále ještě několikrát, například u názvů „der Goldene Steig“. Název pro „Zlatou stezku“ se zde vyskytuje opět pouze v němčině a český překlad v závorce chybí. Překlad názvů do německého jazyka rozhodně není špatně, ale pro lepší orientaci je lepší ponechat alespoň při prvním použití vlastního jména nebo při jeho výskytu po delší době v závorce i český překlad.

Tímto problémem se ve své knize zabývají Hrdinová a Slodička (2015). Řeší zde typické problémy, které jsou spojeny s překladem a tlumočením odborných textů a vlastních jmen v nich.

Druhým problémem překladu je ne zcela optimální používání předložek, členů (chybné přiřazení rodů, pádu či nadužívání členů) a různé gramatické další gramatické nepřesnosti. Co se týče předložek, nejvíce problémů se objevuje v používání *an* a *auf*. Obě tyto předložky se v německém jazyce pojí se třetím (dativ) a čtvrtým (akuzativ) pádem. Také znamenají v češtině „na“ – to je také důvodem záměny těchto předložek. Rozdíl je však v užití, kdy přeložku *auf* používáme nejčastěji pro vodorovnou polohu – příklad: *auf dem Tisch – na stole*. Zatímco předložku *an* používáme pro polohu svislou – příklad: *an der Wand – na zdi*. Právě při používání těchto dvou předložek se dopouští autor překladu nejvíce chyb.

Příklad:

*„**Auf** dem Turm unter der Turmuhr ist ein Gemälde.“ vs. správně „**An** dem Turm unter der Turmuhr ist ein Gemälde.“

*„Im keinen Sanktus-Türmchen **an** der östlichen Spitze des Hauptschiffdaches hängt eine kleine Glocke“ vs. správně „Im keinen Sanktus-Türmchen **auf** der östlichen Spitze des Hauptschiffdaches hängt eine kleine Glocke“

Třetí kritické místo nastává při používání členů u podstatných jmen. V německém textu narazíme na nesprávné pády, chybějící koncovky podstatných jmen, ale také nadužívání členů tam, kde nejsou potřeba. Tyto problémy se v německé verzi brožury vyskytují poměrně často a je tak nutné se na ně zaměřit.

Příklad:

*„**Der** Bau führte für Prachatice der Prachatitzer Baumeister Rudolf Zobel aus.“ Vs. správně „**Den** Bau führte für Prachatice der Prachatitzer Baumeister Rudolf Zobel aus.“

*„Über **das** Niveau des Erdgeschosses enthält die gesamte Fassade eine reichliche Sgraffito-Verzierung, wobei die schwarzweißen Sgraffiti auch ein Verweis auf das Alte Rathaus sind.“ vs. správně „Über **dem** Niveau des Erdgeschosses enthält die gesamte Fassade eine reichliche Sgraffito-Verzierung, wobei die schwarzweißen Sgraffiti auch ein Verweis auf das Alte Rathaus sind.“

*„Das große Längsbild darunter stellt den Transport von Salz mit **den** Tragtieren auf dem Goldenen Steig.“ vs. správně „Das große Längsbild darunter stellt den Transport von Salz mit (**bez členu**) Tragtieren auf dem Goldenen Steig.“

Pokud se vrátíme k překladu některých názvů, v tomto případě se jedná nejčastěji o pojmenování známých domů na náměstí v Prachaticích, je potřeba tato jména ujednotit a překládat tak, aby odpovídala německému úzu. V několika případech se stává, že jeden název je v textu přeložen více způsoby a to nepůsobí úplně dobře. Čtenář může být lehce zmaten a v textu se ztrácet. Proto je lepší překlady sjednotit a použít pouze jeden název, který se v textu může opakovat.

Příklad:

* „das Sitr-Haus vs. správně „das Sitter-Haus“

* „das Fürstliches-Haus“ vs. správně „das Fürsten-Haus“

* „das Rumpálů-Haus“ vs. správně „das Rumpál-Haus“

Další problém, který při analýze německé verze tohoto materiálu vyvstává, je stylistika. Překladatel v několika případech používá slova, která nejsou pro danou situaci vhodná, nebo se dokonce už v dnešním jazyce víceméně nepoužívají. Dalším problémem je snaha o neopakování stejných slov, která ale vede např. k terminologickým nepřesnostem. Překladatel v některých případech použije odborný termín, který se snaží nahradit. Stejně jako při ujednocení překladu může tento problém čtenáře zmást a způsobit komplikace při recepci textu.

Příklad:

*„Der älteste Beweis für die Existenz **der Kirche** stammt aus dem Jahre 1359. **Der Tempel** entstand nach und nach und die endgültige Form gewann er erst in den Jahren 1505 bis 1513.“*

V tomto případě překladatel použil prvně slovo „**die Kirche**“ a následně ho v další větě nahradil slovem „**der Tempel**“. Toto nahrazení však není správné. Pokud se budeme bavit o kostelu jako „**die Kirche**“, jedná se o stavbu určenou pro křesťany. Avšak „**die Tempel**“ je stavba, která s křesťanským náboženstvím nemá nic společného. Důležité je ale poznamenat, že v českém jazyce obě tyto slova znamenají „chrám“. Ostatně všechny tyto informace si můžeme ověřit ve slovníku:

Tem|pel, der; -s, - [mhd. tempel, ahd. tempal < lat. templum, eigtl. = vom Augur mit dem Stab am Himmel u. auf der Erde zur Beobachtung u. Deutung des Vogelflugs abgegrenzter Beobachtungsbezirk, H. u.]:

1. [geweihtes] Gebäude als Kultstätte einer nicht christlichen Glaubensgemeinschaft:
ein indischer, antiker T.;
ein T. des Zeus.

2. einem Tempel od. Pavillon ähnliches Gebäude, meist mit Säulen, die das Dach tragen.

Jako další příklad můžeme uvést slovo „**die Zeremonienhalle**“. V kontextu textu je pochopitelné, že překladatel takto označil jakousi sváteční místnost v domě, kam si obyvatelé zvali návštěvy. Avšak pokud opět budeme hledat původ a pravý význam tohoto slova, dozvídáme se, že slovo „**die Zeremonienhalle**“ se používá v případě označení místa, které je určeno ke konání různých oslavných příležitostí, např.: různé sály. Proto opět tento překlad není z hlediska stylistiky vhodný.

Příklad:

*„Derzeit wird im Erdgeschoss des Hauses auch eine Konditorei mit Café betrieben, und die Räume im ersten Stock werden als **eine Zeremonienhalle** genutzt.“*

Jako třetí příklad zde může být záměna slov „**der Käufer**“ a „**der Händler**“. V tomto případě překladatel použil označení „**der Käufer**“ pro obchodníka, který cestoval z Pasova do Prachatic po Zlaté stezce. Avšak toto označení se používá pro osobu, která zboží nakupuje jako zákazník, nikoli s ním obchoduje, tedy nakupuje a prodává. Proto se v tomto případě lépe hodí překlad „**der Händler**“.

Příklad:

*„Aus dem Großen Platz begeben wir uns zu einer anderen unübersehbaren Dominante der Stadt, was eine spätgotische Kirche ist, die dem hl. Jakob dem Größeren, dem Schutzpatron der Kaufleute, Händler, Pilger, Frachtträger und Waisen eingeweiht ist (die Wahl des Patrons wurde durch die Lage der Stadt auf dem kaufmännischen Goldenen Steig gegeben, über den von Passau nach Prachatic Tragtiere und **Käufer** kamen).“*

Stylistická stránka překladu je velice důležitá a zároveň může být pro překladatele velmi zrádná. Je potřeba si na tento problém dát pozor a používat vhodná slova, která se do kontextu hodí a jsou např. i terminologicky správná. Proto je důležité používat jako pomůcku například kvalitní slovník, kde si význam slov lze snadno ověřit, nebo tzv. paralelní texty.³

³ Srov. Hrdinová a Slodička, 2015, s. 448.

5.3 Prachatice – Nová radnice, Stará radnice (Prachatitz – Neues Rathaus, Altes Rathaus)

Tento prospekt je jeden z celkově čtyř vydaných v této „sérii“. Každý z těchto materiálů se zaměřuje na nejznámější historické budovy přímo v centru města Prachatice, jako je například Sitrův dům, Knížecí dům, Národní dům. Konkrétní prospekt, kterým se zde budeme zabývat, představuje obě dvě radnice nacházející se na Velkém náměstí.

Všechny tyto prospekty byly zpracovány infocentrem Prachatice a později vydány Kulturními a informačními službami města Prachatice v roce 2013. Co se týče německé verze, ta je oproti jiným prospektům vydána společně s verzí anglickou dohromady. Díky tomu je česká a německá verze graficky trochu odlišná. Německá verze je ochuzena o několik fotografií zmíněných památek, které je možné najít v české verzi. Důvodem je spojení německé a anglické verze prospektu. Překladatel materiálu není zmíněn a tak lze předpokládat, že za překladem stojí právě infocentrum Prachatice. Prospekt není textově tak obsáhlý, jako předešlé prospekty týkající se Prachatic. Obsahuje pouze několik odstavců textu, který čtenáře obohatí o základní informace o daném místě.

Příklad:

„Nová radnice z roku 1903 v novorenesančním stylu byla vybudována na původním místě starého Meerwaldovského domu. Pod hlavní římsou je možné vidět vyobrazení lidských činností a povolání.“

„Das neue Rathaus von 1903 im Neurenaissancestil wurde an der ursprünglichen Stelle des alten Meerwald-Hauses errichtet. Unter dem Hauptgesims sind Abbildungen menschlicher Tätigkeiten und Berufe zu sehen.“

Německý překlad je zde opět téměř totožný s českou verzí. Překlada se dočkala i jména míst a památek. Avšak podle mého názoru tyto prospekty trochu postrádají smysl. Většina těchto míst už je zmíněna například ve výše uvedené brožuře „Prachatice – Prachatitz“, která navíc daná místa popisuje i detailněji. Avšak grafické zpracování je velmi vydařené, i přestože je německá verze ochuzena o zajímavé fotografie. Prospekt je k dostání zdarma v infocentru Prachatice.

5.4 Jan N. Neumann

Posledním prospektem týkající se přímo města Prachatic, který zde budeme analyzovat, bude materiál o Janu Nepomuku Neumannovi. Jan Nepomuk Neumann byl prachatický rodák a je tedy s Prachaticemi neodmyslitelně spjatý. Prospekt je přímo nabitý informacemi, které by mohly každého turistu zajímat. Obsahuje životopis Jana N. Neumanna, přehled jeho životní pouti v datech, ale také zajímavá turistická místa, která jsou s jeho jménem spojována a je možné je navštívit. Prospekt je graficky velmi příjemně zpracována a obsahuje mnoho fotografií například i z Nové galerie, kde se konala výstava ke 40. výročí svatořečení sv. Jana N. Neumanna. Pokud by měl čtenář zájem dozvědět se více informací, než samotný prospekt nabízí, jsou zde uvedeny kontakty například i na farnost města Prachatic, což je určitě velkým plusem. Tento prospekt byl vydán městem Prachatic, odborem kultury, školství a cestovního ruchu v roce 2017 a je dostupný zdarma v infocentru Prachatic. Fotografie doplnil Zdeněk Příbyl. Překladatel německé verze není zmíněn.

Příklad:

„Kaple sv. Jana N. Neumanna v prachatickém chrámu byla vysvěcena 11. prosince 1993 českobudějovickým biskupem ThDr. Antonínem Liškou. V kapli je umístěna pozdně gotická kamenná křtitelnice, u které byl sv. Jan pokřtěn.“

„Die Kapelle des Hl. Johannes N. Neumann im Prachatitzer Tempel wurde am 11. Dezember 1993 durch den Budweiser Bischof ThDr. Antonín Liška eingeweiht. In der Kapelle ist ein spätgotisches steinernes Taufbecken angebracht, bei dem der Heilige Johann getauft wurde.“

Německý překlad je téměř totožný s českou verzí, stejně jako většina předchozích prospektů. Německý turista se tak dozvídá stejné informace a není o nic ochuzen. Přeložena jsou i jména míst a památek, jako i u většiny předešlých materiálů. Anglická verze není spojená s německou a tak není německý čtenář ochuzen o fotografie, jako tomu bylo například u prospektu Prachatic – Nová radnice, Stará radnice.

6 Shrnutí analýzy materiálů – infocentrum Prachatice

Prachatické infocentrum⁴ nabízí opravdu velké množství turistických prospektů a materiálů. Pokud tedy turista nemá předem naplánované a promyšlené výlety a místa, která by chtěl navštívit, materiály z infocentra mohou být užitečným pomocníkem při prozkoumávání samotných Prachatic a okolí. Důležité je říci, že veškeré materiály a prospekty jsou dostupné v českém, německém a anglickém jazyce zcela zdarma. K dispozici jsou také například různé časopisy, jako například – „Der Böhmerwald: Natur, Kultur, Geschichte“, „Südböhmen: Perle der Tschechischen Republik“, nebo prospekty s přehledem všech kulturních akcí. Tyto materiály do analýzy zahrnutý nebyly, protože věnují pozornost i místům mimo region Prachatice. Co se týče překladu do německého jazyka, není téměř co vytknout. Obsahově se texty téměř neliší od českých verzí, takže německý turista má přístup k naprosto identickým informacím jako turista český. Největší problém je překlad názvů a vlastních jmen. Zároveň některé německé verze jsou napsány dohromady s anglickým překladem a německý turista tak může být ochuzen o některé zajímavé fotografie, které naopak česká verze obsahuje. Všem těmto problémům se budeme více věnovat později v závěru celé analýzy. Pokud by turista potřeboval s čímkoliv poradit, je mu vždy k dispozici pracovník infocentra, který ovládá jak německý, tak anglický jazyk. Rád každému pomůže, poradí a sdělí užitečné rady a tipy.

⁴ URL4: <http://www.visitprachatice.cz/cz/informacni-centrum-prachatice/36/> (poslední přístup 25.5.2021)
Děkuji infocentru Prachatice za poskytnuté materiály a užitečné rady.

7 Restaurace a jejich přístup k zahraničním turistům

K dovolené a cestování patří také samozřejmě navštěvování restaurací a hospod. Tato zařízení hrají v oblasti turismu velkou roli a kvalita gastronomické infrastruktury je důležitá pro přilákání potenciálních návštěvníků a turistů. V oblasti regionu Prachatice najdeme velké množství restaurací a hospod zaměřených na domácí i zahraniční kuchyni. V této kapitole nebudeme hodnotit jejich kvalitu, ale jejich připravenost na německé turisty.

Jak již bylo zmíněno v předešlých kapitolách, mnoho obyvatel Prachatic v internetových diskuzích na sociálních sítích není spokojeno s přístupem města v oblasti turismu. Jejich názory jsou často velmi podobné. Město se podle nich na tuto oblast nesoustředí tak, jak by si zasloužilo a nesnaží se přilákat další návštěvníky. To stejné platí i u restaurací, které se nachází v centru Prachatic. Pokud se podíváme na nejznámější restaurace v Prachaticích, i zde se cílí pouze na zákazníky z České republiky.

Mezi nejznámější restaurace v Prachaticích patří například *Pizzerie Primavera*, *Almara*, *Pivovar Prachatice*, nebo *Černý Medvěd* (URL 5, URL 6, URL 7, URL 8). Avšak pokud navštívíme jejich webové stránky, zjistíme, že ani jedna z restaurací nemá verzi v německém jazyce. Při bližším prozkoumávání těchto webových stránek zjistíme, že pouze restaurace *Almara* má v levém horním rohu německou a anglickou vlajku, která by měla po rozkliknutí přeložit vše do vybraného jazyka, ale ani jedna z těchto možností není funkční. Proto je možné si stránky projít opět jen v jazyce českém.

Zde se opět projevuje, že i samotné restaurace cílí nejvíce na českou klientelu. Je možné, že obsluha restaurací ovládá cizí jazyky a může tak s výběrem zahraničním turistům pomoci. Každopádně pro restaurace tohoto typu by mělo být samozřejmostí, zvláště v oblasti města Prachatice, soustředit se i na turisty ze zahraničí a mít webové stránky dostupné i v německém a anglickém jazyce. Tyto drobné detaily mohou razantně ovlivnit návštěvnost daných restaurací a zvednout tak jejich zisky o nemalé částky. Obzvláště přímo v centru města Prachatice, které navštěvuje mnoho zahraničních turistů.

Pro porovnání přístupu restaurací a hospod k zahraniční klientele se z Prachatic přesuneme do města Vimperk. Vimperk je historické město, které se nachází zhruba 23 kilometrů od Prachatic. V roce 2018 byl počet obyvatel okolo 7500. Zde se přístup restaurací a hospod k návštěvníkům ze zahraničí zásadně liší od zmíněných podniků v Prachaticích. Proto bude porovnání těchto dvou měst nejlepším příkladem, jak se dá se zahraniční klientelou pracovat a jak naopak ne.

I přestože jsou Prachatice centrem tohoto regionu, mají více obyvatel a jsou pravděpodobně daleko lákavější pro turisty než Vimperk, najdeme právě ve Vimperku mnoho známých restaurací, které se vyplatí určitě navštívit. Mezi nejznámější restaurace v tomto městě patří například *Šumavský pivovar*, *Pizzerie Marco*, *Zlatá Hvězda* nebo *restaurace Vodník* (URL 9, URL 10, URL 11, URL 12). Pokud zavítáme na webové stránky zmíněných restaurací, ihned zjistíme, že je možné se dočíst veškeré informace v německém i v anglickém jazyce.

Všechny webové stránky jsou velmi přehledně zpracované. Například *Zlatá Hvězda* (URL 11) nabízí informace i o svém hotelu, kde je možné se ubytovat, nebo o bowlingovém baru, který je spojen s restaurací. Návštěvníci si tak mohou dopřát pokrmy z restaurace přímo u bowlingové dráhy a není tak potřeba přecházet z baru do restaurace. Na stránkách lze také najít menu, které lze jedním kliknutím přeložit do německého jazyka. Tuto možnost nabízí webové stránky i ostatních restaurací a německý turista si může dopředu přečíst, na co se může v restauraci těšit.

Po tomto porovnání lze tedy říci, že restaurace ve Vimperku jsou na zahraniční turisty daleko lépe připraveny a cílí na ně více, než restaurace v Prachaticích. V dnešní době hrají webové stránky velkou roli ve všech směrech a jsou pouze základním prvkem, který může přilákat nové potenciální zákazníky. Německy mluvící turista určitě raději navštíví restauraci, u které ví, co může očekávat. Překlad webových stránek je dnes základní funkce, která by neměla být podceňována. Obzvláště v oblasti regionu, který sousedí s německy mluvícím regionem a může předpokládat návštěvu turistů ze zahraničí. Jak je vidět, mnoho restaurací obzvláště v Prachaticích tuto funkci podceňuje. Opakem toho jsou právě restaurace ve Vimperku, které se na zahraniční klientelu soustředí více a svou úlohu plní velice dobře. Mohou tak zaslouženě očekávat větší zájem a návštěvnost.

8 Cykloturistika

Mnoho turistů vyhledává při dovolené spíše sportovní vyžití, než např. navštěvování památek. Jednou z oblíbených činností na dovolené se za poslední roky stala cyklistika. Poznávání zajímavých míst ze sedla kola je oblíbená kombinace pro všechny generace. Prachatický region nabízí mnoho stovek kilometrů cyklostezek a ve spojení se šumavskou přírodou tvoří dokonalou kombinaci pro milovníky jízdy na kole a poznávání nejrůznějších míst.

I pro tento segment jsou důležité dostatečné informace. Podle Zelenky (2008, s. 27) je dostupnost a kvalita informací, které se chce a potřebuje návštěvník dozvědět velice zásadní. Pokud se cyklista nedozví požadované informace o cyklotrasách v daném regionu, pravděpodobně zvolí jinou lokaci, kde budou informace lépe zpracovány.

Nejprve se podíváme na cyklotrasy přímo v okolí Prachatic. Prachatické webové stránky nabízí celkem tři cyklotrasy. (URL 13) Trasa č.1 – na Libínskou rozhlednu, trasa č. 2 – okolo Libína a trasa č.3 – k Husinecké přehradě. Tyto cyklotrasy patří k těm nejznámějším v okolí Prachatic. Jsou rozdělené do tří obtížností a všechna místa, která se na dané cyklotrase nachází, jsou zde vypsaná. Webové stránky jsou přeloženy do německého a anglického jazyka, včetně názvů míst. Německy mluvící turista se tak může dobře zorientovat a místa si prohlédnout na mapě. Webové stránky také obsahují funkci, kdy je možné si všechny tři zmíněné trasy stáhnout do své GPS.

Pokud budeme na internetu pátrat dále, narazíme na webovou aplikaci s názvem *Arcgis.com*, která obsahuje daleko více cyklotras v okolí Prachatic (URL 14). Všechny tyto trasy se nám zobrazují zakreslené přímo v mapě a jsou rozděleny podle barev. Do mapy jsou přidány i další informace, jako například restaurace, parkoviště a další užitečná místa. Tuto mapu připravila skupina nadšenců do cyklistiky z Prachatic. Mapa je ovšem bez možnosti německého překladu. Zde to ovšem není tak velký problém, protože obsahuje GPS souřadnice a tak se lze snadno orientovat například podle nich.

Cyklostezky jsou každým rokem stále rozšiřovány a tak je možné, že se v budoucnu dočkáme mnoho dalších a nových tratí. Proto lze okolí Prachatic pro milovníky tohoto sportu jenom doporučit.

Dalším místem, které nabízí mnoho kilometrů cyklistických tratí a stezek, je okolí města Vimperk. Pokud zavítáme na turistické webové stránky města Vimperk, můžeme vidět, že je zde vypsáno celkem 24 cyklotras (URL 15). Cyklotrasy jsou opět rozděleny podle obtížnosti, vzdálenosti a u každé z nich je detailně popsáno, přes jaká místa vede.

Webové stránky lze stejně jako u města Prachatice přeložit do anglického a německého jazyka. Opět by mělo být tedy vše přehledné i pro německy mluvícího návštěvníka a orientace po cyklostezkách by neměla být žádný problém. Webové stránky také nabízejí seznam místních půjčoven a servisů horských kol. Najdeme zde jejich adresu, webové stránky a případně i telefonní kontakt. I takovéto detaily mohou návštěvníkům pomoci a přilákat je právě na výlet do této oblasti.

Ohledně cyklotras v okolí Vimperka nebyla vytvořena žádná aplikace, jako tomu je na Prachaticku. Zde je ovšem možnost stáhnout si do svého zařízení PDF soubor, který obsahuje seznam všech cyklotras na webových stránkách. Jsou daleko podrobněji popsány a obsahují i fotografie, kde jsou trasy zakreslené v mapách pro lepší orientaci. Najdeme zde informace jako například délku trasy, informace o povrchu, turistické značení, různé varianty pro danou cyklotrasu apod.

Co se týče cykloturistiky a cyklistických tras v okolí regionu Prachatice, vše je na internetu velice dobře zpracované a dohledatelné. Trasy jsou detailně popsány, včetně délky a obtížnosti. Vše je možné si přečíst jak v německém, tak v anglickém jazyce. U Prachatic lze využít webové aplikace a u Vimperka PDF dokumentu, který lze stáhnout. Pro milovníky cyklistiky je zde mnoho kilometrů a možností, kam na kole vyrazit a prozkoumat všechna možná místa.

9 Ubytovací zařízení

Nedílnou a velice důležitou součástí cestovního ruchu tvoří ubytovací zařízení. Příjemné a pohodlné ubytování je pro každého turistu, který má v plánu zůstat více než jednu noc, velmi důležité. V dnešní době je možností ubytování opravdu spousta. Nejčastěji se jedná o hotely, penziony, chaty, statky, ale také například kempy. Každé ubytovací zařízení se snaží nalákat své hosty na různé věci. Může to být prostředí, wellness služby, sportovní vyžití, vlastní hotelová restaurace a mnoho dalších věcí. Nás v této kapitole budou zajímat ubytovací zařízení opět v regionu města Prachatice a jejich přístup k německy mluvícím turistům.

Centrum i okolí města Prachatice nabízí mnoho hotelů a penzionů, ze kterých si může potencionální návštěvník vybrat. Mezi nejznámější ubytovací zařízení v Prachaticích patří např. hotel *Parkán*, hotel *Koruna*, hotel a resort *Albatros* nebo penzion *Harmonie* (URL 16, URL 17, URL 18). Většina těchto hotelů a penzionů má vlastní webové stránky a lze si veškeré informace, které návštěvník potřebuje, dohledat. Jedná se například o kontakt, ceník, fotografie a lze si také rovnou přes webové stránky udělat rezervaci pokoje.

Pokud se zaměříme přímo na webové stránky zmíněných hotelů a penzionů, zjistíme, že většina z nich má funkci překladu do německého a anglického jazyka. Německy mluvící návštěvník si může přečíst veškeré informace v rodném jazyce a výběr ubytování je tak ihned jednodušší. Výjimku však tvoří hotel *Koruna* (URL 17). Tento hotel je spojen s restaurací *Almara* (URL 17), která je zmíněná v předchozí kapitole týkající se restauračních zařízení. Spojeny jsou i jejich webové stránky. Tyto webové stránky sice mají funkci německého překladu, avšak po rozkliknutí zjistíme, že tato možnost není funkční. U webových stránek hotelu *Albatros* (URL 18) je překlad funkční. Problém však nastává po rozkliknutí záložky týkající se například wellness služeb, které hotel nabízí. Wellness služby mají své vlastní webové stránky, avšak zde už německý překlad není možný.

Obecně zvládají ubytovací zařízení v okolí města Prachatice poskytovat informace o svých službách zahraničním turistům daleko lépe, než například webové stránky restaurací a hospod. Téměř u všech zmíněných hotelů a penzionů je možné se vše dozvědět i v německém a anglickém jazyce přímo na internetu.

Stejně jako u restaurací a cyklostezek se zaměříme i v tomto případě také na město Vimperk. Vimperk a jeho okolí nabízí opravdu velkou škálu možností, kde se ubytovat. Poloha Vimperka a šumavská příroda nahrává soukromým penzionům, a proto jich zde najdeme daleko více než na Prachaticku. Hotely jsou tu zastoupeny v menším počtu. Oproti Prachaticím se v této oblasti nachází i několik kempů, kde se lze ubytovat například v dřevěných chatkách.

Pokud budeme hledat ubytování přímo v hotelu, nesmíme opomenout hotel *Zlatá Hvězda*, hotel *Terasa* nebo apartmány *Zámek* (URL 19, URL 20). Hotel *Zlatá Hvězda* (URL 11) už jsme zmiňovali v souvislosti restaurací a jejich přístupu k německy mluvícím turistům. V tomto směru obstál na výbornou a ani zde tomu nebude jinak. Jejich webové stránky jsou graficky velmi dobře zpracovány a zároveň jsou velice přehledné. Pomocí vlaječky v horním rohu je lze jedním klikem přeložit do německého nebo anglického jazyka. Ani hotel *Terasa* (URL 19) přímo v centru Vimperka není v tomto ohledu ani trochu pozadu. Na jejich webových stránkách také najdeme veškeré důležité informace, týkající se tohoto hotelu s vlastní restaurací. Najdeme zde fotogalerii, typy na výlety, informace o hotelu a restauraci a samozřejmě ceník za jednotlivé pokoje, které tento tříhvězdičkový hotel nabízí. Po designové stránce opět nemůžeme nic vytknout. Jedná se o velice přehledné a hezké webové stránky, které je možné opět jedním klikem přeložit do německého nebo anglického jazyka.

Co se týče penzionů, zde majitelé často vsází na různé zprostředkovatelské weby, jako je například *Booking* a *Trivago* (URL 21, URL 22). Díky těmto službám mají větší šanci přilákat potenciální návštěvníky a často tak ani nedisponují vlastními webovými stránkami. Počet penzionů je zde opravdu velký, obzvláště v oblasti Kubovy Hutě a Boubína.

V dnešní době hraje velkou roli u těchto služeb hodnocení kvality. Téměř každé ubytovací zařízení lze vyhledat na internetu a přečíst si recenze ostatních návštěvníků. Tato funkce může značně ulehčit výběr potenciálního ubytování a i podle Kotíkové a Schwartzhoffové (2017, s. 91) je hodnocení kvality ubytovacích zařízení velmi důležité.

I v této oblasti Vimperk a jeho okolí obstál na výbornou. Téměř každé ubytovací zařízení, které má vlastní webové stránky, cílí i na zahraniční turisty a nabízí veškeré informace v německém a anglickém jazyce. V tomto ohledu můžeme říct, že obě rozebírané oblasti obstály na výbornou. Jejich přístup k zahraniční klientele v oblasti ubytování je velmi dobrý. Nabízí mnoho možností, kam se vydat na dovolenou a užít si krásy regionu Prachatice a okolí.

Závěr

Ve své bakalářské práci jsem se zabýval analýzou propagačních turistických materiálů v německém jazyce. Zároveň jsem se soustředil i na ostatní služby spojené s turismem v regionu Prachatice, jako jsou restaurace, hotely, cyklostezky apod. Nejvíce mě zajímala dostupnost informací pro německé turisty v jejich rodném jazyce. Prostudoval jsem většinu turistických materiálů a prospektů, které jsou dostupné zdarma v infocentru Prachatice. Tato práce si mimo jiné kladla za cíl porovnat německé verze těchto prospektů a zhodnotit jejich jazykovou stránku.

Během této analýzy jsem zjistil, že největším problémem při překladu do německého jazyka bývá velice často gramatika, stylistika, nevhodný překlad vlastních jmen (a jejich zařazení či nezařazení do cizojazyčného textu) a používání nevhodných slov, která mají často jiný význam, než autor překladu zamýšlel. Nejčastěji se chyby objevují při užívání předložek, pádů a členů u podstatných jmen. Jedná se o typické překladatelské chyby, například o záměnu předložek *an* a *auf*, dativu a akuzativu, ale i nadužívání členů u podstatných jmen. Co se týče překladu vlastních jmen, nejčastěji se stává, že překladatel vlastní jména nepřekládá vůbec a to může být pro německého čtenáře velice problematické a zmatené. Často se stává, že uvede jména památek pouze v německém jazyce, avšak k prospektu je přiložena mapa, která obsahuje pouze české názvy. To může německému turistovi způsobit značné komplikace při orientaci.

Některé turistické prospekty mají v české verzi jiné grafické zpracování. Často se stává, že německá verze je spojena s verzí z důvodu šetření místa s verzí anglickou. Proto v některých prospektech chybí například zajímavé fotografie míst, které česká verze prospektu obsahuje. V tomto případě by bylo dobré sjednocení obsahu prospektů, popřípadě rozdělení anglické a německé verze a přidání chybějících fotografií, které mohou být pro čtenáře zajímavé. Po informační stránce jsou prospekty většinou totožné. Čtenář se tak dozvídá ty samé informace a není téměř o nic ochuzen. Veškeré analyzované prospekty jsou dostupné zdarma v infocentru Prachatice.

Dalším odvětvím, kterým jsme se zde zabývali a je které důležité pro oblast turismu, je oblast gastronomie. V tomto ohledu jsme se soustředili na neznámější restaurace a hospody v centru Prachatic a Vimperka. Zajímali nás jejich přístup k německy mluvící klientele a lákání

potencionálních zákazníků. Restaurace v Prachaticích oproti restauracím ve Vimperku téměř neobstály. Valná většina z nich nenabízí žádné informace na svých webových stránkách v německém jazyce. Německý turista tak nemá žádnou šanci dozvědět se cokoliv o restauraci v rodném jazyce. V tomto případě bych rozhodně doporučil větší zacílení právě na tuto klientelu. V dnešní době patří překlad webových stránek do cizích jazyků k základním stavebním kamenům marketingu. Při lákání zákazníků je tato funkce velice důležitá a může se jedinečně vyplatit. Oproti tomu jsou restaurace ve Vimperku dokonalým opakem. Naprostá většina z nich nabízí možnost přeložit jejich webové stránky jedním kliknutím do německého a anglického jazyka včetně jídelních lístků a jejich nabídky. Zde je cílení na zahraniční klientelu velmi dobré. Všechny tyto drobné detaily se odráží na návštěvnosti restaurací.

V další části jsme se zaměřili na cyklostezky. Turistika na kolech je v posledních letech stále oblíbenější, a tak bylo potřeba zmínit i tento segment. Veškeré informace týkající se cyklostezek jsou dostupné přímo na webu města Prachatice a Vimperka. Cyklostezky jsou detailně popsány podle obtížnosti a délky. Lze si také stáhnout souřadnice přímo do GPS navigace. Informace o cyklostezkách jsou dostupné i v německém jazyce, avšak je škoda, že město Prachatice nevěnovalo této aktivitě například vlastní prospekt, který by byl také dostupný v infocentru města. Vytvoření tohoto prospektu mohu opět jen doporučit.

Poslední část, která nesměla být opomenuta, se týkala ubytování. Veškerá ubytovací zařízení hrají stejně jako například gastronomie v oblasti turismu neméně důležitou roli. Oproti právě zmíněným restauracím už zde nenastává problém s překladem webových stránek. Naprostá většina hotelů a penzionů, které mají vlastní webové stránky, nabízí možnost překladu do německého a anglického jazyka všech potřebných informací. Německy mluvící čtenář si tak může veškeré informace zjistit dopředu a v klidu si rozmyslet, který hotel si vybere. V tomto ohledu tedy není potřeba cokoliv měnit nebo doporučit. Hotely většinou nabízí informace o regionu a často tak přispívají k propagaci.

Závěrem tak lze říci, že většinu dostupných informací je možné získat i v německém jazyce. Turistické prospekty jsou zpracované velmi dobře, až na zmíněné problémy, které ovšem nejsou nikterak omezující, pouze by bylo dobré se jich vyvarovat a případně je opravit. Německy mluvící návštěvník si může vybrat z velkého množství zajímavých míst, které lze v regionu Prachatice navštívit. Problémem je však velká konkurence zajímavých turistických cílů v Jihočeském kraji. Mnohé turisty lákají jiné lokace, jako například Český Krumlov, České

Budějovice, Hluboká nad Vltavou apod. Největším problémem ze všech analyzovaných oblastí jsou určitě restaurace v Prachaticích, které cílí spíše na domácí klientelu a jen zřídka poskytují informace v německém jazyce. Příkladem jim mohou být právě restaurace ve Vimperku, které mají přístup k německým turistům velmi dobrý.

Résumé

In meiner Bachelorarbeit beschäftigte ich mich mit der Analyse von touristischen Werbematerialien in deutscher Sprache. Ich habe die meisten touristischen Materialien und Broschüren analysiert, die kostenlos im Informationszentrum von Prachatice erhältlich sind. Eines der Ziele dieser Arbeit war es, die deutschen Versionen dieser Werbematerialien zu vergleichen und ihre Sprache zu bewerten.

Bei dieser Analyse haben wir festgestellt, dass die größten Probleme bei der Übersetzung ins Deutsche sehr oft im Bereich der Grammatik, Stilistik, nicht geeigneter Übersetzung von Eigennamen und Verwendung von unpassenden Wörtern liegen, die oft eine andere Bedeutung haben, als vom Autor beabsichtigt worden ist. Die häufigsten Fehler betreffen die Wahl von Präpositionen, Kasus und Artikeln bei Substantiven. Dies sind z. B. die typischen Fehler einer Übersetzung aus dem Tschechischen ins Deutsche: die Präpositionen *an a auf*, die Verwechslung von Dativ und Akkusativ, aber auch der übermäßige Gebrauch von Artikeln bei Substantiven. Bei der Übersetzung von Eigennamen kommt es am häufigsten vor, dass der Übersetzer die Eigennamen gar nicht übersetzt, was für den deutschen Leser sehr problematisch und verwirrend sein kann.

Einige touristische Broschüren haben in der tschechischen Version ein anderes grafisches Design. Aus Platzgründen kommt es oft vor, dass die deutsche Version mit der englischen Version verbunden wird. Daher fehlen in einigen Broschüren beispielsweise interessante Fotos von Orten, die die tschechische Version des Prospekts enthält. In diesem Fall wäre es gut, den Inhalt der Broschüren oder die geteilte englische und deutsche Version zu vereinheitlichen. Insgesamt sind die meisten deutschen Versionen aller Broschüren nahezu identisch mit der tschechischen Übersetzung. Der Leser erfährt somit die gleichen Informationen. Alle analysierten Broschüren sind im Informationszentrum Prachatice kostenlos erhältlich.

Ein weiterer Sektor, den wir hier behandelt haben und der für den Tourismus wichtig ist, ist der gastronomische Bereich. Dabei haben wir uns auf die bekanntesten Restaurants und Kneipen im Zentrum von Prachatice und Vimperk konzentriert. Uns interessierte ihre Herangehensweise an deutschsprachige Kunden und die Gewinnung potenzieller Kunden. Im Gegensatz zu den Restaurants in Vimperk haben die Restaurants in Prachatice nicht

bestanden. Die allermeisten bieten auf ihren Websites keine Informationen in deutscher Sprache an. Somit hat der deutsche Tourist keine Chance, in seiner Muttersprache etwas über das Restaurant zu erfahren. In diesem Fall würde ich auf jeden Fall eine stärkere Ausrichtung auf diese Kundschaft empfehlen. Heute ist die Übersetzung von Websites in Fremdsprachen einer der Eckpfeiler des Marketings. Bei der Kundengewinnung ist diese Funktion sehr wichtig und kann nur positiv sein. Im Gegensatz dazu sind Restaurants in Vimperk das perfekte Gegenteil. Die allermeisten bieten die Möglichkeit, ihre Website mit einem Klick ins Deutsche und Englische zu übersetzen, inklusive Speisekarten. Die Ansprache ausländischer Kunden ist hier sehr gut. All diese kleinen Details spiegeln sich in der Besucherzahl des Restaurants wider.

Im nächsten Teil haben wir uns auch die Radwege angeschaut. Radfahren ist in den letzten Jahren immer beliebter geworden, daher war es notwendig, dieses Segment zu erwähnen. Alle Informationen zu Radwegen findet man direkt auf der Website der Städte Prachatice und Vimperk. Die Radwege sind detailliert nach ihrem Schwierigkeitsgrad und ihrer Länge beschrieben. Sie können Koordinaten auch direkt in die GPS-Navigation herunterladen. Informationen zu Radwegen gibt es auch in deutscher Sprache, aber schade, dass die Stadt Prachatice dieser Aktivität keinen eigenen Prospekt gewidmet hat, der auch im Stadtinformationszentrum ausliegen würde. Auch hier kann ich nur empfehlen, diese Broschüre zu erstellen.

Der letzte Teil, der nicht übersehen werden sollte, betraf die Unterbringung. Alle Beherbergungsbetriebe, aber auch beispielsweise Restaurants spielen im Tourismusbereich eine große Rolle. Im Gegensatz zu den eben genannten Restaurants ist die Übersetzung von Webseiten kein Problem. Die meisten Hotels und Pensionen mit eigener Website bieten die Möglichkeit, alle notwendigen Informationen ins Deutsche und Englische zu übersetzen. So kann sich der deutsche Leser schon vorab alle Informationen einholen und sich überlegen, welches Hotel er wählen soll. Daher besteht hier kein Bedarf, etwas zu ändern oder zu empfehlen.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die meisten verfügbaren Informationen auf Deutsch erhältlich sind. Die Touristenbroschüren sind bis auf die genannten Probleme sehr gut aufbereitet. Der deutsche Besucher kann von einer Vielzahl von interessanten Orten wählen, die in der Region Prachatice besucht werden können. Das größte Problem aller genannten

Branchen sind sicherlich die Restaurants in Prachatice, die eher heimische Kunden ansprechen und nur selten auf Deutsch informieren. Ein gutes Beispiel sind die Restaurants in Vimperk, die einen sehr guten Zugang zu deutschen Touristen haben.

Seznam literatury

Primární zdroje:

Týden na Prachaticku (Eine Woche in der Prachatitzer Region), propagační leták, vydalo město Prachatice, odbor kultury, školství a cestovního ruchu.

Prachatice (Prachatitz), propagační leták, vydalo město Prachatice, odbor kultury, školství a cestovního ruchu.

Prachatice – Nová radnice, Stará radnice (Prachatitz – Neues Rathaus, Altes Rathaus), propagační leták, vydaly kulturní a informační služby města Prachatice.

Jan N. Neumann, propagační leták, vydalo město Prachatice, odbor kultury, školství a cestovního ruchu.

Odborná literatura:

Duden - Deutsches Universalwörterbuch. 7. Aufl. Mannheim 2011 [CD-ROM].

HRDINOVÁ Eva Maria a Andrej SLODIČKA (2015). Die Kathedrale zum Göttlichen Erlöser, die Gottes-Erlöser-Kathedrale, die Kathedrale des Göttlichen Erlösers oder wie? In: Jana KUSOVÁ, Magdalena MALECHOVÁ a Lenka VODRÁŽKOVÁ, ed. *Deutsch ohne Grenzen*. Brno: Tribun EU, s. 441–455. ISBN 978-80-263-0939-0.

KOTÍKOVÁ, Halina a Eva SCHWARTZHOFFOVÁ (2017). *Cestovní ruch*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci. ISBN 978-80-244-5189-3.

WÖLLSTEIN-LEISTEN, Angelika a Peter EISENBERG (2016). *Duden, die Grammatik: unentbehrlich für richtiges Deutsch*. 9., vollständig überarbeitete und aktualisierte Auflage. Berlin: Dudenverlag. ISBN 978-3-411-04049-0.

ZELENKA, Josef (2008). *Cestovní ruch: informační a komunikační technologie*. Hradec Králové: Gaudeamus. ISBN 978-80-7041-514-6.

ZELENKA, Josef (2010). *Marketing cestovního ruchu*. Praha: Univerzita Jana Amose Komenského. ISBN 978-80-86723-95-2.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ (2012). *Výkladový slovník cestovního ruchu*. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha. ISBN 978-80-7201-880-2.

Elektronické zdroje

URL1: k dispozici <https://www.jccr.cz/> (poslední přístup 23.3.2021)

URL2: k dispozici <https://www.npsumava.cz/> (poslední přístup 23.2.2021)

URL3: k dispozici <https://www.prachatice.eu/> (poslední přístup 20.6.2021)

URL4: k dispozici <http://www.visitprachatice.cz/cz/informacni-centrum-prachatice/36/> (poslední přístup 25.5.2021)

URL5: k dispozici <http://www.pizzaprachatice.cz/> (poslední přístup 10.6.2021)

URL6: k dispozici https://www.pthotel.cz/almara-pub-restaurant_4.html
(poslední přístup 10.6.2021)

URL7: k dispozici <https://www.pivovarprachatice.cz/> (poslední přístup 10.6.2021)

URL8: k dispozici <https://www.cernymedvedpt.cz/> (poslední přístup 10.6.2021)

URL9: k dispozici <http://www.sumavskypivovar.cz/> (poslední přístup 12.6.2021)

URL10: k dispozici <http://www.pizzerie-marco.cz/> (poslední přístup 12.6.2021)

URL11: k dispozici <http://www.hotelzlatahvezda.cz/> (poslední přístup 12.6.2021)

URL12: k dispozici <https://www.vimperk-vodnik.cz/> (poslední přístup 12.6.2021)

URL13: k dispozici <https://www.prachatice.eu/mestske-cyklotrasy/ds-1619>
(poslední přístup 20.6.2021)

URL14: k dispozici
<https://www.arcgis.com/apps/webappviewer/index.html?id=133a165b5f3a4ea4b6ea427bc9321689>
(poslední přístup 25.6.2021)

URL15: k dispozici <https://www.vimperk.cz/trasy-pro-cykloturistiku-v-okoli-mesta-vimperk/ds-1296/p1=10444> (poslední přístup 25.6.2021)

URL16: k dispozici <https://www.hotelparkan.cz/> (poslední přístup 27.6.2021)

URL17: k dispozici <https://www.pthotel.cz/> (poslední přístup 27.6.2021)

URL18: k dispozici <http://www.hotelalbatros.cz/de/> (poslední přístup 27.6.2021)

URL19: k dispozici <http://www.hotelzlatahvezda.cz/> (poslední přístup 12.6.2021)

URL20: k dispozici <https://www.hotelterasa.cz/> (poslední přístup 27.6.2021)

URL21: k dispozici https://www.booking.com/index.html?aid=376392;label=bookings-name-gv93XFTmPT9AJQyZsMun4AS438096729107:pl:ta:p1:p22.563.000:ac:ap:neg:fi:tikwd-65526620:lp20218:li:dec:dm:ppccp=UmFuZG9tSVYkc2Rllyh9YXdX6HrtnYy-8mw7a3bFqws;ws=&gclid=CjwKCAjwz_WGBhA1EiwAUAXlcVKbQnMchXJhG158xFXRlhPJ-HIKMCprTD6-R1w-UwM9My61F_i5KhoC_T8QAvD_BwE (poslední přístup 27.6.2021)

URL22: k dispozici
https://www.trivago.cz/?themeld=280&iPathId=32091&sem_keyword=trivago&sem_creativeid=515923329003&sem_matchtype=e&sem_network=g&sem_device=c&sem_placement=&sem_target=&sem_adposition=&sem_param1=&sem_param2=&sem_campaignid=290690361&sem_adgroupid=120665571585&sem_targetid=kwd-5593367084&sem_location=20218&cip=4201900005&gclid=CjwKCAjwz_WGBhA1EiwAUAXlcY2jaXRh87lLnoVj7siMt8iqWGlBvTKFFg-VTO5Ew1lhzfz5ZPsBoCy1wQAvD_BwE (poslední přístup 27.6.2021)