

Katedra germanistiky

Filozofická fakulta

Univerzita Palackého v Olomouci

Bc. Eva Hnidáková

**Phraseme in der Wirtschaftsrubrik der Zeitungen „Die  
Presse“ und „Der Standard“**

Mgr. Michaela Kaňovská, Ph.D.

Olomouc 2014

Ich bestätige hiermit, dass ich diese Diplomarbeit selbstständig verfasst habe und dass ich die angegebenen Quellen aus dem Literaturverzeichnis zur Bearbeitung der Thematik genutzt habe.

Olmütz, den 11. 12. 2014

.....

Bc. Eva Hnidáková

Ich danke Mgr. Michaela Kaňovská, Ph.D. für ihre sachverständige Hilfe während des Verfassens meiner Arbeit.

# Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung .....	7
2 Zum Begriff „Phraseologie“ .....	9
2.1 Phraseologismus und Phrasem .....	10
2.2 Merkmale der Phraseologismen .....	12
2.2.1 Polylexikalität .....	12
2.2.2 Stabilität oder Festigkeit .....	13
2.2.3 Idiomatizität .....	17
2.2.4 Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit .....	18
3 Klassifikation der Phraseologismen.....	20
3.1 Klassifikation nach Burger .....	20
3.1.1 Referentielle Phraseologismen.....	21
3.1.2 Strukturelle Phraseologismen .....	22
3.1.3 Kommunikative Phraseologismen (Routineformeln).....	23
3.1.4 Spezielle Klassen.....	24
3.2 Zusammenfassung .....	26
4 Phraseologismen im Text .....	27
4.1 Pragmatische und stilistische Funktion der Phraseologismen .....	27
4.2 Textbildende Potenz von Phraseologismen .....	28
4.3 Phraseologismen in den Printmedien .....	29
5 Bestimmung von Fachsprache.....	30
5.1 Kurze Geschichte der Fachsprachen im Deutschen .....	31
5.2 Gliederung von Fachsprachen.....	33
5.2.1 Horizontale Gliederung .....	33

5.2.2 Vertikale Gliederung .....	34
5.2.3 Fachtextsorten .....	36
5.3 Eigenschaften von Fachsprachen .....	36
5.4 Fachwortschatz.....	37
5.5 Phraseologismen in Fachtexten .....	38
6 Charakteristik der Wirtschaftssprache .....	40
6.1 Fachspezifische und allgemeinsprachliche Wendungen .....	41
6.2 Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache .....	41
6.3 Idiomatizität der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen .....	42
6.4 Stabilität der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen .....	43
6.5 Morphosyntaktische Strukturen der Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache .....	44
6.5.1 Substantivische Phraseologismen.....	44
6.5.2 Verbale Phraseologismen .....	45
6.6 Paradigmatische Beziehungen der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen .....	45
6.6.1 Phraseologische Synonyme und Varianten.....	45
6.6.2 Phraseologische Antonyme.....	46
6.6.3 Phraseologische Sachgruppen.....	46
6.6.4 Phraseologische Reihen .....	47
6.7 Teilidiomatische Komposita .....	48
6.8 Metaphern in der deutschen Wirtschaftssprache.....	48
8 Untersuchungskorpus.....	50
8.1 Die Presse.....	50
8.2 Der Standard.....	51

8.3 Methodik der Untersuchung.....	52
8.4 Register der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen .....	54
9 Schlussfolgerungen .....	71
9.1 Der Standard.....	71
9.2 Die Presse.....	73
10 Resümee .....	76
11 Résumé .....	78
12 Bibliographie .....	81
13 Internetquellen .....	83
14 Anhang .....	84
1 „Der Standard“ (online Ausgabe) .....	84
2 „Die Presse“ (online Ausgabe) .....	86
15 Annotation .....	100

# 1 Einleitung

Bei der Wahl des Themas meiner Diplomarbeit spielte eine wesentliche Rolle mein voriges Studium der angewandten Ökonomie, sowie auch meine bisherige berufliche Erfahrung. Drei Jahre lang war ich in einem österreichischen Unternehmen als Bürokraft tätig und ich absolvierte das Praktikum an der Tschechischen Botschaft in Wien. Fast täglich war ich im Kontakt mit der Presse und vor allem mit den Fachtexten aus dem wirtschaftlichen Gebiet.

Die Presse ist ein wichtiges Kommunikationsmittel der heutigen Gesellschaft. Die Massenmedien beeinflussen sehr stark die öffentliche Meinung der Gesellschaft. Die Wirtschaft und Politik gehören zu den führenden Bereichen, mit den sich die Presse beschäftigt. Die wirtschaftlichen Texte dienen dem Zweck die breite Laiengesellschaft, sowie auch die Fachleute aus dem ökonomischen Gebiet über die aktuelle wirtschaftliche Situation zu informieren. Deshalb ist die Sprache der Wirtschaft von großer Bedeutung. In den wirtschaftlichen Texten werden viele Phraseologismen thematisiert, deswegen bildet den Kern dieser Arbeit ihre Untersuchung.

Die Diplomarbeit wird in zwei Teile gegliedert. In dem theoretischen Teil geht es um die Beschreibung der Termini aus dem Gebiet der Phraseologie. In diesem Teil werden folgende Fragen beantwortet: Was ist Phraseologie? Wie kann man der Begriff Phraseologismus definieren? Welche Funktion haben die Phraseologismen? Wie werden die Wirtschaftssprache und besonders ihre Phraseologie charakterisiert?

In dem praktischen Teil wird eine Analyse der Phraseologismen in den Wirtschaftsrubriken der österreichischen Tageszeitungen „*Die Presse*“ und „*Der Standard*“ durchgeführt. Österreich steht an der Spitze der Handels- und Exportpartner der Tschechischen Republik. Unser Staat ist sehr attraktiv auch für die österreichischen Investoren. Aufgrund dieser Tatsachen werden die Phraseologismen in den österreichischen Zeitungen „*Die Presse*“ und „*Der*

*Standard*“ analysiert. Das Ziel dieser Arbeit wird darin gesehen, eine Liste der am meisten verwendeten Phraseologismen in der wirtschaftlichen Fachtexten zu schaffen und damit zeigen, dass eine Fachsprache (hier konkret Wirtschaftssprache) über eine eigenständige Phraseologie verfügt. Im Anhang werden zwei konkrete Beispiele der Artikel aus den Wirtschaftsrubriken gezeigt. In der elektronischen Version der Arbeit wird die Liste der erforschten Artikel angeführt.

## 2 Zum Begriff „Phraseologie“

Der Begriff *Phraseologie* hat seine Herkunft in der Sprachwissenschaft und bezeichnet eine ganz junge Teildisziplin der Linguistik. Diese Disziplin wurde erst in 1970er Jahren als eigenständige international anerkannt. Der Schweizer Charles Bally setzte sich für die Begründung der Phraseologieforschung im Jahr 1909 mit seinem Band „*Traté de stilistique française*“. Mit diesem Werk legte er den Grundstein der Erforschung der Phraseologie aus explizit linguistischer Sicht.<sup>1</sup> Trotzdem blieb seine Arbeit lange Zeit unbeachtet. Zuerst in den 40er Jahren kehrte sich der sowjetische Sprachwissenschaftler V.V. Vinogradov zu seinem Nachlass und in den 50er und 60er Jahren hat die sowjetische Phraseologie einen Höhepunkt erlebt. Zehn Jahre später konnte man die Auseinandersetzung mit der Phraseologie auch in anderen Ländern bemerken. Die wichtigsten phraseologischen Werke sind ans Licht gekommen u.a.: „*Idiom Structure in English*“ von Adam Makkai (1972) für Anglistik, „*Probleme der Phraseologie*“ von Harald Thun (1978) für Romanistik, „*Handbuch der Phraseologie*“ von Harald Burger/Annelies Buhofer/Ambros Sialm (1982) und „*Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*“ von Wolfgang Fleischer (1982) für Germanistik. Seit dieser Zeit waren die phraseologischen Publikationen vom großen Interesse und die Phraseologie erlebte den systematischen Aufschwung.<sup>2</sup>

In der deutschsprachigen Germanistik wurde Phraseologie zunächst als Teilgebiet der Lexikologie gesehen. Diese Ansicht wurde damit erklärt, dass Phraseologismen als Einheiten in dem Wortschatz ähnlich erforscht werden können wie die Wörter als Wortschatzeinheiten.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Fleischer 1982: S. 10

<sup>2</sup> Palm 1997: S. 106

<sup>3</sup> Fleischer 1982: S. 16

Der Terminus Phraseologie hat Doppelbedeutung. Einerseits bezeichnet er die linguistische Disziplin, die sich mit der Untersuchung der Phraseologismen beschäftigt. Andererseits bezeichnet er die Gesamtheit der Phraseologismen in einer Sprache (man kann z.B. über „die Phraseologie des Deutschen“ sprechen).<sup>4</sup>

Die phraseologische Forschung definiert Phraseologismus und beschreibt seine Charakteristika anhand der Attribute zu denen man zählt Polylexikalität, Idiomatizität, Stabilität/Festigkeit und Lexikalisierung/Reproduzierbarkeit. Die Klassifikation von Phraseologismen gehört auch zu den wichtigsten Schwerpunkten der Phraseologie.<sup>5</sup>

## 2.1 Phraseologismus und Phrasem

Unter dem Begriff *Phraseologismus* versteht man die phraseologische Einheit. Als Phraseologismen können alle Ausdrücke bezeichnet werden, die aus mehr als einem Wort bestehen. Es muss um solche Kombination von Wörtern gehen, die in einer Einzelsprache nur in dieser Kombination oder manchmal mit Varianten verwendet werden. Die Bestandteile eines Phraseologismus werden *Komponenten* genannt. Synonyme Ausdrücke zum Terminus Phraseologismus sind feste Wortverbindung, phraseologische Wortverbindung, Phraseolexem, Phrasem oder Idiom. Der Gegenbegriff zum Phraseologismus ist freie Wortverbindung.<sup>6</sup>

Die Phraseologismen dienen der Sache den Wortschatz einer Sprache zu erweitern. Die festen Wortverbindungen erfüllen die Funktion der Verarbeitung der mentalen Prozesse, wie Einstellungen, Emotionen und Verhaltensweisen. In

---

<sup>4</sup> Fleischer 1982: S. 8-9

<sup>5</sup> Burger 2010: S. 14

<sup>6</sup> Burger 2010: S. 11

Verbindung mit diesen mentalen Größen, die die Phraseologismen ausdrücken können, spricht man über mentales Lexikon einer bestimmten Sprache.<sup>7</sup>

Beispiele der Phraseologismen:

*gang und gäbe sein* (üblich sein)

*Öl ins Feuer gießen* (einen Streit noch verschärfen)

*jmdn./etw. unter die Lupe nehmen* (jmdn./etw. genau prüfen)

*jmdn. an die Kandare nehmen* (jmdn. unter Kontrolle stellen, seine Freiheit einschränken)

*Guten Appetit* (Höflichkeitsformel zur Einleitung einer gemeinsamen Mahlzeit)

*das Rote Kreuz* (der Name humanitäre Organisation)<sup>8</sup>

*Phraseologismus* und *Phrasem* gelten in der Regel als Synonyme wie schon erwähnt wurde. Zu ihrer Beziehung führt Burger noch genauer an, dass der Terminus *Phraseologismus* vor allem im deutschsprachigen Raum verwendet wird. *Phrasem* ist eher im Bereich der internationalen Verwendbarkeit bekannt.<sup>9</sup> Im Zusammenhang mit den Eigenschaften (Polylexikalität, Stabilität und Idiomatizität) der Phraseologismen spricht man über die Phraseologismen im weiteren und im engeren Sinne. Burger charakterisiert als *Phraseologismen im weiteren Sinne* solche Wortverbindungen, die die folgenden zwei Eigenschaften erfüllen. Sie bestehen aus mehr als einem Wort. → Polylexikalität. Sie sind in einer genauen Kombination von Wörtern bekannt und gebraucht. → Stabilität/Festigkeit. Die Phraseologie im weiteren Sinne umfasst nach Palm diese

---

<sup>7</sup> Palm 1997: S. 1

<sup>8</sup> Burger 2010: S. 11

<sup>9</sup> Burger 2010: S. 36

Phänomene: Sprichwörter, Antisprichwörter, LehnSprichwörter, Sagwörter und geflügelte Worte.<sup>10</sup>

*Phraseologismen im engeren Sinne* weisen zu den zwei erst genannten Eigenschaften noch eine weitere auf und zwar Idiomatizität. Diese Erscheinung definiert Burger so, „*dass die Komponenten eine durch die syntaktischen und semantischen Regularitäten der Verknüpfung nicht voll erklärbare Einheit bilden.*“<sup>11</sup> Zur Phraseologie im engeren Sinne gehören feste Wendungen, Idiome, Phraseolexeme, Wortgruppenlexeme, Redensarten.<sup>12</sup> Diese Terminologie umfasst noch einen Begriff, der ein bisschen näher erläutert wird. Es geht um Terminus Phrase, die eine feste Wortverbindung mit der grammatischen Struktur eines Satzes bezeichnet. Der Unterschied zwischen einer Phrase und einem Phrasem liegt darin, dass für Phraseme die grammatische Struktur einer Wortgruppe charakteristisch ist.<sup>13</sup>

## **2.2 Merkmale der Phraseologismen**

Um die ausführliche Charakterisierung von Phraseologismen durchzuführen, werden an dieser Stelle ihre grundlegenden Merkmale (Polylexikalität, Festigkeit, Idiomatizität und Lexikalisierung) detailliert beschrieben.

### **2.2.1 Polylexikalität**

Das Gebiet der Polylexikalität ist nicht so kompliziert zu charakterisieren. Ein Phraseologismus muss mindestens aus zwei lexikalischen Einheiten (zwei

---

<sup>10</sup> Palm 1997: S. 3-6

<sup>11</sup> Burger 2010. S. 14

<sup>12</sup> Palm 1997: S. 2

<sup>13</sup> Fleischer 1982 : S. 15

Wörtern) bestehen.<sup>14</sup> Die obere Grenze eines Phraseologismus bildet meistens ein Satz. Aus dieser Behauptung geht eine Schlussfolgerung hervor, dass ein Phraseologismus nicht lexikalisch, sondern syntaktisch bestimmt ist. Einige kürzere Texte, wie z.B. Sprüche oder Gedichte können auch den Status eines Phraseologismus gewinnen. Dazu kann aber nur in dem Fall kommen, dass sie nicht nur von einzelnen Personen gelernt werden, sondern im Sprachgut einer ganzen Generation vorkommen. Die *Wellerismen*<sup>15</sup> bilden einen Grenzfall. Bei ihnen sind die Sprichwörter so erweitert, dass eine neue witzige Äußerung entsteht. Ein Beispiel aus dem Deutschen: *Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß, sagte der Ochse, als er gebraten wurde.*<sup>16</sup>

Die minimale Länge eines Phraseologismus wird auf zwei Wörter begrenzt. Dazu ist notwendig eine Erklärung zu ergänzen. Die Formen wie *Bundesrepublik Deutschland* oder *Europäische Gemeinschaft* werden als Phraseologismen betrachtet. Ihre gekürzten Versionen BRD und EG, die nur Initialwörter sind, werden zu den Wortbildungen gerechnet.<sup>17</sup>

### **2.2.2 Stabilität oder Festigkeit**

Festigkeit oder Stabilität ist eine weitere Grundbedingung der Phraseologismen. Die Phraseologismen werden in einer bestimmten Reihenfolge benutzt und ihre Komponenten sind weder austauschbar noch weglassbar. Wenn man einen Phraseologismus hört oder liest, ist er ihm zu verständlich. Dabei muss man nicht auf die Bedeutung der einzelnen Komponenten zurückgreifen. Das

---

<sup>14</sup> An dieser Stelle wird sich man nicht mit der allgemeinen linguistischen Definition des Begriffs „Wort“ beschäftigen.

<sup>15</sup> Der Terminus geht zurück auf die Romanfigur von Sam Weller in Charles Dickens' „*Die Pickwickier*“ und bezeichnet ein Sagwort oder Beispielspruchwort. Wellerismus. Online verfügbar unter [de.wikipedia.org/wiki/Wellerismus](http://de.wikipedia.org/wiki/Wellerismus) (letzter Zugriff am 7.12.2014).

<sup>16</sup> Burger 2010: S. 15

<sup>17</sup> Burger 2010: S. 15

heißt, dass die Phraseologismen „*in einem synchronen Sprachquerschnitt gebräuchlich sind.*“<sup>18</sup>

Burger unterscheidet die psycholinguistische (mentale), strukturelle und pragmatische Festigkeit.

### **2.2.2.1 Psycholinguistische Festigkeit**

Phraseologismen verhalten sich ähnlich wie Wörter, was die mentale Speicherung betrifft. Sie können aus dem mentalen Lexikon abgerufen und produziert werden. Die Wörter kann man als Ganzes deklinieren oder konjugieren, sie werden in einem Satz an eine feste Stelle nicht gefesselt. Bei Phraseologismen ist dies nur mit einer gewissen Begrenzung möglich.

Es ist die Aufgabe der psycholinguistischen Tests diese Problematik zu erklären. Es wurden spezielle Varianten von „Lückentests“ angefertigt und die Versuchspersonen sollten diese Lücken ergänzen. Bei den freien Wortverbindungen wäre es möglich die Lücke mit mehreren Wörtern aus einem bestimmten Feld zu ergänzen. Bei den Phraseologismen gibt es für eine Lücke meistens nur ein geeignetes Wort. Manchmal ist auch die Anwendung der begrenzten Anzahl von Varianten möglich. Ein Paradebeispiel dazu: *jmdm./für jmdn. den/die Daumen drücken/halten.*

Manchmal ergänzen die Versuchspersonen auch andere Ausdrücke: *Da drücken wir Ihnen alles Gute.* In diesem Fall ist es dazu gekommen, dass zwei bekannte synonyme phraseologische Wortverbindungen gemischt wurden: *jmdm. den Daumen drücken* und *jmdm. alles Gute wünschen.* Das Verb der ersten Wortverbindung führt in unserem Beispiel mit dem Akkusativobjekt der zweiten Wortverbindung weiter. Normalerweise ist diese Situation anhand der semantischen Regeln kaum möglich. Burgers Meinung nach ist es in diesem

---

<sup>18</sup> Burger 2010: S. 15

Beispiel zur sg. *Kontamination*<sup>19</sup> gekommen und die Kontamination wurde vor allem aufgrund der gleichen syntaktischen Strukturen beider phraseologischen Einheiten ermöglicht.

Es gibt Vorteile sowie auch Nachteile, die mit der Festigkeit aus der psycholinguistischen Sicht zusammenhängen. Den Vorteil kann man darin sehen, dass das psycholinguistische Kriterium für alle Phraseologismen gültig ist. Die Nachteile gehen daraus hervor, dass die psycholinguistischen Merkmale nicht als die Abgrenzung der linguistischen Gebiete auf der Systemebene dienen können. Für solche Zwecke wären dann empirische Untersuchungen nötig.<sup>20</sup>

#### **2.2.2.2 Pragmatische Festigkeit**

Der pragmatische Aspekt der Festigkeit ist nicht verbindlich für alle Bereiche der Phraseologie. Die pragmatische Festigkeit wird mit der typischen Kommunikationssituation verknüpft. Pragmatische Phraseologismen oder Routineformeln erscheinen in zunächst festgelegten Situationen. Burger unterscheidet zwei Klassen der pragmatischen Phraseologismen. Zu der ersten Gruppe gehören alle Formeln (Gruß-, Glückwunschformeln, usw.), die immer mit einem bestimmten Situationstyp verbunden werden und eine entscheidende Funktion besitzen. Sie können beispielweise den Beginn eines Gesprächs kennzeichnen: *Griß Gott, Guten Tag*, usw. Die zweite Gruppe bilden die Formeln wie *nicht wahr?/ich meine/siehst du?* Diese Formeln treten meistens in der mündlichen Kommunikation auf. Diese Ausdrücke haben ihre ursprüngliche Bedeutung verloren und haben jetzt die Funktion der Textgliederung, Gesprächssteuerung und Partnerbeziehung.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Kontamination bezeichnet in diesem Kontext die Tatsache, dass zwei Phraseologismen überlagert wurden.

<sup>20</sup> Burger 2010: S. 17-18

<sup>21</sup> Burger 2010: S. 29

### 2.2.2.3 Strukturelle Festigkeit

Den strukturellen Aspekt der Festigkeit verständlich zu machen, geht am besten mithilfe der Gegenüberstellung von Termini *phraseologische Wortverbindung* und *freie Wortverbindung*. Bei den freien Wortverbindungen handelt es sich nicht um die hundertprozentige auffällige Kombination von Wörtern. Man muss in dem Fall der freien Wortverbindungen mit den Einschränkungen auf der morphosyntaktischen und semantischen Ebene rechnen.

Die phraseologischen Wortverbindungen werden dann noch in größerem Maß begrenzt. Die Restriktionen von phraseologischen Wortverbindungen nennt Burger *Anomalien*. Die Gesamtheit von Anomalien charakterisiert die Idiomaticität der Phraseologismen. Die strukturelle Festigkeit wird heute aber relativiert, weil bei den letzten Untersuchungen festgestellt wurde, dass nur bei wenigen Phraseologismen die absolute lexikalische Festigkeit nachweisbar ist. Burger nennt zwei Aspekte der Relativierung der strukturellen Festigkeit: Variation und Modifikation.<sup>22</sup>

### 2.2.2.4 Variation

Ein Phraseologismus muss nicht unbedingt nur in einer festen Form auftreten. Er kann zwei oder mehrere Varianten haben. Die Variationen sind die usuellen Erscheinungen und lassen sich unterteilen. Die grammatische Variante eines Phraseologismus variiert in einer grammatischen Kategorie, z.B. im Numerus *die Hand/Hände nach etwas ausstrecken*. Dann gibt es auch lexikalischen Varianten wie z.B. *den Mantel nach dem Wind kehren/drehen/hängen*. In solchem Fall kann ein lexikalisches Element (hier konkret das Verb) von zwei oder mehreren Äquivalenten ersetzt werden. Die Varianten sind unterschiedlich auch was ihre Länge betrifft. Es gibt längere sowie auch kürzere Formen der phraseologischen Varianten z.B. *sich etwas rot im Kalender anstreichen/sich etwas im Kalender anstreichen*. Die Reihenfolge der

---

<sup>22</sup> Burger 2010: S. 19, 23

einzelnen Komponenten eines Phraseologismus ist manchmal auch nicht verbindlich z.B. *wie Milch und Blut aussehen/aussehen wie Milch und Blut*. Die externe Valenz kann in einer phraseologischen Variante eine Rolle spielen z.B. *jmdm./für jmdn. eine Extrawurst braten*.<sup>23</sup>

Noch zwei Phänomene hängen mit den phraseologischen Varianten eng zusammen und ihre Abgrenzung von der Variation ist oft mit den Schwierigkeiten verbunden. Es geht um *Synonymie* (*jmdn. auf den Arm nehmen/jmdn. auf die Schippe nehmen*) und *Antonymie* (*auf dem aufsteigenden/absteigenden Ast sitzen*).<sup>24</sup>

### 2.2.2.5 Modifikation

Im Unterschied zu den Variationen sind die Modifikationen als die okkasionellen Erscheinungen zu betrachten. Fleischer definiert sie als „*individuelle oder textgebundene Variationen vorhandener Phraseologismen*.“<sup>25</sup> Die Entstehung der Modifikationen wird oft von der Herstellung eines Textes abhängig, z.B. *vom Bombenregen in die Traufe kommen* statt *vom Regen in die Traufe kommen*.<sup>26</sup> Manchmal ist es sehr schwer die genaue Grenze zwischen der Variante und der Modifikation eines Phraseologismus zu bestimmen.

### 2.2.3 Idiomatizität

Idiomatizität der Phraseologismen ist ein Hauptmerkmal, das im Zusammenhang mit der Semantik steht. Die Bedeutung der Phraseologismen kann nicht aus der Bedeutung seiner einzelnen Komponenten abgeleitet werden. Anders

---

<sup>23</sup> Burger 2010: S. 24

<sup>24</sup> Redensartenindex. Online verfügbar unter [www.redensarten-index.de](http://www.redensarten-index.de) (letzter Zugriff am 27.10.2014).

<sup>25</sup> Fleischer 1982: S. 70

<sup>26</sup> Koller 1977: S. 188-210

gesagt, die Bedeutung des ganzen Phraseologismus entspricht nicht dem Komplex seiner einzelnen Bedeutungen.<sup>27</sup>

Eine weitere Eigenschaft, die mit der Idiomatizität sehr eng verbunden ist, ist die Motiviertheit. Motiviertheit bezeichnet den Grad der Verständlichkeit eines Phraseologismus. Entweder ist ein Phraseologismus motiviert und ist dann in einer Art und Weise transparent, oder er ist unmotiviert und das heißt, dass man seine Bedeutung lernen muss.

Idiomatizität kann man als eine graduelle Eigenschaft klassifizieren. Die Regel heißt: „*Je stärkere Diskrepanz es zwischen der phraseologischen und freien Bedeutung gibt, desto höher/stärker ist der Grad der Idiomatizität.*“<sup>28</sup>

Es gibt unterschiedliche Grade der Idiomatizität und man unterscheidet:

vollidiomatische Phraseme (*Öl ins Feuer gießen*)

teildiomatische Phraseme (*blinder Passagier*)

nichtidiomatische Phraseme/Nominationsstereotype (*sich die Zähne putzen*)<sup>29</sup>

#### **2.2.4 Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit**

Man benutzt die Phraseologismen im Sinne einer lexikalischen Einheit. Die Phraseologismen werden in dem Prozess der Kommunikation nicht immer neu gebildet. Nach der Speicherung in dem mentalen Lexikon, die man unter dem Begriff Lexikalisierung kennt, kommt es zur Widergabe der Phraseologismen in der Rede und diese Eigenschaft nennt man Reproduzierbarkeit. Aufgrund dieser

---

<sup>27</sup> Burger, Buhofer, Sialm 1982: S. 31

<sup>28</sup> Burger 2010: S. 30

<sup>29</sup> Burger 2010: S. 31

Kriterien kann man behaupten, dass die Phraseologismen sich als die selbständigen bedeutungstragenden Einheiten verhalten.<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Burger 2010: S. 16

### 3 Klassifikation der Phraseologismen

An dieser Stelle der Arbeit wird die Klassifikation des phraseologischen Inventars durchgeführt. Man muss hier betonen, dass bei verschiedenen Autoren die unterschiedlichen Kriterien der Klassifikation verwendet werden. Manchmal können die syntaktischen Strukturen, die Semantik oder die Lexik als Klassifikationsmittel dienen, andere Klassifikationsversuche können die Pragmatik oder die Stilistik berücksichtigen. Die Wahl der Klassifikationskriterien ist vor allem von der Art der phraseologischen Untersuchung abhängig. U. Fix betont beispielsweise die syntaktische Betrachtung bei der Klassifikation der Phraseologismen. E. Agricola konzentriert sich in seiner Klassifikation hauptsächlich auf die semantischen Kriterien.<sup>31</sup> H. Burger verwendet das Kriterium der Zeichenfunktion, die die Phraseologismen in der Kommunikation haben und in dieser Arbeit wird seine Basisklassifikation der Phraseologismen ausführlich beschrieben.

#### 3.1 Klassifikation nach Burger

Harald Burger unterscheidet 3 Gruppen von Phraseologismen und in seiner Gliederung spielt ihre Zeichenfunktion die Hauptrolle:

*Referentielle Phraseologismen* beziehen sich nach Burger „auf Objekte, Vorgänge oder Sachverhalte der Wirklichkeit.“<sup>32</sup>

*Strukturelle Phraseologismen* drücken grammatische oder inhaltliche Relationen aus.

*Kommunikative Phraseologismen* vollziehen die metakommunikativen Handlungen. Sie spielen wichtige Rolle bei der Herstellung, dem Verlauf oder der

---

<sup>31</sup> Fleischer 1982: S. 116-126

<sup>32</sup> Burger 2010: S. 36

Beendigung der kommunikativen Handlungen. Diese Untergruppe wird oft auch als *Routineformeln* bezeichnet (s.a. das Kapitel 2.2.2.2 Pragmatische Festigkeit).<sup>33</sup>

### 3.1.1 Referentielle Phraseologismen

Die referentiellen Phraseologismen unterteilt Burger noch weiter. Er unterscheidet zwischen den *nominativen* und *propositionalen* Phraseologismen. Das entscheidende Moment in dieser Gliederung ist die Satzgrenze.

#### 3.1.1.1 Nominative Phraseologismen

Die nominativen Phraseologismen bestehen aus einem oder mehreren Satzgliedern und sie werden satzgliedwertige Phraseologismen genannt. Die Gliederung der nominativen Phraseologismen wurde aufgrund der Idiomaticität durchgeführt und zu dieser Gruppe gehören:

*Idiome*: idiomatische Phraseme (*aus dem Handgelenk, jmdm. einen Korb geben*)

*Teil-Idiome*: eine oder mehrere Komponenten des Phraseologismus wurden idiomatisiert, die anderen tragen ihre wörtliche Bedeutung (*fressen wie ein Scheunendrescher*)

*Kollokationen*: nicht- oder schwachidiomatische Phraseologismen (*in der Sonne liegen, Kaffee und Kuchen*).<sup>34</sup>

Nach dem „Burgerschen“ Muster unterteilt Stefan Kühtz die nominativen Phraseologismen nach ihrer syntaktischen Funktion in adjektivische Phraseologismen (*hoch verschuldet*), adverbiale Phraseologismen (*mehr oder*

---

<sup>33</sup> Burger 2010: S. 36

<sup>34</sup> Burger 2010: S. 37-38

weniger), substantivische Phraseologismen (*ein Mann der Tat*), verbale Phraseologismen (*die Balance halten*).<sup>35</sup>

### 3.1.1.2 Propositionale Phraseologismen

Propositionale Phraseologismen sind satzwertig und sie entsprechen einem Satz. Die Gruppe der propositionalen Phraseologismen besteht aus *festen Phrasen* und *topischen Formeln*.

*Feste Phrasen* werden entweder nach dem Muster Subjekt + finites Verb + Leerstelle gebildet (*jmdm. geht ein Licht auf*) und an den Kontext angeschlossen, oder sie bestehen aus einem Satz, dessen deiktisches Element auf den Kontext bezogen ist. Der Ausdruck *topische Formeln* stammt aus der antiken Rhetorik. Zu den topischen Formeln gehören Sprichwörter und Gemeinplätze (Evidenzaussagen).

*Sprichwörter* haben aus der historischen Sicht die Blütezeit im 15. und 16. Jahrhundert erlebt. Es geht um die ganzen Sätze, die an den Kontext nicht unbedingt angeschlossen werden müssen (*Morgenstund hat Gold im Mund*).

*Gemeinplätze* formulieren Selbstverständlichkeiten, am meisten gehören sie zur Kategorie der Aussagesätze (*man lebt nur einmal, was sein muss, muss sein*). Gemeinplätze werden nach Burger im Vergleich zu den Sprichwörtern als die nichtmetaphorischen Wendungen gesehen.<sup>36</sup>

### 3.1.2 Strukturelle Phraseologismen

Die strukturellen Phraseologismen besitzen die Funktion die grammatischen oder inhaltlichen Relationen in der Sprache zu produzieren. Nach den syntaktischen Kriterien kann man sie in zwei Gruppen aufteilen. Es gibt die

---

<sup>35</sup> Kühtz 2008: S. 177

<sup>36</sup> Burger, Buhofer, Sialm 1982: S. 39-40

*präpositionalen* Phraseologismen (*im Vergleich zu*) und die *konjunkionalen* Phraseologismen (*entweder – oder*) in der deutschen Sprache.<sup>37</sup>

### 3.1.3 Kommunikative Phraseologismen (Routineformeln)

Höppnerová definiert die *Routineformeln*<sup>38</sup> als „*standardisierte Ausdrücke, die in verschiedenen Situationen der täglichen Kommunikation verwendet werden.*“<sup>39</sup> Die kommunikativen Phraseologismen setzen sich vor allem in der gesprochenen Sprache durch, haben jedoch auch in der schriftlichen Kommunikation ihre Stelle. Aus der syntaktischen Sicht werden sie nicht einfach beschreibbar, weil ihre syntaktischen Formen sehr heterogen sind. Die semantische Struktur der Routineformeln ist nah den idiomatischen referentiellen Phraseologismen.<sup>40</sup>

Erst in den 80er Jahren des 20. Jahrhundert haben die Routineformeln im Bereich der Phraseologie an Interesse gewonnen und heute stellen sie ein spezifisches Gebiet der Phraseologie dar. In Bezug auf ihre pragmatische Funktion kann man unterscheiden zwischen den *situationsgebundenen* (*Guten Morgen, mit freundlichen Grüßen*) und *situationsunabhängigen* (*ich meine, ehrlich gesagt*) Routinenformeln.<sup>41</sup>

---

<sup>37</sup> Kühtz 2008: S. 177

<sup>38</sup> Die Bezeichnung *Routineformeln* geht auf Florian Coulmas zurück. Fleischer nennt sie *kommunikative Formeln*, Burger *pragmatisme Idiome* und Jurij Nikolajevič Afonkin *Konversationsformeln*. Höppnerová verwendet in dem Aufsatz die Bezeichnung *Routineformeln*.

<sup>39</sup> Höppnerová: 2013, S. 21-30

<sup>40</sup> Burger 2010: S. 55

<sup>41</sup> Höppnerová 2013: S. 21-23

### 3.1.4 Spezielle Klassen

An dieser Stelle handelt es sich um eine spezifische Gruppe von Phraseologismen, die in jeder von oben genannten Gruppen der Basisklassifikation auftreten können.

#### 3.1.4.1 Modellbildungen

Sie werden nach einem Schema aufgebaut, ihre einzelnen Komponenten (Autosemantika) können mit den Substitutionen ersetzt werden und sie tragen eine konstante semantische Bedeutung. Es gibt unterschiedliche Formen der Modellbildungen, wie z.B. X um X, von X zu X usw. (*Stein um Stein, von Stadt zu Stadt*).<sup>42</sup>

#### 3.1.4.2 Zwillingsformeln

Bei dem Aufbau der Zwillingsformeln spielt ein bestimmtes Muster eine gewisse Rolle. Am häufigsten werden zwei lexikalische Einheiten gleicher Art mit einer Konjunktion oder Präposition zu einer Formel verknüpft (*gang und gäbe, klipp und klar, fix und fertig*).<sup>43</sup>

#### 3.1.4.3 Komparative Phraseme (Phraseologische Vergleiche)

Für die komparativen Phraseologismen ist die Äußerung eines Vergleichs charakteristisch. Der Vergleich hat die Funktion der Verstärkung eines Verbes oder Adjektivs (*frieren wie ein Schneider*) oder die Funktion der semantischen Nuancierung (*dastehen wie versteinert*). Die komparativen Phraseologismen weisen häufig die kulturspezifischen Ansichten auf wie z.B. im Deutschen *wie ein Chamäleon seine Farbe wechseln* beschreibt eine Person, die unbeständig ist, was ihre Meinungen betrifft. Dazu im Vergleich im Ägyptisch-Arabischen *wie ein Chamäleon* bezeichnet eine gemeine Person.

---

<sup>42</sup> Burger 2010: S. 44

<sup>43</sup> Burger 2010: S. 45

#### **3.1.4.4 Kinegramme**

Burger definiert die Kinegramme als „*Phraseologismen, die konventionalisiertes nonverbales Verhalten sprachlich fassen und kodieren.*“<sup>44</sup> Unter Kinegramme zählt man die echten Kinegramme (*die Achseln zucken*) und die Pseudokinegramme (*sich die Haare raufen*).<sup>45</sup>

#### **3.1.4.5 Geflügelte Worte**

Geflügelte Worte sind die literarisch belegbaren, allgemein geläufigen Redensarten. Für geflügelte Worte gibt es eine bestimmbare Quelle, heutzutage geht es nicht nur um die literarischen Werke, sondern auch um die Filme, Werbung, Lieder, usw. Ein Beispiel aus Hamlet von Shakespeare *Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage*.

#### **3.1.4.6 Autorphraseologismen**

Autorphraseologismen werden mit den konkreten literarischen Texten verbunden. Sie wurden zu einer Art fester Wendung und haben Sinn nur gerade in den bestimmten Texten, z.B. *auf den Steinen sitzen* (Thomas Mann: Buddenbrooks, 3. Teil, 8. Kapitel).<sup>46</sup>

#### **3.1.4.7 Onymische Phraseologismen**

Die Funktion der onymischen Phraseologismen wird darin gesehen die Eigennamen zu bestimmen (*Das Rote Kreuz, Das Ferne Osten*).

---

<sup>44</sup> Burger 2010: S. 47

<sup>45</sup> Burger 2010: 46-47

<sup>46</sup> Burger 2010: S. 48

### 3.1.4.8 Phraseologische Termini

Phraseologische Termini verhalten sich ähnlich wie die fachsprachlichen Einwort-Termini. Sie werden normiert. Hier werden die Beispiele aus der Wirtschaftssprache eingeführt: *in Konkurs gehen, eine Dividende ausschütten*.<sup>47</sup>

### 3.1.4.9 Klischees

Burger verwendet die Bezeichnung Klischee für alle Phraseologismen, die als Schlagwörter funktionieren. Sie sind sehr oft in der Sprache der Massenmedien anwesend (*Schritt in die richtige/falsche Richtung*).<sup>48</sup>

## 3.2 Zusammenfassung

Wie schon am Anfang dieses Kapitels erwähnt wurde, gibt es bei verschiedenen Linguisten divergierende Tendenzen, was die Klassifikation der Phraseologismen betrifft. Eine spezifische Rolle bei der phraseologischen Klassifikation spielen auch die einzelnen Sprachen. Der Terminus *Kollokation* wird in der deutschen Sprache nur für einen Teilbereich der Phraseologie verwendet. Im Vergleich dazu in dem angelsächsischen Raum wird der Terminus *collocation* für das ganze Gebiet der Phraseologie benutzt.<sup>49</sup>

---

<sup>47</sup> Burger 2010: S. 49

<sup>48</sup> Burger 2010: S. 51

<sup>49</sup> Burger 2010: S. 57

## **4 Phraseologismen im Text**

Im Folgenden wird man sich mit den Funktionen von Phraseologismen im Text auseinandersetzen und es wird auch die textbildende Potenz von Phraseologismen diskutiert.

### **4.1 Pragmatische und stilistische Funktion der Phraseologismen**

Die pragmatische Funktion der Phraseologismen kann anhand der Wirkungsmöglichkeiten der Phraseologismen zur Unterstützung der Intention des Senders erklärt werden. Die Phraseologismen dienen auch dem Zweck die psychischen Zustände des Senders auszudrücken, die auch beim Empfänger hervorgerufen werden.

Die pragmatische Potenz der Phraseologismen umfasst nach Fleischer diese Faktoren:

1. Phraseologismus wird als Indikator der sozialen Verhältnisse zwischen den Kommunikationspartnern gesehen.
2. Phraseologismen können die emotionale Einstellung des Senders zu dem mitgeteilten Sachverhalt zeigen und diese emotionale Wertung (positive oder negative, eventuell die ironische Distanzierung) auf den Empfänger indirekt übertragen.
3. In der Situation des Alltags können die Phraseologismen in einer euphemistischen Art und Weise eingesetzt werden und damit abweichendes Verhalten als nicht so problematisch darstellen.
4. Phraseologismen können durch ihre Anschaulichkeit und Einprägsamkeit zur Unterstützung der Argumentation benutzt werden.

5. Phraseologismen ermöglichen in den bestimmten Situationen die Erleichterung der Kommunikation.<sup>50</sup>

Die Phraseologismen werden auch funktionalstilistisch differenziert verwendet. In der Presse und Publizistik werden sie in hohem Maße benutzt. Sie werden vor allem zur Erleichterung der Verständlichkeit durch Anschaulichkeit eingesetzt. Sie sollen den Leser ansprechen und damit bei ihm den Leseanreiz erhöhen. Sie sollen das emotionale Kontaktverhältnis unterstützen und besonders in der Publizistik werden die Phraseologismen auch als Instrument für Ironie verwendet.<sup>51</sup>

## 4.2 Textbildende Potenz von Phraseologismen

Der Begriff *textbildende Potenz* hat seine Wurzeln in der sowjetischen Phraseologie und geht an Černyševa zurück. Die textbildende Potenz bezeichnet die Fähigkeit der festen Wortverbindungen die bestimmte Funktion im Text zu übernehmen und damit die Organisation der Textstruktur zu beeinflussen. Unter dem Begriff *Potenz* wird in erster Linie das Potential der Phraseologismen, was ihre Leistungsfähigkeit in der Textbildung im Vergleich zu Einzelexemen betrifft, gemeint. *Textbildend* richtet sich auf den Text als Produkt und nicht auf den Prozess der Texterstellung.

Die textbildende Potenz trägt zum strukturellen und semantischen Aufbau eines Textes bei und unterstützt dabei die Kohärenz und Kohäsion. Die Fähigkeit der Phraseme an der Textgestaltung teilzunehmen, kann anhand der Eigenschaften von Phraseologismen begründet werden. Dazu gehören z.B. ihre polylexikalische Struktur oder mögliche syntaktische und semantische Variabilität.<sup>52</sup>

---

<sup>50</sup> Fleischer 1982: S: 221-223

<sup>51</sup> Fleischer 1982: S. 225-227

<sup>52</sup> Sabban 2007: S. 237-253

### 4.3 Phraseologismen in den Printmedien

Die Printmedien stellen keine einheitliche Textsorte dar. Sie schließen in sich mehrere Typen von fachspezifischen Texten. Aus der Sicht der Phraseologie und der phraseologischen Wortklassen haben die verbalen Phraseologismen in den Zeitungstexten die größte Vertretung. Für die Wirtschaftssprache sind dann vor allem die teil-idiomatischen Phraseologismen charakteristisch. In den wirtschaftlichen Texten haben auch die terminologisch-idiomatischen Komposita ihre Stelle, aber diese Wortbildungen stehen nach Burger am Rande der Phraseologie.

Die Presstexte sind nicht einheitlich, was ihre Entstehungsumstände betrifft. Sie werden nicht einem Autor zugeschrieben und sie übernehmen den Sprachstil des bestimmten Blattes, nicht des Autors. Sie sollen informieren, unterhalten und in den Kommentaren ist auch ihre appellative Funktion zu finden.<sup>53</sup>

---

<sup>53</sup> Skog-Södersved 2007: S. 269-270

## 5 Bestimmung von Fachsprache

Im Verlauf des 20. Jahrhunderts waren für die Bestimmung von *Fachsprache* drei wissenschaftliche Fachsprachenkonzeptionen entscheidend. Die Entstehung der ersten Konzeption wird mit den 50er Jahren verbunden und betrachtet eine Fachsprache als ein System sprachlicher Zeichen. In den 80er Jahren hat sich allmählich die zweite Konzeption durchgesetzt, die sich vor allem auf das pragmalinguistische Kontextmodell orientierte. Die Fachsprache wurde nicht nur als das System sprachlicher Zeichen gesehen. Im Mittelpunkt waren die Äußerungen, die die fachliche Kommunikation ermöglicht haben. Die dritte Fachsprachenkonzeption wird mit dem Ende des 20. Jahrhunderts verknüpft und geht zurück auf das kongnitionslinguistische Funktionsmodell der Sprache. Der Schwerpunkt dieser Konzeption liegt in der Untersuchung der Strukturen und Prozesse, die bei Fachkommunikation der sprachlichen Wiedergabe und Verarbeitung von Kenntnissen über außersprachliche Gegenstände, Sachverhalte, Abläufe, Verfahren dienen.

Man muss sich im Zusammenhang mit der Problematik von Fachsprache auch mit der Definition dieses Begriffs beschäftigen. Die bekannteste Definition von Fachsprache geht an Hoffmann zurück: „*die Gesamtheit aller sprachlichen Mittel, die in einem fachlich begrenzten Kommunikationsbereich verwendet werden, um die Verständigung zwischen den in diesem Bereich tätigen Menschen zu gewährleisten.*“<sup>54</sup> Mit dem Ausdruck Fachsprache bezeichnet Fluck ein Zeichensystem der Sprache mit instrumentalem Charakter.<sup>55</sup>

Die Fachsprache hat innerhalb der systemlinguistisch geprägten Fachsprachenkonzeption den Status der Varietät gewonnen. Angesichts dieser Bestimmung kann die Fachsprache als funktionale Varietät auftreten und bei dieser Bestimmung sollen regionale, soziale und historische Gesichtspunkte

---

<sup>54</sup> Hoffmann 1987. Zitiert nach Roelcke 1999: S. 17

<sup>55</sup> Hrušková 2004: S. 135

gegenüber der Funktion in bestimmten menschlichen Tätigkeitsbereichen berücksichtigt werden.<sup>56</sup>

In der Situation einer fachsprachlichen Kommunikation kann man den Äußerungen von Texten begegnen. Einerseits geht es um die *Fachtexte*, die als komplexe und zugleich kohärente sprachliche Ausdrücke in einem spezialisierten menschlichen Tätigkeitsbereich funktionieren. Andererseits spricht man über *fachkommunikative Gegebenheiten*, die durch innersprachliche Merkmale und außersprachliche Bedingungen (psychologische, semiotische, soziologische und kommunikations-wissenschaftliche) gekennzeichnet werden.<sup>57</sup>

## **5.1 Kurze Geschichte der Fachsprachen im Deutschen**

Die Geschichte der deutschen Fachsprachen bleibt bis heute nicht vollständig erforscht. Eine feste Periodisierung der Fachsprachgeschichte wurde im Deutschen bisher nicht festgelegt. In der folgenden Zusammenfassung werden drei wichtigsten Perioden der Entwicklung von Fachsprachen in dem deutschen Sprachraum skizziert. Die Gliederung reflektiert die Kulturgeschichte des europäischen Sprachraums, sowie auch den Bestand an unterschiedlichen Fachsprachen in dem deutschen Sprachraum.<sup>58</sup>

### **Mittelalterliche Fachsprachen (8. bis 14. Jahrhundert)**

Die Zeit des Mittelalters wurde durch das Bestehen von mundartlich geprägten Handwerkssprachen und das Fehlen nationalsprachlicher Institutionen- und Wissenschaftssprachen bestimmt. Die fachkundigen Kenntnisse wurden mündlich vermittelt und es gab keine vollständigen Belege der deutschen Sprache. Am meisten wurden die Urkunden aus dem sozialen und rechtlichen Bereich überliefert, sowie auch Rezepte, Gebete und Zaubersprüche. Die Zentren der

---

<sup>56</sup> Roelcke 1999: S. 15-19

<sup>57</sup> Roelcke 1999: S. 21

<sup>58</sup> Roelcke 1999: S. 159-160

Bildung waren die Universitäten. Die deutsche Sprache wurde sehr stark vom Latein beeinflusst. Die Fachliteratur wurde von der niedrigeren und der höheren Schicht produziert. Der Unterschied zwischen diesen zwei Sorten der Fachliteratur war vor allem in dem mundartlichen Charakter und in der Stilistik.<sup>59</sup>

### **Frühneuzeitliche Fachsprachen (14. bis 17. Jahrhundert)**

In der Zeit der Renaissance und des Humanismus waren die ersten Versuche um das Entstehen nationalsprachlicher Institutionen- und Wissenschaftssprachen spürbar. In dieser Zeit wurden viele Universitäten gegründet und die Struktur der Gesellschaft hat sich radikal geändert. Damit hängt die Entstehung der neuen Fachbereiche (Handel, Technik) eng zusammen. Der neue Fachwortschatz war der Grundstein der mündlichen Fachkommunikation. Die Bedeutung der deutschen Sprache ist gestiegen, deshalb konnte das damalige Wissen das breitere Publikum erreichen.<sup>60</sup>

### **Neuzeitliche Fachsprachen (18. bis 20. Jahrhundert)**

Die gesellschaftlichen Fortschritte in der Zeit der Aufklärung haben dazu beigetragen, dass im deutschen Raum die nationalsprachlichen Institutionen- und Wissenschaftssprachen schließlich entstanden sind. Die Schulpflicht wurde im deutschen Raum 1716/17<sup>61</sup> durch Friedrich Wilhelm von Preußen eingeführt und damit hat sich das Interesse für das Lesen erhöht. Die Zeit der Romantik ist mit der Entwicklung der Naturwissenschaften verbunden. Die Entwicklung der deutschen Techniksprachen wurde im Zuge der industriellen Revolution im 19. Jahrhundert ermöglicht. Das 20. Jahrhundert wird oft als die Zeit des Umbruchs in der Entwicklung der Fachsprachen wahrgenommen. In der deutschen Sprache

---

<sup>59</sup> Roelcke 1999: S. 159-163

<sup>60</sup> Roelcke 1999: S. 171-173

<sup>61</sup> Roelcke 1999: S. 177

spiegeln sich die Einflüsse der internationalen Fachkommunikation. Eine große Rolle spielt das Englische.<sup>62</sup>

## **5.2 Gliederung von Fachsprachen**

Die Gliederung von Fachsprachen kann anhand der unterschiedlichen Kriterien durchgeführt werden. Roelcke gliedert die Fachsprachen in drei Gruppen. Horizontale Gliederung berücksichtigt die Fächer und Fachbereiche. Bei der vertikalen Gliederung spielen die Hauptrolle Abstraktionsebenen der fachsprachlichen Kommunikation. Fachtextsorten werden durch die Verwendungsarten fachsprachlicher Äußerungen bestimmt.<sup>63</sup>

### **5.2.1 Horizontale Gliederung**

Die horizontale Gliederung geht aus Fächergliederung hervor. Aus sprachlicher Sicht unterscheidet man die Fachsprachen der Wissenschaft, der Technik und der Institutionen. Dabei wird die Wissenschaftssprache als die Theoriesprache bezeichnet und die Technik- und Institutionensprache gehören zur Gruppe der Praxissprachen.

---

<sup>62</sup> Roelcke 1999: S. 186-191

<sup>63</sup> Roelcke 1999: S. 32-33

Fachsprachen					
Theoriesprache			Praxissprache		
Wissenschaftssprache		Techniksprache		Institutionen- sprache	Wirtschafts- sprache
Spr. d. Natur- wissenschaft	Spr. d. Geistes- wissenschaft	Spr. d. Produktion	Spr. d. Fertigung	Sprache der Dienstleistungen	[...]

Abb.1: Horizontale Gliederung der Fachsprachen nach Roelcke<sup>64</sup>

### 5.2.2 Vertikale Gliederung

Bei der vertikalen Gliederung geht man davon aus, dass in einzelnen Fächern unterschiedliche Kommunikationsbereiche existieren und dabei der Grad der Abstraktion des betreffenden Faches die wichtigste Rolle spielt. Man unterscheidet zwischen der sprachlichen und fachlichen Abstraktion. Die vertikale Gliederung von Fachsprachen hat zuerst in den 60er Jahren Heinz Ischreyt beschrieben. In seiner theoretischen Gliederung unterscheidet er die Theoriesprache (Wissenschaftssprache), fachliche Umgangssprache und Werkstattssprache.<sup>65</sup> Später in den 80er Jahren hat noch Hoffman seine Theorie erweitert. Hoffman unterscheidet fünf Abstraktionsstufen mit jeweils eigenen semiotischen und kommunikativen Erscheinungen: Sprache der theoretischen Grundlagenwissenschaften, Sprache der experimentellen Wissenschaften, Sprache der angewandten Wissenschaften und der Technik, Sprache der materiellen Produktion und als letzte Stufe Sprache der Konsumtion.<sup>66</sup>

<sup>64</sup> Roelcke 1999: S. 35

<sup>65</sup> Ischreyt 1965: S. 23

<sup>66</sup> Hoffmann 1987: S. 64-71

Bezeichnung nach Ischreyt	Bezeichnung nach Hoffmann	semiotische und sprachliche Merkmale	kommunikative Merkmale
Theoriesprache (Wissenschaftssprache)	Sprache der theoretischen Grundlagenwissenschaften	künstliche Symbole für Elemente und Relationen	Wissenschaftler ↔ Wissenschaftler
	Sprache der experimentellen Wissenschaften	künstliche Symbole für Elemente; natürliche Sprache für Relationen (Syntax)	Wissenschaftler (Techniker) ↔ Wissenschaftler (Techniker) ↔ wissenschaftlich-technische Hilfskräfte
Fachliche Umgangssprache	Sprache der angewandten Wissenschaften und Technik	natürliche Sprache mit einem sehr hohen Anteil an Fachterminologie und einer streng determinierten Syntax	Wissenschaftler (Techniker) ↔ wissenschaftliche und technische Leiter der materiellen Produktion
	Sprache der materiellen Produktion	natürliche Sprache mit einem hohen Anteil an Fachterminologie und einer relativ ungebundenen Syntax	wissenschaftliche und technische Leiter der materiellen Produktion ↔ Meister ↔ Facharbeiter (Angestellte)
Werkstattssprache (Verteilersprache)	Sprache der Konsumtion	natürliche Sprache mit einigen Fachtermini und ungebundener Syntax	Vertreter der materiellen Produktion ↔ Vertreter des Handels ↔ Konsumenten ↔ Konsumenten

Abb. 2: Vertikale Gliederung der Fachsprachen nach Ischreyt und Hoffmann<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Ischreyt 1965, Hofmann 1987. Zitiert nach Roelcke 1999: S. 40

### **5.2.3 Fachtextsorten**

Die Unterscheidung von Fachtextsorten basiert auf dem pragmalinguistischen Kontextmodell. In diesem Modell werden die Fachtextsorten als die Subklassen von Fachtexten angesehen. In den Fachsprachen gibt es drei Haupttypen von Fachtexten: deskriptive, instruktive und direktive Texte. Die deskriptiven Texte haben die darstellende Funktion und als Beispiel können hier die Vorträge dienen. Instruktive Texte werden durch ihre anleitende Funktion charakterisiert (z.B. Gebrauchsanweisungen) und die direktiven Texte sind in der Regel vorschreibend (z.B. Hausordnung). Man kann auch den Mischformen der einzelnen Texte begegnen.<sup>68</sup>

### **5.3 Eigenschaften von Fachsprachen**

Den Fachsprachen können verschiedenartige funktionale Eigenschaften zugeschrieben werden. Die in dem nächsten Schritt näher erklärten Charakteristika werden auf die Darstellungsfunktion der Sprache bezogen.

#### **Deutlichkeit**

Deutlichkeit gehört zu den funktionalen Eigenschaften der Fachsprache. Ihre Aufgabe ist einen möglichst adäquaten Bezug zu den fachlichen Gegenständen und Sachverhalten zu produzieren.

#### **Verständlichkeit**

Verständlichkeit wird hauptsächlich mit der Situation einer fachlichen Kommunikation verknüpft. Die Fachsprache soll so geformt werden, dass die Vermittlung der fachkundigen Kenntnisse zwischen Produzenten und Rezipienten ohne Störungen und Missverständnisse verläuft.

---

<sup>68</sup> Roelcke 1999: S. 42-49

## **Ökonomie**

Die fachsprachliche Ökonomie zeichnet sich dadurch aus, dass entweder bei einem sprachlichen Einsatz eine maximale fachliche Darstellung erreicht wird, oder dass eine fachliche Darstellung durch einen minimalen sprachlichen Einsatz realisiert wird.

## **Anonymität**

Anonymität wird als eine fachsprachliche Eigenschaft klassifiziert und nach Roelcke dient *„der fachsprachlichen Darstellung insofern, als der Bezug zu den fachlichen Gegenständen und Sachverhalten sowie Abläufen und Verfahren weitgehend unmittelbar hergestellt und nicht durch die Einschaltung des Produzenten selbst verstellt wird.“*<sup>69</sup>

## **Identitätsstiftung**

Die Fachsprachen können als Kommunikationsmittel einerseits der Identifikation von Mitgliedern einer fachspezifisch orientierten Personengruppe dienen, andererseits bieten sie eine Unterscheidung von der breiten Öffentlichkeit an. Ein Extremfall dieser Gruppenidentität stellen die Geheimbünde dar.<sup>70</sup>

## **5.4 Fachwortschatz**

Der Wortschatz wird als ein offenes und dynamisches System betrachtet und zugleich als das Produkt der zwischenmenschlichen Kommunikation in verschiedenen Bereichen wahrgenommen. Die unterschiedlichen Gruppierungen von Menschen haben aufgrund ihrer Ansprüche auf Integration und Differenzierung die Gruppenwortschätze geschaffen. Diese Gruppenwortschätze gehören aus linguistischer Sicht zu den sozialen Varianten der Sprache. Man unterteilt die sozial bedingten Varianten in zwei große Gruppen. Varianten, die aufgrund der Kommunikation im Beruf, im Fach, in der Wissenschaft entstanden

---

<sup>69</sup> Roelcke 1999: S. 30

<sup>70</sup> Roelcke 1999: S. 28-31

sind (auch als *Professionalismen* bezeichnet) und Varianten, die der Kommunikation in bestimmten Gruppen dienen (Sportgemeinschaften, Interessengruppen, Kommunikation in der Intimsphäre z.B. in der Familie).

Mit der fachlichen Spezialisierung ist es dazu gekommen, dass sich die Fachwortschätze durch die Beschreibung der theoretischen Elemente und Prozesse des Berufes oder des Faches herausgebildet haben. Damit haben sich die wissenschaftlichen Terminologien (= Systeme der Termini einer Wissenschaft, einer Fachsprache) sowie auch die Umgangssprache im Berufsleben als Bestandteile der Fachsprachen entwickelt. Die Umgangssprache im Berufsleben umfasst z.B. umgangssprachliche Abwandlungen der Termini, spezielle Phraseologismen oder den Alltags-Fachwortschatz. Zusammenfassend kann man ergänzen, dass der Fachwortschatz die Gesamtheit aller Sprachmittel, die Fachleute in Wissenschaft oder in Technik zur Kommunikation über fachliche Probleme benutzen, bezeichnet.<sup>71</sup>

## **5.5 Phraseologismen in Fachtexten**

Unterschiedliche Typen von Texten weisen unterschiedliche Menge von Phraseologismen auf. In den naturwissenschaftlichen Texten wird der Platz den Phraseologismen nur selten geschenkt, zu einer anderen Situation ist es beispielsweise in politischen Kommentaren oder in der Werbung gekommen. Die naturwissenschaftlichen Fachtexte wollen ihren Lesern eine objektive und detaillierte Darstellungsweise vermitteln. Da die Phraseologismen eher einen expressiven oder emotionalen Charakter des Textes verstärken, wäre ihre Verwendung in solchen Fachtexten nicht stilistisch treffend. In den politischen Kommentaren oder in der Sprache der Werbung ist im Gegensatz dazu ihr Einsatz eine Sache der Erhöhung von Popularität.

Es muss noch an dieser Stelle betont werden, dass nicht nur die Frequenz der Phraseologismen von bestimmten Textsorten abhängig ist. Das Vorkommen

---

<sup>71</sup> Schippan 1992: S. 243-245

der Phraseologismen der gleichen phraseologischen Klasse wird durch ihre Verwendung und Funktion in den Fachtexten bestimmt.<sup>72</sup>

Die Sprache der Wirtschaft ist ganz reich an Phraseologismen, deshalb bildet sie den Kern dieser Arbeit. Für die Wirtschaftstexte sind vor allem phraseologische Termini wie z.B. *Konkurs anmelden*, *eine Dividende ausschütten* charakteristisch. In semantischer Hinsicht werden diese Verknüpfungen als Teil-Idiome bezeichnet, auch die Verwendung von Komposita wie *Kursabschwächung* ist sehr häufig. Die Problematik der deutschen Wirtschaftssprache wird in dem nächsten Kapitel dieser Arbeit noch ausführlich beschrieben.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Burger 2010: S. 168-169

<sup>73</sup> Palm 1997: S. 88-89

## 6 Charakteristik der Wirtschaftssprache

Die vorliegende Arbeit befasst sich in der ersten Linie mit der *Wirtschaftssprache*. Die Definition dieses Fachbegriffs und die Beschreibung der Besonderheiten der wirtschaftsspezifischen phraseologischen Wendungen gehören zu ihren Hauptzielen. In diesem Kapitel wird es gezeigt, dass die Charakteristik der Fachsprache *Wirtschaftsdeutsch* nicht eindeutig ist.

Literatur bietet unterschiedliche Definitionen der Fachsprache *Wirtschaftsdeutsch* an und auch in diesem Bereich gilt die Regel: wieviel Autoren, soviel Definitionen. Urusula Frenser behauptet, dass die Fachsprache *Wirtschaft* überhaupt nicht existiert. Fluck konzentriert sich dagegen in seiner Definition auf den breiten Bereich der *Wirtschaft* und ergänzt, dass es so viele Fachsprachen in der *Wirtschaft*, wie Fachbereiche gibt. Da man in dieser Arbeit bei der Definierung von Fachsprache von den Meinungen Hoffmanns ausgeht, steht seine Erklärung des Begriffs *Wirtschaftsdeutsch* auch hier im Zentrum. Laut der Definition von Hoffmann bezeichnet *Wirtschaftsdeutsch* „*die Gesamtheit aller sprachlicher Mittel in der Wirtschaft*.“<sup>74</sup> Hrušková ergänzt seine Theorie und schlägt die breite und enge Bedeutung des Begriffs *Wirtschaftsdeutsch* vor.

Die breite Bedeutung von *Wirtschaftsdeutsch* umfasst viele Bereiche der *Wirtschaft* (Produktion, Außenhandel, Immobilienmarkt, usw.). Jeder Bereich stellt eine selbständige Disziplin dar und alle haben einen gemeinsamen Grundwortschatz. Die *Wirtschaftssprache* gilt als Oberbegriff für alle Fachsprachen im Rahmen der *Wirtschaft*.

Die enge Bedeutung von *Wirtschaftsdeutsch* bezeichnet den Grundwortschatz, der allen Bereichen in der *Wirtschaft* gemeinsam ist. Jede

---

<sup>74</sup> Hrušková 2004: S. 136

einzelne spezialisierte Fachsprache hat dann Charakter der selbständigen Fachsprache.<sup>75</sup>

## 6.1 Fachspezifische und allgemeinsprachliche Wendungen

Da man in den weiteren Teilen der Arbeit auf die praktische Untersuchung der Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache seine Aufmerksamkeit richten will, muss zuerst eine theoretische Abgrenzung von allgemeinsprachlichen und fachsprachlichen Wendungen durchgeführt werden. Die fachsprachlichen Phraseologismen bezeichnen Sachverhalte oder Objekte, die den fachspezifischen Charakter besitzen. Und wie erkennt man den fachspezifischen Charakter der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen? Man muss sich in vielen Fällen darauf verlassen, dass sich eine Komponente der Wortverbindung auf den fachspezifischen Gegenstand bezieht (*an die **Börse** gehen, in die Breite investieren*).

Der fachspezifische Bezug ist aber manchmal nicht vollständig erkennbar und tritt normalerweise auch in der Allgemeinsprache auf (*rote/schwarze **Zahlen** schreiben*). Laut Duhme gibt es im Deutschen nur einen vollidiomatischen Phraseologismus, der nur durch die Einbeziehung des Kontexts als wirtschaftsspezifisch gilt (*auf dem Parkett* → Bedeutung: auf der untersten Etage des Börsengebäudes, zu der nur Devisenhändler Zutritt haben).<sup>76</sup>

## 6.2 Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache

In der Vergangenheit wurden mehrere Untersuchungen der deutschen Wirtschaftssprache durchgeführt und diese haben darauf hingewiesen, dass die Phraseologismen in der deutschen Sprache der Wirtschaft eine feste Stelle haben. Einerseits wurden viele Phraseologismen aus der deutschen Allgemeinsprache in die Wirtschaftssprache eingetragen (*den Hut nehmen*), andererseits werden in der

---

<sup>75</sup> Hrušková 2004: 135-136

<sup>76</sup> Duhme 1991: S. 71-72

Fachsprache viele wirtschaftsspezifische phraseologische Wortverbindungen verwendet. Am meisten handelt es sich um Wendungen mit teildiomatischem Charakter (*den Geldhahn abdrehen*).

Im Rahmen einer phraseologischen Untersuchung der Wirtschaftssprache wird als notwendig gesehen den Unterschied zwischen den fachsprachlichen Elementen (Termini) und den phraseologischen Elementen zu erklären. Für die Präzisierung der oben genannten Begriffe benutzt Duhme folgende Definitionen:

Termini sind unter bestimmten Bedingungen auch als Phraseologismen zu betrachten → phraseologische Termini (*in Konkurs gehen*). Kriterien für die Bestimmung von Phraseologismen (Idiomatizität, Stabilität, Lexikalisierung und Reproduzierbarkeit) sind auch für den peripheren Bereich der phraseologischen Termini gültig. Phraseologische Termini können sowohl einen idiomatischen (*auf den Markt schwimmen*) als auch nichtidiomatischen (*Zinsen gutschreiben*) Charakter haben. Phraseologische Termini müssen unbedingt eine Wortgruppe bilden, Termini können auch Einzelwörter sein.

Für die Wirtschaftstexte ist eine Fülle von Phraseologismen charakteristisch. Der Hauptgrund für den Einsatz der Phraseologismen wird vor allem darin gesehen, dass sie dem Leser die wirtschaftlichen Themen in einer interessanten, anschaulichen und humorvollen Art und Weise zur Verfügung stellen. Man kann durch ihre Verwendung verschiedene Ziele erreichen. Sie erhöhen die emotionale Ebene des Textes, verstärken die Aussagen, wecken das Interesse beim Leser.<sup>77</sup>

### **6.3 Idiomatizität der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen**

Das Vorkommen der teil- und nichtidiomatischen Wendungen ist für die Fachsprache Wirtschaft entscheidend. Nur eine vollidiomatische Wendung, die in

---

<sup>77</sup> Duhme 1991: S. 119

ihrer wörtlichen Bedeutung nicht zu verstehen ist, hat sich in der deutschen Wirtschaftssprache durchgesetzt (*auf dem Parkett*).

Die teildiomatischen Wortverbindungen enthalten eine Komponente, die eine übertragene Bedeutung hat. Die Funktion einer Komponente mit der übertragenen Bedeutung hat fast immer ein Verb oder ein Adjektiv. Den substantivischen Teilen der phraseologischen Wendungen bleiben ihre wörtlichen Bedeutungen.

Beispiele: *stille Einlage, hoher Dollarkurs, schwarzes Geld, den Dollar fallen lassen, den Markt aufbrechen*

Phraseologische Termini stellen eine Gruppe der Wendungen mit dem nicht verbindlich idiomatischen Charakter dar. Sie benehmen sich oft als Nicht-Idiome. Man kann zwischen den substantivischen Phraseologismen und verbalen Wendungen mit obligatorischem Verb unterscheiden.

Beispiele: *reales Einkommen, innerdeutscher Handel, Angebot und Nachfrage, einen Gewinn erzielen, an einem Geschäft teilnehmen*<sup>78</sup>

## **6.4 Stabilität der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen**

Die Stabilität auf der lexikalisch-semantischen Ebene entsteht durch die übertragene Bedeutung eines Phraseologismus. Eine formale Form der Stabilität hängt dann mit der Erscheinungshäufigkeit der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen zusammen.<sup>79</sup>

---

<sup>78</sup> Duhme 1991: S. 120-122

<sup>79</sup> Duhme 1991: S. 122

## 6.5 Morphosyntaktische Strukturen der Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache

Die innere Struktur von Phraseologismen lässt sich laut Duhme mithilfe der Theorie Fleischers erklären. Er unterscheidet vier Gruppen, deren Basis die Wortarten bilden (substantivische, adjektivische, adverbiale und verbale Phraseologismen). Die am meisten verwendeten morphosyntaktischen Strukturen der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen sind:

- substantivische Phraseologismen des Typs Adjektiv + Substantiv
- verbale Phraseologismen des Typs Substantiv + Verb<sup>80</sup>

### 6.5.1 Substantivische Phraseologismen

Die Entstehung der substantivischen Phraseologismen nach dem Muster Adjektiv + Substantiv ist für die Sprache der Wirtschaft auffallend, weil es der Präzisierung der fachspezifischen Ausdrücke dient. Die wörtliche Bedeutung des Substantivs bleibt, aber das vorangestellte Adjektiv wird in seiner übertragenen Bedeutung benutzt. Durch den adjektivischen Teil werden Bezeichnungen verschiedener ökonomischen Kategorien wie Angebot, Güter, Markt, Preis, Risiko, Ware genauer bestimmt, wenn sie größere Spezifizierung anfordern. In der Allgemeinsprache sind die substantivischen Phraseologismen mit dem vorangestellten Adjektiv nicht häufig vertreten.

Beispiele: *fliegende Ware, langlebige Güter, unverbindliches Angebot, der äußerste Preis*<sup>81</sup>

---

<sup>80</sup> Duhme 1991: S. 123

<sup>81</sup> Höppnerová 2004: S. 115

## 6.5.2 Verbale Phraseologismen

Auch in diesem Fall handelt es sich um teildiomatische Wendungen, wobei das Verb in seinem übertragenen Sinne verwendet wird. Verbale Phraseologismen des Typs Substantiv + Verb werden meist durch Präposition mit bestimmten oder unbestimmten Artikel erweitert. Die Erweiterung ist auch durch das Adjektiv möglich.

Beispiele: *einen Aufschwung erwarten, an einem Geschäft teilhaben, im Gewinn liegen, eine neue Einkommensquelle erschließen*<sup>82</sup>

## 6.6 Paradigmatische Beziehungen der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen

Die folgende Übersicht konzentriert sich auf die paradigmatischen Beziehungen der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen. Es werden die Verhältnisse der lexikalischen Einheiten innerhalb des Wortschatzes skizziert. Man fokussiert sich dabei vor allem auf die Synonymie, Antonymie, die phraseologischen Reihen und phraseologischen Sachgruppen.<sup>83</sup>

### 6.6.1 Phraseologische Synonyme und Varianten

Die Grundlage der phraseologischen Synonyme bilden die Wendungen mit gleicher oder ähnlicher Bedeutung, wobei sich die syntaktische Struktur des Phraseologismus ändern kann. Wenn ein Bestandteil des Phraseologismus unverändert bleibt (am meisten geht es um ein Substantiv) und ein anderer Teil mit einem Ersatz substituiert wird (sehr oft geht es um ein Verb) spricht man dann über phraseologischen Varianten. Es kann aber auch zu einem Grenzfall kommen, in dem die morphosyntaktische Struktur des Phraseologismus so stark geändert wird, dass die Wendungen keine Übereinstimmungen nachweisen (*Konkurs*

---

<sup>82</sup> Duhme 1991: S. 125

<sup>83</sup> Fleischer 1982: S. 176

*anmelden – pleite gehen*). In diesem Beispiel muss man mit der Eingliederung der umgangssprachlichen Wendungen in die Wirtschaftssprache rechnen.

Beispiele: *ins Geschäft kommen – ins Geschäft einsteigen, harter Wettbewerb – scharfer Wettbewerb*<sup>84</sup>

### 6.6.2 Phraseologische Antonyme

Die Kontrastbildung durch phraseologische Antonyme gehört zu den wichtigen Eigenschaften der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen. Es ist üblich in den Wirtschaftstexten auf die Phraseologismen mit gegensätzlicher Bedeutung zu stoßen. Dabei treten bei der wirtschaftsspezifischen Kontrastbildung hoch-tief-Relationen und stark-schwach-Relationen am meisten in Erscheinung.

Beispiele: *steigender Dollar x sinkender Dollar, geschlossener Immobilienfonds x offener Immobilienfonds*<sup>85</sup>

### 6.6.3 Phraseologische Sachgruppen

Die Klassen der phraseologischen Wendungen, deren Komponenten zu einem bestimmten Gebiet der Wirtschaft gerechnet werden, nennt man *phraseologische Sachgruppen*. Duhme hat eine einfache Klassifizierung der phraseologischen Sachgruppen nach Themen und Fachbereichen angeführt:

- **Bereich des *Börsenwesens***

Die Zugehörigkeit zu dieser Sachgruppe ist aufgrund einer Basiskomponente (Börse, Kurs) oder semantischer Verwandtschaft erkennbar.

Beispiele: *an die Börse gehen, den Aktienkurs beflügeln*

---

<sup>84</sup> Duhme 1991: S. 137-139

<sup>85</sup> Duhme 1991: S. 136

- **Bereich *Geschäft und Handel***

Die Sachgruppe Geschäft und Handel wird durch die Basiskomponenten Geschäft, Handel und Position bestimmt.

Beispiele: *sich in ein Geschäft einmischen, Positionen auflösen*

Zu dieser Gruppe gehören auch umgangssprachliche Wendungen, z.B. *einen Absatzboom auslösen*, usw.

- **Bereich *Kapital und Finanzen***

Zu den Basiskomponenten des Bereichs Kapital und Finanzen zählt man: Dollar, Geld, Gewinn, Investition, Kasse, Preis, Kapital und Zinsen.

Beispiele: *schwacher Dollar, Geld wie Heu haben, kurzfristige Gewinne, knapp bei Kasse sein, abgehobene Preise, internationale Kapitalmärkte, feste Zinsen*

- **Bereich *Wirtschaftspolitik***

In diesem Bereich gibt es keine weitere Unterteilung. Die Phraseologismen sind stark wirtschaftspolitisch orientiert.

Beispiele: *restriktive Geldpolitik, das politische Klima, stabile Währung, das Loch in der Staatskasse*

Es gibt keine scharfe Grenze zwischen einzelnen Bereichen. Manche Phraseologismen können in mehreren Bereichen angesiedelt werden.<sup>86</sup>

#### **6.6.4 Phraseologische Reihen**

Die Definition von Fleischer bezeichnet die *phraseologischen Reihen* als „die Phraseologismen mit gemeinsamer Basiskomponente.“<sup>87</sup> Für die

---

<sup>86</sup> Duhme 1991: S. 139-144

<sup>87</sup> Fleischer 1982: S. 177

Wirtschaftssprache sind die phraseologischen Reihen mit den Kennwörtern Börse, Dollar, Geld, Geschäft, Kasse, Kurs, Markt, Zahlen und Zinsen typisch. In der Allgemeinsprache erscheinen die phraseologischen Reihen, die die Teile des menschlichen Körpers beschreiben (Auge, Fuß, Gesicht, Kopf, Mund, Nase, usw.) oder die anderen Gegenstände bezeichnen (Haus, Tisch, Rolle, Schritt, Ziel, usw.).

Beispiele aus der Wirtschaftssprache: *ruhiges Geschäft, heiße Geschäfte, das Geschäft ankurbeln*<sup>88</sup>

## 6.7 Teilidiomatische Komposita

Eine besondere Stellung im Bereich der Phraseologie der deutschen Wirtschaftssprache besitzen die *teilidiomatischen Komposita*. Der Begriff geht an Burger<sup>89</sup> zurück und bezeichnet die Wortbildungen, die die Funktion der Phraseologismen übernehmen können. Sie werden entweder durch zwei Substantive oder Substantiv mit vorangestelltem Adjektiv gebildet. Duhme schlägt in seinem Beitrag für die teilidiomatischen Komposita die Bezeichnung „*Einwortphraseologismen*“, trotzdem handelt es sich nicht um Phraseme im richtigen Sinne.

Beispiele: *Börsenschlacht, Vorzugsaktien, Schwarzmarkt*<sup>90</sup>

## 6.8 Metaphern in der deutschen Wirtschaftssprache

Heutzutage wird die Metapher als Stilmittel nicht nur in der schönen Literatur gebraucht. Sie hat ihre Stelle auch in der Wirtschaftssprache gefunden, was unser Beispiel bestätigt: *das Unternehmen ist das Flaggschiff unserer Industrie*. Die Metapher wird definiert als „*sprachlicher Ausdruck, bei dem ein*

---

<sup>88</sup> Duhme 1991: S. 145-147

<sup>89</sup> Burger, Buhofer, Sialm 1982: S. 31

<sup>90</sup> Duhme 1991: S. 152-155

*Wort (eine Wortgruppe) aus seinem Bedeutungszusammenhang in einen anderen übertragen, als Bild verwendet wird.*<sup>91</sup> In der Wirtschaftssprache wirkt die Metapher als ästhetisches Stilmittel, ihre Verwendung wird mit der Originalität des Textes verbunden.<sup>92</sup> Die Produktion der Metaphern spiegelt unsere Bemühungen um Kreativität und Anschaulichkeit wider. Ihre Aufgabe ist die neuen Gegenstände zu benennen und den Leser in einer eindrucksvollen Art und Weise zu beeinflussen. Man kann in der Wirtschaftsrubrik z.B. über *Kostenexplosion* oder *Einfrierung von Steuern* lesen.<sup>93</sup>

---

<sup>91</sup> Duden: Deutsches Universalwörterbuch

<sup>92</sup> Burger 2010: S. 100-104

<sup>93</sup> Höppnerová 2007/2008: S. 79-82

## 8 Untersuchungskorpus

Im folgenden Teil der Arbeit wird die Analyse der deutschen Wirtschaftssprache durchgeführt. Die Arbeit beschäftigt sich mit der Phraseologie in der Wirtschaftssprache und verfolgt das Ziel, Quantität und Besonderheiten der Phraseologismenverwendung auf diesem Gebiet zu zeigen. Die Beschreibung des heutigen Forschungsstandes in der Phraseologieforschung und die Charakteristik der deutschen Wirtschaftssprache wurden schon in dem theoretischen Teil der Arbeit gemacht. Anhand der theoretischen Grundlagen wurde es festgestellt, dass die Wirtschaftssprache reich ist, was das Vorkommen von Phraseologismen betrifft. Deshalb wird weiter die empirische Untersuchung des phraseologischen Materials der deutschen Wirtschaftssprache vorgestellt.

Als Untersuchungsmaterial wurden die online Ausgaben der österreichischen Tagblätter „*Der Standard*“ und „*Die Presse*“ ausgewählt. Das entscheidende Kriterium für die Auswahl dieser Tagblätter waren ihre umfangreichen Wirtschaftsrubriken.

### 8.1 Die Presse

„*Die Presse*“ ist eine österreichische Tageszeitung, die die aktuellen Nachrichten in verschiedenen Kategorien bringt. Die Zeitung wird bürgerlich-liberal gerichtet und ist zum erstenmal am 3. Juli 1848 anlässlich der Märzrevolution erschienen. Der Begründer war *August Zang*, er wollte eine Zeitung nach Pariser Vorbild von „*La Presse*“ schaffen.

„*Die Presse*“ wird von der Presse Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co. KG herausgegeben. An der Spitze der Zeitung ist seit dem Jahr 2012 der Chefredakteur Rainer Nowak. Die Zeitung wird vom Montag bis Samstag herausgegeben in einer Abend- und Morgenausgabe. Was ihren Umfang betrifft, umfasst die Wochenausgabe insgesamt durchschnittlich 32 Seiten und die Samstagsausgabe sogar 50 Seiten. Die Zeitung ist färbig und wird in verschiedene Ressorts aufgeteilt:

- Innenpolitik
- Außenpolitik
- Wien bzw. Österreich (Chronik)
- Economist (Wirtschaft)
- Sport
- Feuilleton

Jedes Gebiet hat eine eigene redaktionelle Leitung und für diese Arbeit sind die Leiter Hanna Kordik und Gerhard Hofer von Economist Ressort (Wirtschaft) von großer Bedeutung. Seit dem Jahr 2009 gibt es auch eine besondere Sonntagsausgabe unter dem Namen „*Die Presse am Sonntag*“ und diese wird vor allem für die Zeitungsliebhaber bestimmt. Neben der Printausgabe ist „*Die Presse*“ auch unter dem Link *DiePresse.com* im Internet zugänglich.<sup>94</sup>

Die Internetausgabe verfügt über mehrere Rubriken wie z.B. Wissen, Bildung, Zeitreise, Recht, usw. Die Nachrichten werden täglich mehrmals aktualisiert. Die Leser können die Zeitungsnachrichten auch mithilfe der Sozialnetze wie z.B. Facebook oder Twitter anschauen.<sup>95</sup>

## 8.2 Der Standard

„*Der Standard*“ ist eine österreichische Tageszeitung, deren Erstausgabe im Jahr 1988 von *Oscar Bronner* erschienen ist. Die erste Probeausgabe hatte den Titel „*Wirtschaftsblatt*“. Später wurde die Zeitung nach den englischsprachigen Vorbildern „*The Standard*“ und „*Evening Standard*“ umbenannt. Die Zeitung wird vom Verlag Standard Verlagsgesellschaft m.b.H. täglich außer an Sonn- und Feiertagen herausgegeben. Die Chefredakteurin heißt Alexandra Förderl-Schmid.

---

<sup>94</sup> Die Presse. Online verfügbar unter [de.wikipedia.org/wiki/Die\\_Presse](http://de.wikipedia.org/wiki/Die_Presse) (letzter Zugriff am 25.11.2014).

<sup>95</sup> Die Presse. Online verfügbar unter [diepresse.com](http://diepresse.com) (letzter Zugriff am 27.11.2014).

„*Der Standard*“ ist auch seit dem Jahr 1995 in einer online Form aktiv und unter dem Link *derStandard.at* für die Leser erreichbar. Die Zeitung hat insgesamt 6 Rubriken:

- Innenpolitik
- Außenpolitik
- Wirtschaft
- Kultur
- Chronik
- Sport

Der Leiter der Wirtschaftsrubrik, die für die Zwecke dieser Arbeit am wichtigsten ist, heißt Andreas Schnauder.<sup>96</sup>

Die online Ausgabe von „*Der Standard*“ wird durch weitere Rubriken erweitert (Wissenschaft, Bildung, Reisen, Lifestyle, usw.). Auch „*Der Standard*“ wird täglich mehrmals aktualisiert und bietet den Lesern die Verbindung durch Sozialnetze an.<sup>97</sup>

### 8.3 Methodik der Untersuchung

Das methodische Verfahren bei der Untersuchung des phraseologischen Materials wird in folgenden Punkten zusammengefasst.

**Auswahl der Artikel:** Das entscheidende Kriterium für die Auswahl der Artikel war die Rubrik „*Wirtschaft*“. Man hat 40 Artikel aus der Wirtschaftsrubrik der Tageszeitung „*Der Standard*“ und 40 Artikel aus der Wirtschaftsrubrik der Tageszeitung „*Die Presse*“ ausgewählt. Die Artikel waren

---

<sup>96</sup> Der Standard. Online verfügbar unter [de.wikipedia.org/wiki/Der\\_Standard](http://de.wikipedia.org/wiki/Der_Standard) (letzter Zugriff am 27.11.2014).

<sup>97</sup> Der Standard. Online verfügbar unter [derstandard.at](http://derstandard.at) (letzter Zugriff am 27.11.2014).

ungefähr der gleichen Länge. Es wurden die ähnlichen Themen aus dem nationalen und internationalen Gebiet der Wirtschaft behandelt (z.B. Ölpreis, Strompreis, Eurokurs, Weihnachtsgeschäft, Investitionen, Zinsen, usw.)

**Markierung der Phraseologismen:** Die gefundenen Phraseologismen wurden zuerst in dem Text markiert.

**Sammlung der Phraseologismen:** Die einzelnen Phraseologismen wurden im nächsten Schritt gesammelt und ein Register wurde erstellt. Dabei hat man festgestellt, dass es sich grundsätzlich um zwei große unterschiedliche Gruppen von festen Wortverbindungen handelt.

Feste Wortverbindungen aus der Allgemeinsprache, die der Wirtschaftssprache nicht zugeordnet werden können (z.B. *j-m. ein Dorn im Auge sein*).

Feste Wortverbindungen, die den wirtschaftsspezifischen Charakter ausweisen (z.B. *den Preis drücken*).

Es wurden insgesamt 415 Phraseologismen in dem Untersuchungsmaterial gefunden. Davon wurden ungefähr 216 Wendungen als wirtschaftsspezifisch bestimmt. An dieser Stelle muss man auch noch betonen, dass die teildiomatischen Komposita („*Einwortphraseologismen*“ laut Duhme) nicht im Zentrum der phraseologischen Untersuchung waren und sie werden weiter nicht mehr behandelt als der periphere Teil der Phraseologie. Die festen Wortverbindungen aus der Allgemeinsprache werden nur in ein paar Beispielen bei jedem Tagblatt angeführt.

## 8.4 Register der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen

Im Folgenden wird eine alphabetische Liste der gefundenen Phraseologismen angeführt, die den fachspezifischen Charakter der Wirtschaftssprache besitzen. Diese Phraseologismen werden anhand der Charakteristik von Duhme als wirtschaftsspezifisch klassifiziert. Manche von ihnen haben sich in dem Untersuchungskorpus wiederholt. Die Häufigkeit der einzelnen Phraseologismen wird in der Übersicht angeführt, sowie auch immer ein konkretes Beispiel aus der Zeitungen.

### Anbieter

- **großer Anbieter:** „Große Anbieter halten sich zurück“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

### Angebot

- **Angebot an etw. erweitern:** „Dadurch soll das Angebot an Geländewagen erweitert werden...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **das Angebot gut annehmen:** „Das Angebot werde gut angenommen...“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **öffentliches Angebot:** „...will er ein freiwilliges öffentliches Angebot für den Erwerb...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

### Anteil

- **Anteil an etw. kaufen:** „...IFM darf Anteile am Flughafen Wien kaufen...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **der Anteil auf XY Prozent sinken:** „...Internationalisierung des Konzerns sinkt der Anteil allerdings auf 56%.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit 1

## Arbeitslosigkeit

- **Arbeitslosigkeit klettert auf...:** „Auch die Jugendarbeitslosigkeit kletterte im Oktober auf....“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **sinkende Arbeitslosigkeit:** „Hinzu kommen eine seit Jahren stetig sinkende Arbeitslosigkeit...“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **steigende Arbeitslosigkeit:** „Ein Grund für die Sparsamkeit ist zweifellos die steigende Arbeitslosigkeit.“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

## Beschäftigung

- **steigende Beschäftigung:** „...der steigenden Beschäftigung und der erheblichen Steuererleichterung...“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

## Börse

- **an der Börse sein:** „Die Aktie ist an der Wiener Börse aktuell...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 3
- **die Börse steht bei...:** „Heute steht die Börse in Tokio bei rund...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **die Börse verlassen:** „...indem sie die Börse verlassen haben.“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **gelistete Papiere an der Börse handeln:** „...in Hongkong und Schanghai jeweils an der anderen Börse gelistete Papiere handeln.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **im Fokus der Börse stehen:** „...was so wirklich im Fokus der Börsen steht...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **internationale Aktienbörse:** „Die Rekordjagd an der internationalen Aktienbörse...“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit 1

- ***sich auf dem Kurszettel der Börse bewegen:*** „Es gibt Konzerne, die sich auf dem Kurszettel ihrer Heimatbörse kaum bewegen.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

### **Budget**

- ***etwas ins Budget bringen:*** „...bringt auch ein paar Millionen Euro ins Budget...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### **Dividende**

- ***Dividende ausschütten:*** „Daher werde die RBI für 2014 wohl auch keine Dividende ausschütten...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

### **Einsparung**

- ***Einsparungen von etw. bringen:*** „...Einsparungen von mehreren hundert Euro im Jahr bringen.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- ***kräftig sparen:*** „VW will kräftig sparen und kräftig investieren“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

### **Euro**

- ***den Euro auf Talfahrt schicken:*** „...sagte Draghi und schickte den Euro am Devisenmarkt damit auf Talfahrt.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 2
- ***den Euro um XY Prozent nach unten schicken:*** „Am Freitag beispielsweise schickte er den Euro gegenüber dem Dollar um fast ein Prozent nach unten.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- ***Euro fällt:*** „Euro fällt nach Aussagen“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- ***Euro-Kurs:*** „USA machen den Euro-Kurs...“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 2

- **in Euro laufen:** „Die meisten Darlehen für Bauvorhaben laufen in Euro...“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

### Finanzen

- **den Finanzsektor retten:** „Doch Zypern war nicht in der Lage, den angeschlagenen Finanzsektor allein zu retten.“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **finanzielle Lage:** „...die finanzielle Lage von Hypo...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **finanzielle Spielräume:** „...finanzielle Spielräume der Versorger...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **finanzielle Stabilität:** „Finanzielle Stabilität“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

### Gebühr

- **Gebühren erhöhen für j-n.:** „Die Regierung Orban erhöht die Gebühren für Handelsunternehmen...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

### Gehalt

- **Gehälter erhöhen:** „...die Gehälter erhöht werden müssen...“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

### Geld

- **bargeldlose Gesellschaft:** „Bargeldlose Gesellschaft“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **die Geldschleusen öffnen:** „EZB: Draghi will die Geldschleusen öffnen.“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **frisches Geld:** „...die Märkte mit frischem Geld geflutet haben...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

- **Geld/etwas bei j-m./in etwas parken:** „...rund 13 Billionen Dollar in privaten Firmen-Holdings geparkt sind.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Geld fließt an j-n.:** „...dass künftig mehr Geld an kleinere Betriebe statt an landwirtschaftliche Stiftungen und Gesellschaften fließt.“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit 2
- **Geld in Aktien stecken:** „...während Männer mehr Geld in Aktien stecken.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Geld in die Wirtschaft pumpen:** „...über Wertpapiere mehr Geld in die Wirtschaft zu pumpen.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Geld nicht auf die Cayman Islands tragen:** „Schließlich würden die Bauern ihr Geld nicht auf die Cayman Islands tragen...“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Geschäft

- **Geschäfte mit j-m. verbieten:** „VAE verbieten Banken Geschäfte mit Islamisten“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Geschäft ausweiten:** „...will man das Geschäft kräftig ausweiten...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **gutes Geschäft:** „...dank guter Geschäfte in China“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **j-m. das Geschäft wegnehmen:** „Onlineriesen wie Amazon nehmen dem heimischen Handel das Geschäft weg.“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **mit dem Geschäftsverlauf zufrieden sein:** „Mit dem Geschäftsverlauf in der RLB ist Buchleitner heuer zufrieden.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

- **mit j-m. Geschäft machen:** „...keine Geschäfte mit dem Ableger der ägyptischen Muslimbrüder in den VAE und mit der Al-Islah zu machen.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **operatives Geschäft:** „Dadurch soll die Rendite der Marke Volkswagen im operativen Geschäft...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **schwaches Geschäft:** „Schwaches Geschäft“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 2

### Gewinn

- **den Gewinn erwarten:** „...600 Mio. Dollar Gewinn werden erwartet.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **der Gewinn erreicht X Millionen:** „Der Gewinn erreichte 588 Millionen Dollar...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **steigende Gewinne:** „...für steigende Gewinne...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Gutschein

- **Gutschein geben:** „Bei gesunder Lebensführung soll es Gutscheine und Rabatte geben...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

### Handel

- **aus dem Handel gehen:** „...Nasdaq gingen am Freitag uneinheitlich aus dem Handel.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **bilateraler Handel:** „Auch der bilaterale Handel zwischen....“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **in den Handel aufnehmen:** „...die diese Woche in den Handel der Wiener Börse aufgenommen werden...“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

- **traditioneller Handel:** „Sonderangebote finden sich auf extra eingerichteten Portalen ebenso wie im traditionellen Handel.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Inflation

- **niedrige Inflation:** „...ein Zuwachs der Investitionen und eine äußerst niedrige Inflation.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

### Investition

- **hohe Investition:** „...auf die hohen Investition zur Senkung...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Investition anstoßen:** „...könnten damit in den kommenden Jahren Investitionen von insgesamt bis zu 300 Milliarden Euro angestoßen werden.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Investition auf Eis legen:** „Spar hat laut Brancheninsidern unterdessen sämtliche Investitionen in Ungarn auf Eis gelegt.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **kräftig investieren:** „VW will kräftig sparen und kräftig investieren“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 2
- **neue Investition:** „Neue Investitionen, speziell in die teuren Arktisprojekte...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **private Investition:** „...private Investitionen sind in Energie-, Verkehrs- oder Digitalprojekte geplant...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **steigende Investition:** „Nicht zuletzt angesichts der steigenden Investitionen im Maschinenbau...“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **zusätzliche Investition:** „Damit sollten über drei Jahre hinweg zusätzliche Investitionen...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

- **wenig investieren:** „...verunsicherte Unternehmen, die zu wenig investieren...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 2

### Kapital

- **Kapital fließt ins Land:** „Zum Ausgleich muss Kapital ins Land fließen.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

### Kasse/-a

- **zur Kasse/-a bitten:** „Deutsche Banken wollen Großkunden zur Kassa bitten.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 2

### Kosten

- **hohe Kosten:** „Hohe Investitionskosten“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 7
- **Kosten drücken:** „..., die die Kosten der Unternehmen drückt...“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Kosten auf XY Euro schätzen:** „Die Kosten werden aktuell auf 1,2 Milliarden Euro geschätzt.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Kosten senken:** „Alle Marke müssen ihre Kosten senken“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 3
- **Kosten sparen:** „...nur die Kosten für das Liftticket sparen wollen...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Kosten steigen:** „Seit Jahren steigen die Kosten fürs Skifahren...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **mit den Lebenshaltungskosten kämpfen:** „Während der Durchschnittsbürger mit seinen Lebenshaltungskosten kämpfen muss...“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

## Kredit

- **risikoreicher Kredit:** „...um risikoreiche Kredite über Garantien abzusichern...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

## Kunde

- **heimische Kunde:** „Neue Belastungen für heimische Stromkunden“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **kleine Geschäftskunden:** „Neben Privatkunden sind demnach auch für kleine und mittlere Geschäftskunden und Unternehmen...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **mittlere Geschäftskunden:** „Neben Privatkunden sind demnach auch für kleine und mittlere Geschäftskunden und Unternehmen...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

## Kurs

- **den Aktienkurs drücken:** „...und damit den Aktienkurs gedrückt hat...“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **der Aktienkurs liegt bei...:** „Der Aktienkurs, Anfang der 1990er-Jahre im US-Cent-Bereich, liegt nun bei...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **der Kurs pendelt:** „Aktuell pendelt der Kurs der Gemeinschaftswährung...“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit: 1

## Markt

- **am Tropf der Finanzmärkte hängen:** „Die Türkei hängt am Tropf der launischen Finanzmärkte.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

- **auf den Markt kommen:** „Noch heuer sollen bis zu sechs Prozent der Anteile des halbstaatlichen Stromversorgers Enel auf den Markt kommen.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **die/seine Marktmacht missbrauchen:** „Die EU-Kommission untersucht schon seit 2010, ob Google seine Marktmacht missbraucht.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **die/seine Marktstellung missbrauchen:** „Derzeit prüft die EU-Kommission, ob Google seine Marktstellung bei Suchmaschinen missbraucht.“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **den Markt für j-n. öffnen:** „...China seinen bislang stark abgeschotteten Aktienmarkt stärker für ausländische Investoren geöffnet hat.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **den Markt mit etw. fluten:** „...die Märkte mit billigem Öl fluten...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **der Markt reagiert:** „Wir sollten nicht überreagieren und sehen, wie der Markt reagiert.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Marktführer halten sich zurück:** „Außerdem halten sich die Marktführer E.ON und RWE genauso zurück...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Marktbedingungen untersuchen:** „Derzeit werden Marktbedingungen untersucht“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 2
- **sich die Märkte aufteilen:** „Traditionell teilen sich beide Gesellschaften die Auslandsmärkte auf.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **stagnierender Markt:** „...die Produktionsmengen an den konjunkturbedingt eher stagnierenden Markt...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **steigender Markt:** „...in einem insgesamt steigenden Markt...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

## Milliarde

- **Milliarden (von etw.) ins Finanzsystem pumpen:** „...und pumpt in den nächsten zwei Jahren viele Milliarden in das Finanzsystem.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Milliarden retten:** „Krise soll Österreich Milliarden retten“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

## Minus

- **ein Minus hinnehmen:** „Im dritten Quartal musste Raiffeisen International ein Minus hinnehmen.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **ins Minus drehen:** „...die Verluste der RBI jedoch ins Minus gedreht werden.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 2

## Nachfrage

- **hohe Nachfrage:** „wegen dieser höheren Nachfrage...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Nachfrage senken:** „...die Nachfrage für deutsche Autos sinkt...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

## Null

- **eine glatte Null errechnen:** „Ende Oktober ist noch eine glatte Null errechnet worden.“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

## Papier (-e)

- **lang laufende Papiere:** „Vor allem die lang laufenden Papiere seien gefragt gewesen...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

## Plus

- **im Plus liegen:** „Das Gesamtjahr liegt derzeit mit 6,1% im Plus.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **leicht ins Plus drehen:** „Das Betriebsergebnis drehte ins Plus und betrug 14.000 Euro...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2

## Preis

- **den Anstieg des Preises erwarten:** „Einige Analysten erwarten einen Anstieg des Goldpreises.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit 2
- **den Preis drücken:** „Die Sanktionen gegen Russland drücken den Preis...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **den Preis nach oben treiben:** „...kann Russland selbst wenig dafür tun, den Ölpreis nach oben zu treiben.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **den Preis stabil halten:** „E.ON hält den Strompreis stabil...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **der Preis fällt um etw.:** „Im Monatsabstand fiel der Preis um 4,1%...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **fallende Preise:** „Die fallenden Benzinpreise...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **gestiegene Preise:** „Neben den durch die schwache Weinernte teilweise erneut gestiegenen Weinpreisen...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **gesunkene Preise:** „von den gesunkenen Börsenstrompreisen profitieren...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 3
- **gute Preise:** „Wir hatten die letzten vier Jahre gute Preise...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

- **günstige Preise:** „Zwar gebe es in vielen Skigebieten auch günstigere Paketpreise...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **heimische Preise:** „Heimische Energiepreise auf Dreijahrestief“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **hohe Preise:** „...einen entsprechend höheren Preis für...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **negativer Preis:** „...ein negativer Kaufpreis...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **niedriger Preis:** „...sondern teilweise zu niedrigeren Preisen für den Kunden geführt.“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Preise anheben:** „...wurden die Tageskarten-Preise für Erwachsene im Schnitt um 2,6% angehoben...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Preise erhöhen:** „...die Schaumwein-Preise erhöht werden.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Preise fallen:** „Opec-Minister lassen die Ölpreise weiter fallen“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Preise senken:** „...senken viele deutsche Stromversorger Anfang 2015 erstmals wieder die Preise.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 4
- **Preise steigen:** „Die Preise steigen heuer um fast zehn Prozent.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Preise zeigen nach oben:** „Preise für Skipasse zeigen steil nach oben“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **tiefe Preise:** „Druck auf Russland und Iran machen, die noch tiefere Ölpreise kaum aushalten.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 3
- **um jeden Preis:** „...Großbritannien wolle keine EU-Mitgliedschaft um jeden Preis.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

- **unter geringen Preisen leiden:** „Apfelbauern leiden unter geringen Preisen“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Schuld

- **hohe Schulden:** „Für Rosneft seien allerdings die hohen Schulden problematisch.“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Steuer

- **neue Steuer:** „Neue Steuer in Ungarn wird für Spar teuer“ (derStandard.at, 23.11.2014); Häufigkeit: 2
- **von der Steuer absetzen:** „...können unter dem Titel Werbungskosten von der Steuer abgesetzt werden.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Rechnung

- **steigende Rechnung:** „Nach 14 Jahren mit im Schnitt regelmäßig steigenden Stromrechnungen...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

### Risiko

- **erhöhtes Risiko:** „Die massiven Boni hatten als Anreiz für ein erhöhtes Risiko gewirkt.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

### Rezession

- **sich in einer Rezession befinden/stecken:** „Das Land steckt bereits in einer echten Rezession.“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### „Staatspleite“

- **am Rande der Staatspleite stehen:** „Die Ukraine, in der seit Monaten ein Konflikt mit prorussischen Separatisten tobt, steht am Rande der Staatspleite.“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

- **vor der Staatspleite stehen:** „Venezuela steht vor der Staatspleite...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1

### Umsatz

- **der Umsatz sinkt:** „Der Umsatz sank.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit 2

### Verkauf

- **massiv verkaufen:** „IWF: Ukraine verkauft massiv Gold“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **unter Verkaufsdruck stehen:** „Baumax unter Verkaufsdruck“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1

### Verlust

- **Verlust bescheren:** „Bilanz: Ukraine beschert Raiffeisen Verlust“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Verlust bringen:** „Dies kann auch anderen Raiffeisen-Organisationen Verluste bringen.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Verlust erwarten:** „Raiffeisen-Chef erwartet Verluste“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Verlust machen:** „...hat im ersten Halbjahr weniger Verlust gemacht...“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 2

### Wachstum

- **Kampf um Wachstum:** „Leitl will Kampf um Wachstum aufnehmen“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 2
- **Wachstum bremsen:** „Das alles sorgt für Unsicherheit, die auch das Wachstum bremst.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

## Währung

- **starke Währung:** „...Eurozone braucht vieles, aber sicher keine starke Währung.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit:1
- **Verfall der Währung erwarten:** „Goldmann Sachs erwartet einen starken Verfall der Europawährung...“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

## Wirtschaft

- **das harte wirtschaftliche Umfeld:** „Das harte wirtschaftliche Umfeld lässt...“ (derStandard.at, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Wirtschaft schrumpfen:** „schrumpfte die heimische Wirtschaft...“ (diepresse.com, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **Wirtschaft wächst um X Prozent:** „Die US-Wirtschaft wird im kommenden Jahr um drei Prozent wachsen...“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1

## Zahl (-en)

- **die Zahl sinkt auf...:** „Die Zahl der Menschen, die in der Landwirtschaft beschäftigt sind, ist auf 414.410 gesunken.“ (diepresse.com, 21.11.2014); Häufigkeit: 1
- **die Zahl steigt um...:** „Ihre Zahl stieg im vergangenen Jahr um sechs Prozent...“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 2
- **in die schwarzen Zahlen kommen:** „...weil an diesem Tag der US-Einzelhandel in die schwarzen Zahlen kommt oder kommen sollte.“ (derStandard.at, 30.11.2014); Häufigkeit: 1
- **positive Zahlen:** „Dies allerdings nur wegen der positiven Zahlen im ersten Halbjahr.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **rote Zahlen:** „Rote Zahlen wird es auch im Gesamtjahr geben.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 1

- **Zahlen zeigen, dass:** „Diese Zahlen zeigen, dass die Erhöhung der Verfügbarkeit...“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit: 2

### Zins (-en)

- **Negativzinsen verrechnen:** „Commerzbank verrechnet künftig Negativzinsen.“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 1
- **negative Zinsen:** „...die Commerzbank die negativen Einlagezinsen der Europäischen Zentralbank...“ (derStandard.at, 20.11.2014); Häufigkeit: 5
- **niedrige Zinsen:** „Das aktuelle Umfeld mit niedrigen Sparzinsen...“ (derStandard.at 30.11.2014); Häufigkeit: 5

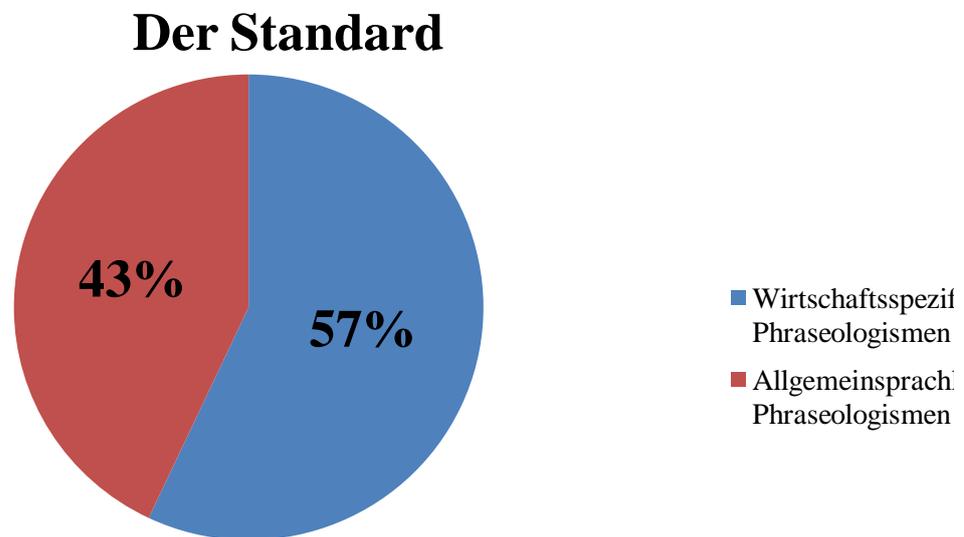
### Sonstiges

- **für helle Farben in ökonomischen Tableau sorgen:** „Der Tourismus sorgt weiter für helle Farben im ökonomischen Tableau.“ (diepresse.com, 23.11.2014); Häufigkeit: 1
- **im roten Bereich:** „...nach einer kleinen Erholung deutlich im roten Bereich.“ (diepresse.com, 20.11.2014); Häufigkeit: 2

## 9 Schlussfolgerungen

### 9.1 Der Standard

In der Wirtschaftsrubrik des Tagblattes „*Der Standard*“ wurde insgesamt 239 Phraseologismen gefunden. Davon kann man 136 Wendungen als wirtschaftsspezifisch und 103 als allgemeinsprachlich bezeichnen. Die prozentuelle Vertretung der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen (57%) und der allgemeinsprachlichen Phraseologismen (43%) wird in folgendem Graf abgebildet.



Aus der Sicht der Phraseologischen Reihen wurden die Phraseologismen mit diesen wiederkehrenden Basiskomponenten am stärksten vertreten: *Preis* (30 Wendungen), *Geschäft* (10 Wendungen), *Investition* (8 Wendungen) und *Markt* (7 Wendungen).

Was die morphosyntaktische Struktur der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen betrifft, haben sich vor allem 3 Strukturtypen wiederholt:

Substantivische Phraseologismen des Typs Adjektiv + Substantiv: *negative Zinsen, operatives Geschäft, traditioneller Handel.*

Verbale Phraseologismen des Typs Substantiv + Verb: *den Preis drücken, die Kosten senken.*

Die verbalen Phraseologismen des Typs Substantiv + Verb werden dann sehr oft auch durch Präposition oder Adjektiv erweitert: *auf den Markt kommen, den Markt für j-n. öffnen, den Preis stabil halten,* usw.

Wie schon in dem theoretischen Teil der Arbeit erwähnt wurde, ist für die Wirtschaftstexte das Vorkommen der phraseologischen Antonyme charakteristisch. In dem Untersuchungsmaterial des Tagblattes „*Der Standard*“ wurden folgende Beispiele der phraseologischen Antonyme gefunden: *kräftig investieren x kräftig sparen, die Preise senken x die Preise erhöhen, die Kosten steigen x die Kosten senken.* Die gefundenen phraseologischen Antonyme werden durch die Substitution von Verbkomponenten gebildet und sie dienen dem Zweck die gegensätzliche Bedeutung bei zwei Phraseologismen darzustellen und die gegensätzlichen Erscheinungen dem Leser klarer zu machen.

Die phraseologischen Synonyme wurden in dem Untersuchungsmaterial des Tagblattes „*Der Standard*“ auch vertreten: *den Preis anheben – den Preis nach oben treiben.* Das Beispiel bestätigt, dass die syntaktische Struktur der synonymen Phraseologismen nicht gleich sein muss und dass die Bedeutungsäquivalenz der Komponenten (in diesem Fall der Verben) erlaubt ist.

Die Metapher hat in den wirtschaftlichen Texten mehrere Funktionen. Sie kann als stilistisches Mittel fungieren: „*Spar hat laut Brancheninsidern unterdessen sämtliche Investitionen in Ungarn auf Eis gelegt.*“ (derStandard.at, 23.11.2014). Sie kann den Leseanreiz erwecken: „*Bayern gegen Hypo: Krise soll Österreich Milliarden retten*“ (derStandard.at, 20.11.2014).

Sie hat die pragmatische Funktion und sie kann beispielsweise in einer euphemistischen Art und Weise eingesetzt wird (vor allem in den politischen Verhandlungen): „*Die Ukraine, in der seit Monaten ein Konflikt mit prorussischen Separatisten tobt, steht am Rande der Staatspleite.*“ (derStandard.at, 21.11.2014) oder „*...sagte Draghi und schickte den Euro am Devisenmarkt damit auf Talfahrt.*“ (derStandard.at, 21.11.2014)

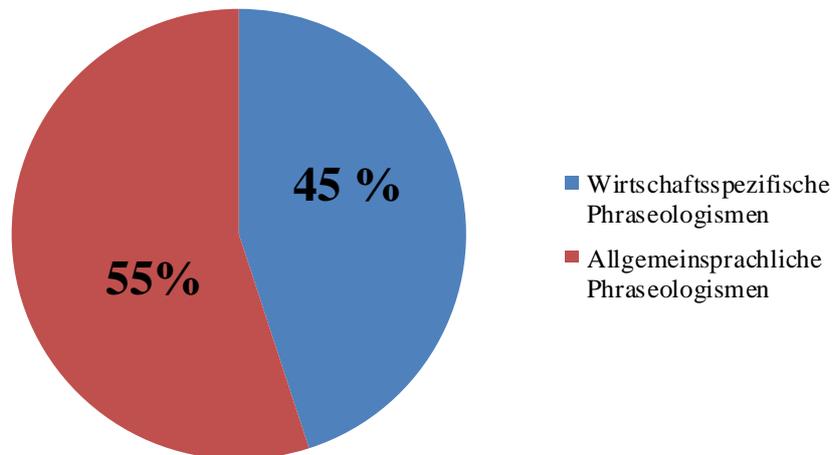
Das Gebiet der allgemeinsprachlichen Phraseologismen wurde durch folgende Beispiele bestimmt: *viel Wasser in den Wein gießen, die Hintertür öffnen lassen, grünes Licht erhalten, im Gange sein, j-m. Wind aus den Segeln nehmen, unter keinem guten Stern stehen, im Großen und Ganzen, auf dem Spiel stehen, usw.*

## **9.2 Die Presse**

In der Wirtschaftsruhrubrik der Zeitung „*Die Presse*“ hat man insgesamt 176 Phraseologismen gefunden. Das ist weniger als in dem Tagblatt „*Der Standard*“. Die Ursache des kleineren Vorkommens der Phraseologismen in „*Die Presse*“ liegt wahrscheinlich darin, dass die Artikel vor allem den informierenden Charakter aufweisen und dass sie nicht so stilistisch abwechslungsreich wie die Artikel in „*Der Standard*“ sind.

Die prozentuelle Vertretung der allgemeinsprachlichen Phraseologismen ist 55%, man hat insgesamt 96 solche Phraseologismen gefunden. Die wirtschaftsspezifischen Wendungen sind in „*Die Presse*“ im Vergleich mit „*Der Standard*“ in Minderheit. Man hat 80 Phraseologismen als wirtschaftsspezifisch bezeichnet, ihre prozentuelle Vertretung ist deshalb 45%. Die prozentuellen Werte werden in folgendem Graf abgebildet.

## Die Presse



In der online Ausgabe der Zeitung „Die Presse“ haben sich die Phraseologismen mit den Basiskomponenten *Markt* (7 Wendungen), *Geld* (6 Wendungen) und *Preis* (6 Wendungen) am häufigsten wiederholt. Es wurden drei Typen der morphosyntaktischen Strukturen erkannt.

1. Typ: Substantiv + Adjektiv: *hohe Kosten, fallende Preise, rote Zahlen.*
2. Typ: Substantiv + Verb: *das Angebot annehmen, die Börse verlassen.*
3. Typ: erweiterte verbale Phraseologismen des Typs Substantiv + Verb: *Geld in die Wirtschaft pumpen, Geld in Aktien stecken, den Euro auf Talfahrt schicken.*

In der Tageszeitung die Presse werden mehrere Beispiele der phraseologischen Antonyme und Synonyme gefunden. Die phraseologischen Antonyme wurden durch kontrastiv gegenüberstellte Bedeutung gebildet: *ins Minus drehen x im Plus liegen, die Zahl sinkt x die Zahl steigt.* Die phraseologischen Synonyme werden öfter vertreten als die Antonyme: *Euro nach unten schicken – Euro nach Talfahrt schicken, Geld fließt – Kapital fließt, rote Zahlen – im roten Bereich, Preise fallen – Preise sinken.*

Die Metapher wird in der Tageszeitung „Die Presse“ mehrmals erwähnt als in dem Tagblatt „Der Standard“. Die Metaphern hatten in den Texten unterschiedliche Funktionen, z.B.:

- Ausdruck der Ironie: *„Während der Durchschnittsbürger mit seinen Lebenshaltungskosten kämpfen muss, ist es die Priorität des Schatzkanzlers, mit Steuergeld gegen eine Bonusgrenze zu kämpfen.“* (diepresse.com, 20.11.2014) oder *„Die Türkei hängt am Tropf der launischen Finanzmärkte, die ihre Gunst den Schwellenländern entziehen...“* (diepresse.com, 23.11.2014)
- Interesse und Neugierigkeit bei dem Leser schon im Titel des Artikels erwecken: *„EZB: Draghi will die Geldschleusen öffnen.“* (diepresse.com, 21.11.2014)
- Bezeichnung der neuen Gegenstände: *„Der Tourismus sorgt weiter für helle Farben im ökonomischen Tableau.“* (diepresse.com, 23.11.2014)
- Unterstützung der Originalität des Textes: *„Auch die Jugendarbeitslosigkeit kletterte im Oktober auf 43,4 Prozent...“* (diepresse.com, 30.11.2014).

Die Phraseologismen der Allgemeinsprache wurden stärker vertreten. In folgender Übersicht werden ein paar Beispiele angeführt: *die Geduld verlieren, Wasser auf die Mühlen gießen, ein alter Hut sein, ein Dorn im Auge sein, auf der Kippe stehen, nicht im Traum auf etwas denken, wie auf Nadeln sitzen, in die falsche Richtung, usw.*

## 10 Resümee

Dieser Beitrag beschäftigt sich hauptsächlich mit der Verwendung der Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache. Die Arbeit wird in zwei Teile gegliedert.

In dem ersten kürzeren Kapitel des theoretischen Teils werden die Grundbegriffe aus dem Gebiet der Phraseologie erklärt. An dieser Stelle werden auch die Merkmale der Phraseologismen (*Polylexikalität, Stabilität, Idiomatizität* und *Reproduzierbarkeit*) beschrieben.

Das zweite Kapitel ist ganz umfangreich und umfasst das Thema der Klassifizierung der Phraseologismen. Die Klassifikation der Phraseologismen nach Harald Burger bildet den Kern dieses Kapitels. Burger unterscheidet drei Gruppen von Phraseologismen: *referentielle, strukturelle* und *kommunikative Phraseologismen*.

Das weitere Kapitel erläutert die stilistischen und pragmatischen Funktionen der Phraseologismen im Text und geht an die textbildende Potenz der Phraseologismen von Černyševa zurück.

Das Hauptthema des vierten Kapitels ist die Abgrenzung des Begriffs *Fachsprache*. Man kann hier in einem kurzen Überblick die historische Entwicklung der Fachsprachen finden. Es wird hier auch die horizontale und vertikale Gliederung der Fachsprachen abgebildet.

In dem letzten Kapitel ist man von der Studie der Phraseologismen in der deutschen Wirtschaftssprache von Michael Duhme ausgegangen. Es wird hier die Charakteristik der wirtschaftsspezifischen Phraseologismen auf mehreren Ebenen entworfen.

In dem praktischen Teil dieses Beitrags wurde eine Analyse der Phraseologismen in den Wirtschaftsrubriken der österreichischen Tagblätter „*Der*

*Standard*“ und „*Die Presse*“ durchgeführt. In der Einführung zum praktischen Teil wurde zuerst die Tätigkeit der beiden Zeitungen näher beschrieben. Es wurden hier auch die Kriterien für die Auswahl der Artikel und die Methodik der Analyse Schritt für Schritt erklärt.

Die durchgeführte Analyse hat gezeigt, dass die deutsche Wirtschaftssprache reich an die Phraseologismen ist. Es wurden insgesamt 415 Phraseologismen gefunden, davon in 216 Fällen handelte es sich um wirtschaftsspezifische Phraseologismen (z.B. *am Rande der Staatspleite stehen, Geld in die Wirtschaft pumpen, den Euro auf Talfahrt schicken*, usw.). Was die Erscheinung sonst betrifft, hat man noch 199 Phraseologismen der Allgemeinsprache gefunden (z.B. *auf dem Spiel stehen, sich die Finger verbrennen, wie auf Nadeln sitzen*, usw.). Alle Zahlenwerte werden in dem Kapitel *Schlussfolgerungen* zusammengefasst.

Zum Schluss können noch zusammenfassend die Gründe für den Einsatz der Phraseologismen in die Wirtschaftstexte erläutert werden: Anschaulichkeit, bessere Verständlichkeit, informierender und unterhaltender Charakter, Subjektivität und spezifischer Schreibstil des bestimmten Tagblattes, pragmatische Funktion der Metapher, usw.

Die durchgeführte Analyse der wirtschaftlichen Texte hat bestätigt, dass die deutsche Wirtschaftssprache reich an die wirtschaftsspezifisch orientierten phraseologischen Einheiten ist. Im Zusammenhang mit dieser Feststellung kann man dann über dem eigenständigen phraseologischen Inventar der deutschen Wirtschaftssprache sprechen. In der Zukunft wäre eine Ausweitung der Arbeit im Sinne der kontrastiven Linguistik nützlich. Man könnte in solcher Analyse das phraseologische Inventar der bedeutsamen österreichischen und tschechischen Tageszeitungen vergleichen.

## 11 Resumé

Tato práce se zabývá především specifiky frazeologismů užívaných v oblasti hospodářské němčiny. Práce je rozdělena na dvě části- teoretickou a praktickou.

Teoretická část je uvedena kratší kapitolou, která má za úkol vysvětlit nejdůležitější pojmy užívané v oblasti frazeologie. Jedná se o pojmy např. *frazeologie*, *frazeologismus*, apod. Jsou zde také podrobně popsány jednotlivé znaky frazémů: *polylexikalita*, *stabilita*, *idiomaticita*, *lexikalizace*.

Další kapitola shrnuje klasifikaci frazeologismů dle Haralda Burgera, který je rozděluje do tří větších celků. Jedná se o tyto skupiny: *referenční*, *strukturní* a *komunikativní* frazeologismy.

Základem pro výstavbu čtvrté kapitoly bylo objasnění funkce frazeologismů v textu. Funkce frazeologismů v textu je zde popsána z hlediska stylistického a pragmatického. Prostor zde byl také věnován užití frazeologismů ve specifické oblasti médií.

Hlavním tématem páté kapitoly je vymezení pojmu odborný jazyk. Hospodářský jazyk se svou terminologií nepochybně patří do oblasti odborného jazyka. V této kapitole je také krátce nastíněn historický vývoj odborného jazyka, možnosti členění odborného jazyka v rovině horizontální a vertikální dle Roelckeho, funkce a vlastnosti frazeologismů v odborných textech.

V poslední kapitole teoretické části je shrnuta Duhmeho studie vztahující se k oblasti hospodářské němčiny a užití frazeologismů v ní. Je zde také popsán charakter hospodářsky specifických frazémů.

Pro analýzu frazeologismů v hospodářské oblasti byly v praktické části této práce vybrány hospodářské rubriky dvou významných rakouských deníků „*Der Standard*“ a „*Die Presse*“. Úvod praktické části tvoří obecná

charakteristika obou zmíněných deníků a jejich bližší zaměření. Dále jsou popsána kritéria výběru článků a metodika výzkumu.

Z analýzy frazeologismů v obou hospodářských rubrikách jednoznačně vyplývá, že frazeologismy se v odborných textech tohoto typu vyskytují hojně. Jejich užití nelze považovat za zcela náhodné. Jednak bývají použity za účelem názornosti a lepšího porozumění textu, dále odborný text obohacují o jistou míru subjektivity a mohou také charakterizovat jazykový styl daného deníku. V neposlední řadě odborný text dokáže oživit, což přispívá ke zvýšení zájmu čtenářů.

Z analýzy odborných textů obou hospodářských rubrik vyplývá, že častěji bývají nasazeny frazeologismy užívané taktéž v běžném jazyce (př. *auf dem Spiel stehen, sich die Finger verbrennen, wie auf Nadeln sitzen*, atd.). Nádech odbornosti pak hospodářským textům dodávají frazeologismy specificky hospodářsky orientované, které jsou však zastoupeny v menším měřítku (př. *vor der Staatspleite stehen, Geld in die Wirtschaft pumpen, den Euro auf Talfahrt schicken*, apod.).

Celkem bylo v obou hospodářských rubrikách nalezeno 415 frazeologismů, z toho 216 z nich lze charakterizovat jako hospodářsky specifické (tato hodnota zahrnuje i frazeologismy, které byly použity vícekrát). Veškeré číselné hodnoty a procentuální zastoupení frazeologismů jsou uvedeny v kapitole *Schlussfolgerungen*. Součástí práce je také seznam hospodářsky specifických frazeologismů, seznam článků použitých při jejich analýze (v elektronické verzi) a dva příklady konkrétních článků hospodářských rubrik „*Der Standard*“ a „*Die Presse*“.

Provedená analýza potvrzuje, že německý hospodářský jazyk je bohatý, co do výskytu hospodářsky orientovaných frazeologismů. Na základě toho lze mluvit o samostatném frazeologickém inventáři německého hospodářského jazyka. Do budoucna by práce mohla být rozšířena v oblasti kontrastivní lingvistiky a mohla

by být doplněna výzkumem týkajícím se srovnání frazeologismů v hospodářských rubrikách významných českých a rakouských deníků.

## 12 Bibliographie

BURGER, Harald: *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 2010.

BURGER, Harald/BUHOFER, Annelies/SIALM, Ambros: *Handbuch der Phraseologie*. Berlin; New York: Walter de Gruyter, 1982.

DUHME, Michael: *Phraseologie der deutschen Wirtschaftssprache: Eine empirische Untersuchung zur Verwendung von Phraseologismen in journalistischen Fachtexten*. Essen: Blaue Eule, 1991.

DUDEN. *Deutsches Universalwörterbuch*. Mannheim/Leipzig/Wien/Zürich: Dudenverlag, 1996.

FLEISCHER, Wolfgang: *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut, 1982.

HOFFMANN, Lothar: *Kommunikationsmittel Fachsprache. Eine Einführung*. 3. Auflage. Berlin: Akademie-Verlag, 1987.

HÖPPNEROVÁ, Věra: *Substantivische Phraseologismen in der Fachsprache der Außenwirtschaft*. In: Adamcová, Livia (Hrsg.): *Beiträge zu Sprache und Sprachen 5. Vorträge der 11. Jahrestagung der GESUS in Bratislava*. München: Lincom Europa, 2004, S. 115-120.

HÖPPNEROVÁ, Věra: *Metafory v hospodářské němčině*. In: *Cizí jazyky* roč. 51, č. 3, 2007/2008, S. 79-82.

HÖPPNEROVÁ, Věra: *Konventionalisierte Routineformeln*. In: Spáčilová, Libuše/Ference, Anja Edith (Hrsg.): *Deutsch als Sprache der (Geistes)Wissenschaften*. Olomouc: Palacký-Universität, 2013, S. 21-30.

HRUŠKOVÁ, Gabriela: *Wirtschaftsdeutsch oder Wirtschaftsdeutsch?* In: Adamcová, Livia (Hrsg.): *Beiträge zu Sprache und Sprachen 5. Vorträge der 11. Jahrestagung der GESUS in Bratislava*. München: Lincom Europa, 2004, S. 135-138.

ISCHREYT, Heinz: *Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik*. Düsseldorf: Schwann, 1965.

KOLLER, Werner: *Redensarten. Linguistische Aspekte, Vorkommenanalysen, Sprachspiel*. Tübingen: Niemeyer, 1977.

KÜHTZ, Stefan: *Phraseologie in Fachtexten: Funktionen und analytisches Potenzial*. In: *Deutsche Sprache* 36, Heft 2, 2008, S. 176-192.

PALM, Christine: *Phraseologie: eine Einführung*. Tübingen: Gunter Narr Verlag, 1997.

ROELCKE, Thorsten: *Fachsprachen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag, 1999.

SABBAN, Annette: *Textbildende Potenzen von Phrasemen*. In: Burger, Harald/Dobrovolskij, Dimitrij/Kühn, Peter/Norrick, Neal R. (Hrsg.): *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*, Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2007, 237-253.

SCHIPPAN, Thea: *Lexikologie der deutschen Gegenwartssprache*. Tübingen: Max Niemeyer, 1992.

SKOG-SÖDERSVED, Mariann: *Phraseologismen in den Printmedien*. In: Burger, Harald/Dobrovolskij, Dimitrij/Kühn, Peter/Norrick, Neal R. (Hrsg.): *Phraseologie. Ein internationales Handbuch der zeitgenössischen Forschung*, Berlin/New York: Walter de Gruyter, 2007, 269-275.

## **13 Internetquellen**

LINGUEE. Redaktionelles Wörterbuch. Online verfügbar unter [www.linguee.de](http://www.linguee.de) (letzter Zugriff am 7.12.2014). (zum Nachschlagen)

DIE PRESSE. Online verfügbar unter [diepresse.com](http://diepresse.com) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

DER STANDARD. Online verfügbar unter [derStandard.at](http://derStandard.at) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

REDENSARTEN-INDEX. Wörterbuch für Redensarten, Redewendungen, idiomatische Ausdrücke, feste Wortverbindungen. Online verfügbar unter [www.redensarten-index.de](http://www.redensarten-index.de) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

WIKIPEDIA. Online verfügbar unter [de.wikipedia.org](http://de.wikipedia.org) (letzter Zugriff am 7.12.2014).

## 14 Anhang

### 1 Der Standard (online Ausgabe)

#### Schlumberger liebäugelt mit Preiserhöhung

**Sekthersteller Schlumberger hat im ersten Halbjahr weniger Verlust gemacht und plant Mitte 2015 Preisanpassungen**

Wien - Der börsennotierte Sekthersteller Schlumberger hat im ersten Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres 2014/15 (per Ende September) weniger Verlust gemacht und ist operativ leicht ins Plus gedreht. Der Umsatz sank. Belastungen gibt es neben der Sektsteuer in Österreich unter anderem auch durch höhere Weinpreise. Ab Mitte 2015 könnten daher die Schaumwein-Preise erhöht werden.

Der Konzernverlust verringerte sich im ersten Halbjahr 2014/15 auf 853.000 Euro, nach 910.000 Euro im Vorjahreszeitraum, geht aus dem heute, Freitag, veröffentlichten Zwischenbericht hervor. Das Betriebsergebnis (Ebit) drehte ins Plus und betrug 14.000 Euro, nach einem Minus von 34.000 Euro. Der Umsatz sank um 6,6 Prozent auf 83,1 Mio. Euro.

Preisanpassungen seien in Vorbereitung, sollen aber erst im kommenden Wirtschaftsjahr umgesetzt werden, heißt es im Halbjahresbericht. Das Geschäftsjahr 2014/15 läuft bis Ende März. Ab Mitte 2015 könnte es zu Schaumwein-Preiserhöhungen kommen, hieß es aus dem Unternehmen heute zur APA. Bei den Rohstoffpreisen sei keine Entspannung zu erwarten. Neben den durch die schwache Weinernte teilweise erneut gestiegenen Weinpreisen seien weitere dauerhafte Kostenbelastungen eingetreten, schreibt Schlumberger im Halbjahresbericht.

#### **Keine verlässliche Prognose**

Aufgrund der Dominanz des Weihnachtsgeschäfts ließen die Zahlen zum 30. September keine "verlässliche Prognose auf die wahrscheinliche Umsatzhöhe und das Ergebnis" im Gesamtjahr zu. Der einmalige Effekt der Eindeckungseinkäufe

im Vorjahr sowie die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen ließen jedoch für das zweite Halbjahr Rückgänge bei Umsatz und Ergebnis gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres erwarten.

Weiterführende Maßnahmen zur mittelfristigen Stabilisierung des Ertrags seien bereits in Ausarbeitung. Geprüft würden beispielsweise Optimierungen bei den Abläufen, so ein Sprecher. Grundsätzlich sei Schlumberger gut aufgestellt.

In Österreich sank der Außenumsatz laut Halbjahresbericht 12,1 Prozent auf 44,4 Mio. Euro. Die Umsätze im Kernmarkt Österreich seien als Folge der Eindeckungskäufe des Handels im Vorfeld der Alkoholsteuer-Erhöhung und der "Wiedereinführung der wettbewerbsverzerrenden Sektsteuer" auch im zweiten Quartal 2014/15 erwartungsgemäß rückläufig gewesen.

## **2 Die Presse (online Ausgabe)**

### **Italien: Kein Geld für Weihnachtsgeschenke**

**Die Arbeitslosigkeit in Italien hat ein Rekordhoch erreicht, die Menschen müssen bei Geschenken sparen.**

**Rom.** Mageres Weihnachten in Italien. Im Dezember wird jede italienische Familie für Weihnachten durchschnittlich 400 Euro ausgeben, das sind acht Prozent weniger als im ohnehin schon schwierigen Dezember 2013, ergab eine Studie der Wirtschaftsberatung Deloitte. 2009 hatten die italienischen Familien noch 665 Euro für Weihnachten ausgeben.

Ein Grund für die Sparsamkeit ist zweifellos die steigende Arbeitslosigkeit. Sie erreichte im Oktober dieses Jahres 13,2 Prozent. Das war ein Plus von 2,7 Prozent im Vergleich zum September 2014 und eine Steigerung um 9,2 Prozent im Vergleich zum Oktober 2013. 13,2 Prozent Arbeitslosigkeit bedeuten auch einen traurigen Rekord: Noch nie seit Beginn der Erhebungen im Jahr 1977 war die Zahl so hoch. Insgesamt waren 3,4 Millionen Italiener ohne Job.

Auch die Jugendarbeitslosigkeit kletterte im Oktober auf 43,4 Prozent, das sind um 1,9 Prozentpunkte mehr als im Vergleichsmonat 2013. 708.000 Jugendliche zwischen 15 und 24 Jahren sind auf Arbeitssuche.

Im täglichen Leben bedeutet das einen grundlegenden Wechsel im Einkaufsverhalten. Die Menschen sparen nicht nur bei Weihnachtseinkäufen, sondern auch bei Ausgaben für Reisen und für Lebensmittel. „Es geht nicht mehr nur um einen Konsumrückgang. Das Verhalten des Verbrauchers hat sich in Italien zutiefst geändert. Der Konsumismus ist vorbei. Krise und technologische Innovation haben zu einem tiefen Wandel der Konsumgewohnheiten geführt“, sagte der Wirtschaftsexperte Dario Righetti der Mailänder Zeitung „Sole 24 Ore“.

### **Weihnachtsgeld für die Steuer**

Laut Righetti verzichten sechs von zehn Konsumenten auf Impulseinkäufe. Rabatte werden zu entscheidenden Faktoren bei der Wahl eines

Weihnachtsgeschenkes, bei dem man auch stark auf Qualität achte. Beim Erwerb der Weihnachtsgeschenke greifen die Italiener immer mehr auf E-Commerce zurück. Das Weihnachtsgeld, das die Italiener einsparen, dient vor allem der Zahlung von Rechnungen und Steuern.

### **3 Liste der Artikel – Der Standard**

Der Standard: *Bayern gegen Hypo: Krise soll Österreich Milliarden retten.*  
Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008436565/Bayern-gegen-Hypo-Krise-soll-Oesterreich-Milliarden-retten> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Raiffeisen-Chef erwartet Verluste.* Online verfügbar unter:  
<http://derstandard.at/2000008414905/Raiffeisen-Chef-erwartet-Verluste> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Deutsche Regierung will kein absolutes Frackingverbot.* Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008400061/Deutsche-Regierung-will-kein-absolutes-Fracking-Verbot> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Commerzbank verrechnet künftig Negativzinsen.* Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008404086/Commerzbank-plant-Strafzinsen-fuer-Grosskunden> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *VAE verbieten Banken Geschäfte mit Islamisten.* Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008422942/VAE-verbieten-Banken-Geschaeftemit-Islamisten> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Weihnachtsgeschäft: Schneller und frühe.* Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008424289/Weihnachtsgeschaeft-duerfte-stabil-bleiben> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Viele deutsche Versorger senken Strompreise.* Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008410343/Deutsche-Strompreise-sinken-erstmals-seit-14-Jahren> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Aufruhr über Schweizer Gold-Abstimmung.* Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008336282/Schweizer-Goldvotum-Barren-zaehlen-mit-den-Eidgenossen> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Hartz IV: EuGH strenger als bei Mindestpension*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008364936/EU-Gericht-bei-Hartz-IV-strenger-als-bei-Mindestpension> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Preise für Skipässe zeigen steil nach oben*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008359487/Preise-fuer-Ski-Paesse-zeigen-steil-nach-oben> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *Konzerne: Verborgene Wachstumskaiser*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008429830/Unternehmen-Verborgene-Wachstumskaiser> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *IWF: Ukraine verkauft massiv Gold*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008452515/IWF-Ukraine-verkauft-massiv-Gold> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Generali will Fitnessdaten der Kunden sammeln*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008451132/Generali-will-Fitnessdaten-der-Kunden-sammeln> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Alibaba-Anleihen feiern spektakuläres Debüt*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008453377/Alibaba-Anleihen-feiern-spektakulaeres-Debuet> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Heimische Energiepreise auf Dreijahrestief*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008455516/Energiepreise-in-Oesterreich-auf-Drei-Jahres-Tief> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Baumax unter Verkaufsdruck*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008477391/Obi-hat-offenbar-Interesse-an-Baumax> (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Der Standard: *VW will kräftig sparen und kräftig investieren*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008481279/VW-will-kraeftig-sparen-und-kraeftig-investieren> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *EZB-Chef will wegen niedriger Inflation handeln*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008451655/EZB-Chef-will-wegen-niedriger-Inflation-handeln>(letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Aldi will nach China expandieren*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008424804/Aldi-will-nach-China-expandieren> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Russland erwägt Kürzung der Ölförderung*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008474248/Russland-erwaegt-Kuerzung-der-Oelfoerderung> (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Der Standard: *Turkish Airlines prüft Ausweitung in Österreich*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008527009/Turkish-Airlines-glaubt-an-die-Expansion> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Kapitalismuskritiker stürmten EZB*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008517293/Kapitalismuskritiker-stuermtten-EZB-in-Frankfurt> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Stabilitätspakt: Rom entgeht EU-Strafverfahren*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008523536/Rom-entgeht-Bruesseler-Strafverfahren> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *EU-Parlament will Google & Co zerschlagen*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008500523/EU-Parlament-will-Google-zerschlagen> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Neue Belastungen für heimische Stromkunden*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008516592/EEG-bringt-neue-Belastungen-fuer-Stromkunden> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Deutscher Bahn droht Super-Streik*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008518690/Deutscher-Bahn-drohen-erneut-Streiks> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Neue Steuer in Ungarn wird für Spar teuer*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008517102/Neue-Steuer-in-Ungarn-wird-fuer-Spar-teuer> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Petrus lehnt IFM-Angebot vorerst ab*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008504671/Petrus-hebt-bei-Fonds-Angebot-nicht-ab> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *EU-Investitionspaket: Schlüsselrolle für EIB*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008518336/EU-Investitionspaket-Schlueselrolle-fuer-EIB> (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Der Standard: *Verkauf der Hypo-Balkanbanken an Advent vorerst geplatzt*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008763701/Verkauf-der-Hypo-Balkanbanken-an-Advent-fuers-erste-geplatzt> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Steuertipps: Geldwerte Post für das Finanzamt*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008711791/Steuertipps-Geldwerte-Post-fuer-das-Finanzamt> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Konsumboykott statt Black-Friday-Kaufrausch*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008748377/Konsumboykott-statt-Black-Friday-Kaufrausch> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Bausparer halten der Sparform die Treue*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008733553/Bausparer-halten-der-Sparform-die-Treue> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Dax & Co. steuern auf neue Rekorde zu*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008800447/Dax-Co-steuern-auf-neue-Rekorde-zu> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Russische Regierung erwartet Rezession*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008776341/Russische-Regierung-richtet-sich-auf-Rezession-ein> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Schlumberger liebäugelt mit Preiserhöhung*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008753602/Schlumberger-liebaeugelt-mit-Preiserhoehung> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Opec-Minister lassen die Ölpreise weiter fallen*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008707970/Oelpreise-sackt-vor-Opec-Treffen-ein> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Börsenplatz Schanghai überholt Tokio*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008748280/Boersenplatz-Shanghai-ueberholt-Tokio> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Apfelbauern leiden unter geringen Preisen*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008746709/Apfelbauern-leiden-unter-geringen-Preisen> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Der Standard: *Thyssen präsentiert Lift, der seitwärts fährt*. Online verfügbar unter: <http://derstandard.at/2000008738495/Thyssen-praesentiert-Lift-der-seitwaerts-faehrt> (letzter Zugriff am 30.11.2014).

## 4 Liste der Artikel – Die Presse

Die Presse: *Bankerboni: Rückschlag für London*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600460/Bankerboni\\_Ruckschlag-fur-London?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600460/Bankerboni_Ruckschlag-fur-London?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Silicon Valley: Wer kein fan ist, ist ein Feind*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600540/Silicon-Valley\\_Wer-kein-Fan-ist-ist-ein-Feind?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600540/Silicon-Valley_Wer-kein-Fan-ist-ist-ein-Feind?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Sport aus der Flasche: Nestlé arbeitet am „heiligen Gral“*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600208/Sport-aus-der-Flasche\\_Nestle-arbeitet-am-heiligen-Gral?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600208/Sport-aus-der-Flasche_Nestle-arbeitet-am-heiligen-Gral?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Diskonter Aldi will nach China expandieren*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600223/Diskonter-Aldi-will-nach-China-expandieren?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600223/Diskonter-Aldi-will-nach-China-expandieren?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Ukraine beschert Raiffeisen Verlust*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4600510/Bilanz\\_Ukraine-beschert-Raiffeisen-Verlust?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4600510/Bilanz_Ukraine-beschert-Raiffeisen-Verlust?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *EuGH-Urteil: Mehrkosten für Telekom Austria*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4600426/EuGHUrteil\\_Mehrkosten-fur-Telekom-Austria?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4600426/EuGHUrteil_Mehrkosten-fur-Telekom-Austria?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Orbán: Wachstum durch Kaufkraft*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600492/Orban\\_Wachstum-durch-Kaufkraft?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600492/Orban_Wachstum-durch-Kaufkraft?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Rekordjahr bei Firmenanleihen*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4600421/Rekordjahr-bei-Firmenanleihen?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4600421/Rekordjahr-bei-Firmenanleihen?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Händler dürfen mit Rabattgutscheinen der Konkurrenz werben*.  
Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600372/Haendler-duerfen-mit-Rabattgutscheinen-der-Konkurrenz-werben?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4600372/Haendler-duerfen-mit-Rabattgutscheinen-der-Konkurrenz-werben?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Tourismus boomt trotz ausbleibender Russen*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4599909/WienTourismus-boomt-trotz-ausbleibender-Russen?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4599909/WienTourismus-boomt-trotz-ausbleibender-Russen?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 20.11.2014).

Die Presse: *Versicherung: Darf man gesund leben belohnen?* Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601608/Versicherung\\_Darf-man-gesund-leben-belohnen?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601608/Versicherung_Darf-man-gesund-leben-belohnen?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Geheimaktion: Niederlande holen Gold aus USA heim*. Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601611/Geheimaktion\\_Niederlande-holen-Gold-aus-USA-heim?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601611/Geheimaktion_Niederlande-holen-Gold-aus-USA-heim?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Handel: Mit dem Fahrrad gegen Amazon*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601621/Handel\\_Mit-dem-Fahrrad-gegen-Amazon?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601621/Handel_Mit-dem-Fahrrad-gegen-Amazon?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Schweiz: Wirtschaftsforscher warnen vor „Goldinitiative“*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/oekonomenstimme/4600401/Schweiz\\_Wirtschaftsforscher-warnen-vor-Goldinitiative](http://diepresse.com/home/wirtschaft/oekonomenstimme/4600401/Schweiz_Wirtschaftsforscher-warnen-vor-Goldinitiative) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *„Konjunktur-Airbag Ölpreis“: Deutschland spart 35 Mrd. Euro*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601202/KonjunkturAirbag-Ölpreis\\_Deutschland-spart-35-Mrd-Euro?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601202/KonjunkturAirbag-Ölpreis_Deutschland-spart-35-Mrd-Euro?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Hochegger will Kronzeugen vor Gericht bringen*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601576/Hochegger-will-Kronzeugen-vor-Gericht-bringen?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601576/Hochegger-will-Kronzeugen-vor-Gericht-bringen?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *EZB: Draghi will die Geldschleusen öffnen*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601610/EZB\\_Draghi-will-die-Geldschleusen-offnen?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601610/EZB_Draghi-will-die-Geldschleusen-offnen?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Agrarwirtschaft: jeden Tag sperren sechs Bauernhöfe zu*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601592/Agrarwirtschaft\\_Jeden-Tag-sperren-sechs-Bauernhofe-zu?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4601592/Agrarwirtschaft_Jeden-Tag-sperren-sechs-Bauernhofe-zu?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Ackermann soll die größte Bank Zypern retten*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601655/Ackermann-soll-die-grosste-Bank-Zyperns-retten?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601655/Ackermann-soll-die-grosste-Bank-Zyperns-retten?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *EU-Parlament erwägt offenbar Zerschlagung von Google nach*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601795/EUParlament-erwaegt-offenbar-Zerschlagung-von-Google-nach?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601795/EUParlament-erwaegt-offenbar-Zerschlagung-von-Google-nach?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 21.11.2014).

Die Presse: *Goldman Sachs: „Euro fällt in zwölf Monaten auf 1,15 Dollar“*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4602172/Goldman-Sachs-Euro-faellt-in-zwolf-Monaten-auf-115-Dollar?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4602172/Goldman-Sachs-Euro-faellt-in-zwolf-Monaten-auf-115-Dollar?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Wie man in der Türkei seinen Weg bahnt*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4602183/Wie-man-in-der-Turkei-seinen-Weg-bahnt?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4602183/Wie-man-in-der-Turkei-seinen-Weg-bahnt?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Holland Blumen Mark: 34 von 85 Standorte vor dem Aus*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4602510/Holland-Blumen-Mark\\_34-von-85-Standorte-vor-dem-Aus?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4602510/Holland-Blumen-Mark_34-von-85-Standorte-vor-dem-Aus?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Steuerflucht: Schäuble warn „wirtschaftliche Eliten“*. Online verfügbar unter: [http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4602063/Steuerflucht\\_Schauble-warnt-wirtschaftliche-Eliten?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4602063/Steuerflucht_Schauble-warnt-wirtschaftliche-Eliten?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Deutschen Grünen ist es „herlich egal“, wann jemand Fleisch isst.*

Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601817/Deutschen-Grünen-ist-es-herzlich-egal-wann-jemand-Fleisch-isst?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601817/Deutschen-Grünen-ist-es-herzlich-egal-wann-jemand-Fleisch-isst?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Analyse: Zynismus des Kanzlers.* Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4602150/Analyse\\_Zynismus-des-Kanzlers-\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4602150/Analyse_Zynismus-des-Kanzlers-_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Studie: Reichtum von Frauen wächst.* Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601579/Studie\\_Reichtum-von-Frauen-waechst?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601579/Studie_Reichtum-von-Frauen-waechst?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Ultrareiche der Welt werden noch reicher.* Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601271/Ultrareiche-der-Welt-werden-noch-reicher?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601271/Ultrareiche-der-Welt-werden-noch-reicher?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Bahnsteuerung: Züge sollen Stop-and-go vermeiden.* Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/energie/4601571/Bahnsteuerung\\_Zuge-sollen-Stopandgo-vermeiden?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/energie/4601571/Bahnsteuerung_Zuge-sollen-Stopandgo-vermeiden?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Expertenbericht: TTIP keine Wunderwaffe gegen die Krise.* Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601652/Expertenbericht\\_TTI-P-keine-Wunderwaffe-gegen-die-Krise?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4601652/Expertenbericht_TTI-P-keine-Wunderwaffe-gegen-die-Krise?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 23.11.2014).

Die Presse: *Lufthansa-Piloten streiken Montag und Dienstag*. Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4608210/LufthansaPiloten-streiken-Montag-und-Dienstag-?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4608210/LufthansaPiloten-streiken-Montag-und-Dienstag-?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Gold: Totgesagte glänzen länger*. Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607944/Gold\\_Totgesagte-glaenzen-laenger?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607944/Gold_Totgesagte-glaenzen-laenger?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Gewinner und Verlierer der Ölschwemme*. Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607926/Gewinner-und-Verlierer-der-Olschwemme?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607926/Gewinner-und-Verlierer-der-Olschwemme?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Verkauf der Hypo-Osttöchter geplatzt*. Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4607417/Verkauf-der-HypoOsttochter-geplatzt?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4607417/Verkauf-der-HypoOsttochter-geplatzt?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Mario Draghis fröhliche Gelddruckerei*. Online verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/boerse/money/4607894/Mario-Draghis-frohliche-Gelddruckerei?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/boerse/money/4607894/Mario-Draghis-frohliche-Gelddruckerei?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Milchkartell: Und was bekommt der Konsument?* Oline verfügbar unter:

[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4607195/Milchkartell\\_Und-was-bekommt-der-Konsument?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4607195/Milchkartell_Und-was-bekommt-der-Konsument?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Frau an Bord! Was Quoten bringen.* Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607436/Frau-an-Bord-Was-Quoten-bringen?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607436/Frau-an-Bord-Was-Quoten-bringen?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: Konjunktur: *Siechtum statt Wachstum.* Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4607450/Konjunktur\\_Siechtum-statt-Wachstum?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4607450/Konjunktur_Siechtum-statt-Wachstum?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: *Jeder dritte Betrieb plant Jobabbau.* Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4605126/Jeder-dritte-Betrieb-plant-Jobabbau?direct=4607450&\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/economist/4607450/index.do&selChannel](http://diepresse.com/home/wirtschaft/economist/4605126/Jeder-dritte-Betrieb-plant-Jobabbau?direct=4607450&_vl_backlink=/home/wirtschaft/economist/4607450/index.do&selChannel) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

Die Presse: Italien: *Kein Geld für Weihnachtsgeschenke.* Online verfügbar unter:  
[http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607378/Italien\\_Kein-Geld-fur-Weihnachtsgeschenke?\\_vl\\_backlink=/home/wirtschaft/index.do](http://diepresse.com/home/wirtschaft/international/4607378/Italien_Kein-Geld-fur-Weihnachtsgeschenke?_vl_backlink=/home/wirtschaft/index.do) (letzter Zugriff am 30.11.2014).

## 15 Annotation

Příjmení a jméno autora	Bc. Eva Hnidáková
Název katedry a fakulty	Katedra germanistiky, Filozofická fakulta, Univerzita Palackého v Olomouci
Název diplomové práce	Phraseme in der Wirtschaftsrubrik der Zeitungen „Die Presse“ und „Der Standard“
Vedoucí diplomové práce	Mgr. Michaela Kaňovská, Ph.D.
Počet znaků	113 484
Počet příloh	2 (v elektronické podobě 4)
Počet titulů použité literatury	18
Klíčová slova	frazeologismy, klasifikace frazeologismů, odborný jazyk, hospodářská němčina

Tato práce se zabývá výskytem frazeologismů v hospodářských rubrikách rakouských deníků „*Der Standard*“ a „*Die Presse*“. Je rozdělena do dvou částí. Teoretická část vysvětluje problematiku frazeologie jako lingvistické disciplíny, obecně jsou zde také popsána kritéria klasifikace frazeologismů. Práce se soustřeďuje především na charakteristiku odborného jazyka v oblasti hospodářské němčiny, kde sehraává důležitou roli užití hospodářsky specifických frazeologismů. Praktická část je výsledkem analýzy, při které bylo zkoumáno zastoupení frazeologismů v hospodářských rubrikách dvou významných rakouských deníků.

The theses deals with the occurrence of phrasemes in economic sections of Austrian newspaper „*Der Standard*“ and „*Die Presse*“. It contains two major parts. The theoretical part explains the problems of phraseology as a linguistic discipline, there are described the criteria for classification of phrases as well. The theses primarily focuses on the characteristics of technical language in the field of business German language. Further, the practical part reflects results of the analysis, which was aimed at representation of phrasemes in economic sections of two major Austrian dailies.