

“会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材
上海紧缺人才培训工程

主编 陈明浩 副主编 陈琦 孙瑜

会展德语

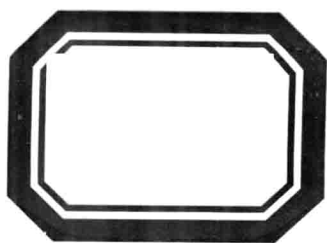
(口译与笔译)



“会展策划与实务” 岗位资格考试系列教材编委会 编著



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS



“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材
工程

会展德语

(口译与笔译)

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材编委会 编著

主 编 陈明浩

副主编 陈 琦 孙 瑜

编 委 赵 亘



同济大学出版社
TONGJI UNIVERSITY PRESS

内 容 提 要

本套书是国内德语界第一部有关德语会展的教材,也是“上海紧缺人才培训工程”指定教材。本套书的编写宗旨是:不仅要求读者掌握用德语进行会展管理与服务的交际能力,还要求掌握会展业各部门、各环节以及整个会展流程中的策划、管理、营销、接待等实施人员应具备的德语沟通能力。

《会展德语》分为“听说读写”和“口译与笔译”2本书。其中《会展德语(口译与笔译)》的每个章节内容包括:听力练习、口译与笔译互译、场景口语训练及口译技巧讲授等。

图书在版编目(CIP)数据

会展德语. 口译与笔译 / 陈明浩主编. -- 上海:
同济大学出版社, 2010. 5
ISBN 978-7-5608-4298-1

I. ①会… II. ①陈… III. ①展览会—德语—翻译
IV. ①H33

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2010)第 063200 号

会展德语——口译与笔译

陈明浩 主编

责任编辑 吴凤萍 责任校对 徐春莲 封面设计 陈益平

出版发行 同济大学出版社 www.tongjipress.com.cn
(地址:上海市四平路 1239 号 邮编:200092 电话:021-65985622)
经 销 全国各地新华书店
印 刷 同济大学印刷厂
开 本 787 mm×1 092 mm 1/16
印 张 11.5
印 数 1—3 100
字 数 287 000
版 次 2010 年 5 月第 1 版 2010 年 5 月第 1 次印刷
书 号 ISBN 978-7-5608-4298-1

定 价 28.80 元(附光盘)

本书若有印装质量问题,请向本社发行部调换 版权所有 侵权必究

“会展策划与实务”岗位资格考试系列教材

编 委 会

主 任 道书明

副主任 金 放

委 员 (按姓氏笔画排列)

王红平 王万宁

刘煜海 傅 谨

序

上海市旅游事业管理委员会主任 道书明

随着全球经济一体化步伐的加快,旅游会展业以其迅猛的发展势头为世界所瞩目,得到了越来越多国家和政府的重视。

上海作为中国的经济中心之一,旅游会展业发展理应走在全国前列。1999年上海“财富”论坛的举办,2001年APEC会议的召开,2008年北京“奥运会”和2010年上海“世博会”的成功申办,使上海跃入了世界知名的旅游会展城市之列。市政府已将旅游会展业列为上海加快发展现代服务业的六大重点领域之一。上海旅游会展业依托大都市的资源优势,依靠政府的大力扶持,将在“十一五”期间发展成为新兴的支柱产业。

按照世界旅游组织(UNWTO)、国际会议协会(ICCA)和国际展览联盟(UFI)的排名,我国与旅游会展强国还有一定差距,形成这种局面的原因,一是我国旅游会展业起步较晚,基础较薄弱;二是缺乏高素质的人才。据统计,到2010年世博会期间,上海将需要20多万旅游会展专业人才。由此可见,抓紧培养旅游会展人才,尤其是中高级旅游会展人才已成为当务之急。

为了加快我国旅游会展业的发展,尽快赶上世界强国,我们在吸收国外先进经验的同时,更要十分注重专业人才的培养。可以说,没有高素质的专业人才,旅游会展业就谈不上进一步发展。为了缓解上海旅游会展人才紧缺的问题,上海市旅游事业管理委员会会同市有关部门设立了上海紧缺人才培训工程“会展策划与实务”岗位资格证书考试项目,受到广泛好评,这是一件实事和好事。

希望通过努力,为正在蓬勃发展的旅游会展产业,为2010年上海世博会,培养输送一大批旅游会展行业紧缺的策划、规划、管理、营销、接待、设计和技术等方面的专门人才,齐心协力打造上海旅游会展人才高地。

前 言

会展素有经济发展和社会进步的“推助器”之称。近年来,随着中国申博成功,上海的会展业不断升温加速,并开始逐步走向国际化、专业化、规模化和品牌化。国际上各展览巨头纷纷看好上海的发展前景。但随之而来的是会展国际人才的供求矛盾显现,特别是世博会的临近,人才短缺更成为制约上海会展业进一步发展的“瓶颈”。会展人才已成为上海经济和社会发展的紧缺人才之一。为此,根据“上海紧缺人才培训工程”的要求,由上海旅游事业管理委员会牵头,会同有关部门,从2007年起设立了“会展外语口译”岗位资格证书培训考试。它属于“会展策划与实务”体系中的一个新项目。该项目的专家组由上海外国语学院、同济大学、上海理工大学、上海师范大学等专家组成。

“会展外语口译”的培训与认证,是为了测试考生用外语进行会展服务与接待的实际能力和会展整个流程中的策划、管理、营销、物流、谈判、设备、设计及其他专业工作中用外语沟通的能力,为会展行业各种岗位输送外语人才。《会展德语》教材正是顺应该项目的需求而编写的。

《会展德语》分为“听说读写”和“口译与笔译”2本书。本套书的编写宗旨如下:不仅要求读者掌握用德语进行会展管理与服务的交际能力,还要求他们掌握会展业各部门、各环节以及整个会展流程中的策划、管理、营销、接待等实施人员应具备的德语沟通能力。因此要强化听、说、读、写、译技能训练。进一步了解德语国家综合文化知识和国际会展业的背景知识,以及他们有关会展业的先进理念和实践。特别是要加强口译能力的训练,有针对性地进行实例操练,使上岗人员和会展从业人员通过培训能较快地进入角色,用德语服务和开展好国际会展业务。本套书是国内德语界第一部有关德语会展的教材,因此也受到有关方面的重视和关注。

《会展德语(听说读写)》一书的内容涉及会展业概况、德国会展历史以及会展流程中的各个环节;《会展德语(口译与笔译)》的每个章节内容包括:听力练习、口译与笔译互译、场景口语训练及口译技巧讲授等。概而言之,这套书所有内容的安排和练习设计均从实际出发,同时体现会展的系统性、时代性和实用性。

本套书的主编为同济大学陈明浩老师,其中《会展德语(听说读写)》一书的副主编为赵亘老师(同济大学)、参编者为朱开福博士(德国籍);《会展德语(口译与笔译)》一书的副主编为陈琦和孙瑜老师(上海理工大学),他们在编著过程中曾得到过“上海高校选

拔培养优秀青年教师科研专项基金”的支持。作者在编写本套书的过程中,一直在编委会的领导和帮助下进行,与上海会展的诸多同行与专家进行过多次的沟通与学习。同济大学德语系袁志英教授和德国 DAAD 专家彭爱慕博士对教材中的汉语和德语的表达及翻译提出了建设性的建议和修改意见,上海旅游培训中心的何玲、程燕沁、郭训、张悦等老师在业务和行政上给予了大力支持。此外,本书的出版得到了同济大学出版社的帮助,在此一并表示真诚的感谢。

由于编著者在会展专业及语言方面的水平所限,本书难免有不妥和疏漏之处,敬请各位读者不吝赐教。

编者

2010年3月

Inhaltsverzeichnis

Lektion 1 Messeprofile	1
Text 1 Messe und Ausstellung	1
Übungen	4
Text 2 Messen in Deutschland	5
Text 3 Eine kleine Messegeschichte von Deutschland	6
Text 4 Die deutsche Messe AG	8
翻译阅读(一)	9
Lösungen	11
Lektion 2 Begrüßungs- und Abschlussrede	16
Übungen zum Aufwärmen:	16
Text 1 Begrüßungsansprache	17
Text 2 Abschlussrede auf einer Messe	18
Übungen	20
翻译阅读(二)	21
Lösungen	24
Transkription	29
Lektion 3 Stichwort Messebau	33
Übungen zum Aufwärmen	33
Text 1 Was für Dienstleistung kann ein Messeveranstalter anbieten?	34
Text 2 Eine Durchsage	36
Text 3 Mietvertrag	36
Text 4 Ein Dialog	37
Exkurs	38
Übersetzung	39
翻译阅读(三)	40
Lösungen	43

Transkription	48
Lektion 4 Diskussion und Vortrag	50
Text 1 Ein Online-Gespräch	50
Text 2 Drei Fragen an Harald Dosch	52
Exkurs	53
Text 3 Ein Vortrag	54
Wortschatzübung	55
翻译阅读(四)	56
Lösungen	58
Lektion 5 Produktpräsentation	63
Übungen zur Vorentlastung	63
Text 1 Cebit 2008: Grün und günstig	64
Text 2 Neue Linux-Netbooks auf CeBIT 2008	67
Text 3 Am Messestand	68
Text 4 Produkte	68
翻译阅读(五)	69
Lösungen	70
Transkription	74
Lektion 6 Unternehmenspräsentation	76
Text 1 Ein Unternehmen vorstellen	76
Übungen	79
Text 2 Audiovisuelle Präsentation	79
Prüfungstraining 1	81
Lösungen	81
Transkription und Übersetzung von Text 2(Text 2 原文及参考译文)	85
Lektion 7 Messeggespräche am Messestand	89
Übungen zum Aufwärmen	89
Text 1 Messestände besuchen	90
Text 2 Ein Beratungsgespräch mit einem chinesischen Kunden	91
Text 3 Ein informatives Messeggespräch am Stand	93
Prüfungstraining 2	94

Lösungen	95
Transkription	97
Lektion 8 Etwas Unterhaltsames	102
Text 1 Eine Anzeige für das internationale Musik-Feuerwerk-Festival Shanghai	102
Text 2 Shanghai Tourismus-Festival	104
Text 3 Incentive-Reise	107
Text 4 Ein Interview	107
Prüfungstraining 3	108
Wortschatzerweiterung	109
Lösungen	111
Transkription	115
Lektion 9 Messe in der Presse und Öffentlichkeit	116
Übungen zum Aufwärmen	116
Text 1 China als Teil der internationalen IT-Messestrategie	118
Text 2 Markteinstieg: Die Fachmesse — ein hervorragendes Tool für einen effizienten Markteinstieg	119
Text 3 Ein Interview mit Frau Jin	121
Prüfungstraining 4	123
Lösungen	125
Prüfungstraining 4	129
Transkription	129
Lektion 10 Messenachfassung	131
Text 1 Ein deutscher Dankesbrief	131
Text 2 Ein chinesischer Dankesbrief	132
Text 3 Ein Messebericht	133
Text 4 Ein Schlussbericht	134
Text 5 Bilanz einer Messe	135
Prüfungstraining 5	136
Lösungen	138
Transkription	141

Lektion 11 Die Expo kommt	143
Text 1 Die Expo	143
Text 2 Expo und Tourismus	144
Text 3 Deutscher Pavillon	145
Text 4 Der erste Spatenstich	146
Text 5 Inhorgenta Europe	147
Text 6 Interviews	149
Übungen	150
Wortschatzübung	150
Prüfungstraining 6	151
Lösungen	152
Transkription	158
Lektion 12 Mustertest	161
Viel Glück und Erfolg!	161
Lösungen	165
Transkription	167



Lektion 1 Messeprofile

In dieser Lektion kommen allgemeine Fragen über Messe und deren Entwicklungsgeschichte in Deutschland und China zur Sprache. Grundkenntnisse wie der Begriff Messe und Ausstellung, Messtypologie und Ursprung der Messe werden vermittelt. Sie haben v. a. Sachtext zu übersetzen.

Text 1 Messe und Ausstellung >>>



„Das Shanghai Exhibition“ ist Veranstaltungsort für zahlreiche internationale Messen

Vorentlastung:

Einstieg auf die Messe!

Grundwortschatz: Versuchen Sie folgende Wörter ins Chinesische zu übersetzen, ohne im Wörterbuch nachzuschlagen. Sollten Sie Schwierigkeiten haben, lesen Sie zuerst Text 1. Die Bedeutung lässt sich dann leicht aus dem Kontext erschließen.

Messe _____

Ausstellung _____

Marktveranstaltung _____

Absatzförderung _____

Fachbesucher _____

Muster _____

Abnehmer _____

Grundwissen:

Kenndaten von Messen



AUMA

Die AUMA veröffentlicht in ihrem „Auma Messe Guide Deutschland“ die Messeprofile der internationalen und regionalen Messen und Ausstellungen. Informieren Sie sich darüber unter www.auma-messen.de

Eine Messe im wirtschaftlichen Sinne ist eine zeitlich begrenzte, wiederkehrende Veranstaltung, die es Herstellern oder Verkäufern einer Ware oder einer Dienstleistung ermöglicht, diese zur Schau zu stellen, zu erläutern und zu verkaufen.

Auf Messen werden die Waren als Muster ausgestellt und können aufgrund dieser Muster bestellt (geordert) werden. Die Stadt, in der eine Messe stattfindet, heißt Messeplatz, der Standort einer Firma innerhalb des Messegeländes oder der Messehalle heißt Messestand. Messen finden regelmäßig in gleichen Zeitabständen an gleichen Messeplätzen statt. Zugänglich sind sie nicht für die Öffentlichkeit, sondern nur für den Fachmann, also für Erzeuger, Produzenten und Händler der jeweiligen Branche. Man unterscheidet:

- Allgemeine Messen oder Universalmesse. Bei ihnen sind viele Branchen mit ihren Produkten vertreten. Sie bieten Erzeugern und Händlern eine gute Gelegenheit, sich auf engstem Raum einen umfassenden Überblick über die einzelnen Branchen zu verschaffen. Wegen der unüberschaubaren Anzahl der Produkte werden Universalmesse immer mehr durch Fach- oder Branchenmesse abgelöst. Beispiel: Leipziger Messe.
- Fach- oder Branchenmesse. Hier treffen sich Erzeuger, Produzenten und Händler einer oder mehrerer ganz bestimmter Branchen. Die Fachleute können hier mit Fachleuten der gleichen Branche Kontakte knüpfen und Erfahrungen austauschen. Daher sind sie effektiver als Universalmesse. Zudem verschaffen sie den Messeteilnehmern einen sehr guten Branchenüberblick und bieten damit eine gute Möglichkeit, die Stellung des eigenen Unternehmens innerhalb der Branche festzustellen. Um die Effektivität noch zu erhöhen, werden die Fachmesse zeitlich so gelegt, dass die Marktversorgung gesichert ist; z. B. Winterbekleidungsmesse im Frühjahr für Bestellungen, Produktion im Sommer, Auslieferung an die Händler im Herbst und ab Spätherbst Verkauf an die Verbraucher rechtzeitig zum Winterbeginn. Beispiel: Offenbacher Lederwarenmesse.

Anders als die Messe, die sich vornehmlich an ein Fachpublikum wendet, richtet sich die Ausstellung hingegen vor allem an die breite Bevölkerung. Ausstellungen dienen weniger dem Verkauf, sondern mehr der Repräsentation und Werbung sowie der allgemeinen

Information und können auch von Privatleuten besucht werden. Sie stehen grundsätzlich jedermann offen und haben informierenden oder aufklärenden Charakter. Wie bei Messen unterscheidet man:

- Allgemeine Ausstellungen. Hier können sich ganze Wirtschaftsräume oder Länder mit ihren Produkten präsentieren.
- Fach- oder Branchenausstellungen. Auf diesen Ausstellungen präsentieren sich einzelne Branchen oder Wirtschaftszweige mit ihren Produkten. Beispiel: Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt/Main.
- Weltausstellungen. Durch sie haben alle Länder dieser Erde Gelegenheit, sich zu präsentieren, für ihr Land zu werben und für die Probleme Verständnis zu wecken.

A1 Zu welcher Textsorte gehört der Text? Was glauben Sie, ist bei der Übersetzung solcher Textsorte zu beachten?

A2 Übersetzen Sie die Messe- und Ausstellungstypen ins Chinesische! Die sind wichtige Fachwörter in Bezug auf Messeprofile! (术语翻译)

Messe- und Ausstellungstypen

Messtypologie nach dem Einzugsgebiet

- Internationale Messen/Ausstellungen _____
- überregionale Messen/Ausstellungen _____
- Regionale Messen/Ausstellungen _____

Messtypologie nach der Branche

- Universalmessen _____
- Mehrbranchenmessen _____
- Fachmessen/Fachausstellungen _____
- Kongressausstellungen _____
- Verbraucherausstellungen _____

A3 Übersetzen Sie folgende Ausdrücke:

Was bedeutet *Bei ihnen sind viele Branchen mit ihren Produkten vertreten*. (Z. 10–11)?

Übersetzen Sie *Anders als die Messe, die sich vornehmlich an ein Fachpublikum wendet*,

richtet sich die Ausstellung hingegen vor allem an die breite Bevölkerung. (Z. 27–28) in Zeile ins Chinesische und achten Sie dabei auf die Wort- und Satzstellung!

A4 In dem Text werden weltweit wichtige Messen erwähnt, deren chinesische Übersetzungen schon konventionalisiert sind. Wissen Sie, wie sie heißen? Sie können im Internet recherchieren, wenn Sie sich unsicher sind.

Leipziger Messe _____

Offenbacher Lederwarenmesse _____

Internationale Automobil-Ausstellung (IAA) in Frankfurt/Main _____

A5 Versuchen Sie, den ganzen Text ins Chinesische zu übersetzen! Vergleichen Sie Ihre Übersetzung mit der Ihres Nachbarn und finden Sie die Unterschiede und Ungenauigkeiten heraus und diskutieren Sie darüber!

Übungen >>>

Übersetzen Sie folgende Sätze ins Chinesische!

1. Ausstellungen und Messen sind nur dann erfolgreich, wenn sie gut geplant und organisiert sind. Wichtig sind ein guter Ausstellungs- und Messestand, eine gut ausgewählte Präsentation der Muster und Produkte, fachlich gut geschultes und freundliches Personal, Werbung für die Veranstaltung rechtzeitig vor Beginn durch gezieltes Einladen wichtiger Kunden mit Prospektzusendung und Zusendung einer Einladungskarte, genaue Angaben über den Messestand usw.
2. Kunden haben auf einer Messe die Möglichkeit, die Angebote verschiedener Anbieter zu vergleichen und sich ein Bild von der Marktsituation zu machen. Ausstellenden Unternehmen geht es um Gewinn oder Auffrischung von Kundenkontakten, Steigerung des Bekanntheitsgrades sowie Informationsaustausch. Gesamtwirtschaftlich tragen Messen zu Schaffung von Markttransparenz bei und können regional positive Beschäftigungseffekte auslösen.
3. Die Weltausstellung ist eine internationale Ausstellung, die sich in der Zeit der Industrialisierung als technische und kunsthandwerkliche Leistungsschau etablieren konnte. Die offizielle Institution zur Vergabe der Weltausstellungen ist seit 1928 das Bureau International des Expositions (BIE). Die durch das BIE anerkannten Weltausstellungen dauern drei bis sechs Monate.

Text 2 Messen in Deutschland >>>

Vorentlastung:

Deutschland — Messeland

Messelogsalat: Nennen Sie jeweils eine Messe, die von den folgenden Messengesellschaften veranstaltet wird.



德国会展举世闻名,在全球每年举行 130~150 个国际专业展会中,有 2/3 是在德国举办。目前世界上营业额最大的 10 家会展公司中,德国就有 6 家。德国共拥有室内展出面积 240 万平方米,约占世界展览总面积的 20%,全球 5 大展览中心中有 4 家在德国。在德国举办的各种博览会每年都吸引着成千上万来自世界各地的参观者。2004 年,德国展览公司的营业总额近 25 亿欧元,参展商和参观者每年为德国博览会支出近 100 亿欧元。博览会还为交通、旅游、酒店、餐饮等行业带来约 250 亿欧元的经济效益,并保障了 25 万个就业岗位。

在德国众多的会展中,已经形成一大批知名度非常高的博览会品牌,如汉诺威计算机博览会、法兰克福消费品博览会、慕尼黑国际建筑机械博览会等。德国会展业品牌的树立,德国行业协会发挥了非常重要的作用。德国最重要的展会城市为柏林、杜塞尔多夫、法兰克福、汉堡、汉诺威、科隆、莱比锡、慕尼黑、纽伦堡和斯图加特。

A1 Wie heißen im letzten Abschnitt *汉诺威计算机博览会*, *法兰克福消费品博览会* und *慕尼黑国际建筑机械博览会* jeweils auf Deutsch bzw. in deutscher Abkürzung?

A2 Übersetzen Sie den Satz “德国展览公司的营业总额近 25 亿欧元,参展商和参观者每年为德国博览会支出近 100 亿欧元” mit verschiedenen Möglichkeiten! Diskutieren Sie welche die beste ist.

A3 Arbeiten Sie zu dritt. Üben Sie mit dem Text das Flüsterdolmetschen. Einer liest einen Abschnitt laut und langsam vor und zwar mit Zwischenpausen, der andere dolmetscht ihn in der Pausenzeit leise ins Chinesische (flüstert sie ihm ins Ohr) und der dritte hört zu und macht Notizen. Wechseln Sie Ihre Rolle nach einem Abschnitt!

A4 Diskutieren Sie nun im Plenum über die Probleme und Schwierigkeiten beim Dolmetschen anhand der Notizen.

A5 Dolmetschen Sie den Text aus dem Stegreif! (视译).

Text 3 Eine kleine Messegeschichte von Deutschland >>>

Deutschland ist weltweit das Messeland Nummer eins. Nirgendwo sonst finden mehr internationale Leitmessen statt. Immerhin sechs der zehn umsatzstärksten Messegesellschaften haben ihren Sitz in Deutschland. Zudem liegt der Anteil der internationalen Aussteller und Besucher in keinem anderen Land höher.

Aber Deutschlands Messen hatten auch lange Zeit zum üben:

Die Wurzeln der Branche reichen rund 1000 Jahre zurück. Damals entstanden an den Schnittpunkten großer Handelswege Warenbörsen, aus denen letztlich Messegesellschaften wie Leipzig, Frankfurt oder Köln hervorgingen. Mit den Branchenschauen von heute haben die ersten Messen aber nur noch wenig gemein. Die Messe der Gegenwart — gemeint sind so genannte Mustermessen — gibt es seit Mitte des 19. Jahrhunderts. Statt mitgebrachte Waren zu verkaufen, werden Muster gezeigt, die bestellt werden können. Insbesondere Leipzig galt hier als Vorreiter. Die Sachsen trugen den Titel Mustermesse sogar zwischenzeitlich in ihrem Namen. Mit dem Ende des Zweiten Weltkriegs und der Teilung musste sich das Messewesen im Westen neu formieren. Starthilfe leisteten die Besatzungsmächte: Sie ordneten vor 60 Jahren in einer alten Firmenbaracke in Hannover eine Produktschau an, aus der die heutige Industrieschau Hannover Messe hervorging. Daran schloss sich eine rasante Entwicklung an, die zu sieben Großmessen (Berlin, Düsseldorf, Frankfurt, Hannover, Köln, München und Nürnberg) sowie vielen regionalen und lokalen Veranstaltungen führte. Eigentümer der Gesellschaften sind meist die Städte