

Glosar za besedilo Mediamix/Glossar zum Text Mediamix

agencija	die Agentur: podjetje, ki opravlja posredniške posle (Institution, die jemanden etwas vermittelt)
blagovna znamka	das Warenzeichen: zaščitni grafični, črkovni znak za označevanje blaga, storitev (in bestimmter grafischer Form gestaltetes und geschütztes Zeichen, mit dem alle Artikel einer Marke gekennzeichnet werden)
branža	die Branche: stroka, zvrst, panoga (Wirtschafts-, Geschäftszweig, Fachgebiet)
ciljna skupina	die Zielgruppe: skupina ljudi, ki velja za potrošnika nekega izdelka (Gruppe von Personen, die gezielt auf etwas angesprochen wird)
dobavitelj	der Lieferant: kdor opravlja dobavo (jemand, der an jemanden eine Ware liefert)
eksterna, zunanja komunikacija	externe Kommunikation: vrsta komunikacije, ki je značilna za komuniciranje podjetij z javnostjo (eine Art von Kommunikation, die die Kommunikation der Unternehmen zu der Öffentlichkeit kennzeichnet)
interna, notranja komunikacija	interne Kommunikation: vrsta komunikacije, ki se izvaja znotraj podjetja (eine Art von Kommunikation, die sich innerhalb der Unternehmen verwendet)
javnost	Öffentlichkeit: pripadniki družbenopolitične skupnosti, zlasti v odnosu do kakega dogajanja ali stvari (als Gesamtheit gesehener Bereich von Menschen, in dem etwas allgemein bekannt und allen zugänglich ist)
konkurenca	der Wettbewerb: prizadevanje, da je z boljšimi storitvami kdo boljši kot nasprotnik (Kampf um möglichst gute Marktanteile)
licenca	die Lizenz: pooblastilo za izkoriščanje tujega patenta, modela, žiga (gegen eine Gebühr erteilte rechtskräftige Genehmigung)
logotip	das Logo: znak, ki predstavlja neko podjetje, program, produkt (ein Zeichen, das ein Unternehmen, einen Programm, ein Produkt präsentiert)
manevrski prostor	der Spielraum: ozemlje, prostor, ki omogoča neovirano delovanje (gewisser freier Raum, der den ungehinderten Ablauf einer Bewegung, das ungehinderte Funktionieren von etwas ermöglicht, gestattet)

marketing	das Marketing: načrtovanje in usklajevanje investicij, proizvodnje, prodaje in propagande s potrebami in možnostmi tržišča (Ausrichtung eines Unternehmens auf die Förderung des Absatzes durch Betreuung der Kunden, Werbung, Beobachtung und Lenkung des Marktes)
marketinška strategija	die Marketingstrategie: točen načrt nadaljnjega marketinškega ravnanja, postopanja (genauer Plan des marketingmäßigen Vorgehens, der dazu dient, ein Ziel zu erreichen)
marketinški oddelek	die Marketingabteilung: oddelek, kjer se ukvarjajo z marketingom (die Abteilung, wo man sich mit Marketing beschäftigt)
marketinški splet	der Marketing Mix: kombinacija spremenljivk, ki jih mora podjetje kontrolirati za doseg ustrežne prodaje na ciljnem trgu (eine Kombination der Veränderlichen, die ein Unternehmen kontrollieren muss, um einen entsprechenden Verkauf auf dem Zielmarkt zu erzielen)
naročnik	der Auftraggeber: kdor naroča kako blago, storitev (jemand, der einen Auftrag erteilt)
oglaševalski prostor	Werbefläche: prostor, namenjen reklamnim plakatim (Fläche, die für das Ankleben von Werbeplakaten vorgesehen ist)
oglaševati	inserieren: objavljati oglase (durch ein Inserat in einer Zeitung anbieten, suchen, vermitteln)
okoljski vidik	Umweltaspekt: skrb za okolje (Besorgnis für die Umwelt)
podkrepiti	bekräftigen: narediti, da je kaj prepričljivejše, temeljitejše, bolj veljavno (nachdrücklich bestätigen)
ponudba	das Angebot: kar naredi, da lahko kdo kaj dobi, kupi, najame (etwas, was jemandem angeboten, vorgeschlagen wird)
posrednik	der Mittler: kdor posreduje (jemand, der vermittelnd zwischen verschiedenen Personen auftritt)
potrošnik	der Verbraucher: kdor kaj porablja (jemand, der Waren kauft, verbraucht)
principal	der Prinzipal: lastnik podjetja, podjetnik (Geschäftsinhaber)
produkcija	die Produktion: proizvodnja (Erzeugen, Herstellung von Waren und Gütern)
produkt	das Produkt: proizvod (etwas, was das Ergebnis menschlicher Arbeit ist)
promocija	die Promotion: javna predstavitev nečesa (Förderung der Werbung)

	durch besondere Werbemaßnahmen)
razgovor	die Besprechung: uradna izmenjava mnenj, stališč (ausführliches Gespräch über eine bestimmte Sache, Angelegenheit)
sponzorirati	sponsern: gmotno podpreti, omogočanje kakšne dejavnosti, izvedbe česa (finanziell unterstützen)
tiskovna konferenca	die Pressekonferenz: konferenca, na kateri daje predstavnik oblasti, organizacije ali pomembna osebnost izjave za objavo v časopisju, na radiu, televiziji (von einer amtlichen Stelle, einem Verband, einer Firma organisierte Veranstaltung, auf der Informationen an die Presse gegeben werden)
tradicija	die Tradition: kar se je ustalilo v življenju kake skupnosti s prenašanjem iz roda v rod (etwas, was im Hinblick auf Verhaltensweisen, Ideen, Kultur in der Geschichte von Generation zu Generation entwickelt und weitergegeben wurde)
tržišče	der Markt: območje kupovanja in prodajanje blaga in storitev (Angebot und Nachfrage in Bezug auf Warenverkehr, Kauf und Verkauf)
zakonodaja	die Gesetzgebung: izdajanje zakonov (Vorschlagen, Beraten und Erlassen von Gesetzen)