

Pécsi Tudományegyetem
Bölcsészettudományi Kar
Nyelvtudományi Doktori Iskola
Alkalmazott Nyelvészet Program

Csányi Eszter

**Frazeologizmusok a német gazdasági sajtóban,
helyük a gazdasági szaknyelv elsajátításában**

Doktori (PhD) értekezés

Témavezető: Dr. Borgulya Istvánné CSc

Pécs
2017

Köszönetnyilvánítás

Mindenek előtt köszönettel tartozom témavezetőmnek, Dr. Borulya Istvánnénak, aki szakértelmével, kritikai észrevételeivel és baráti tanácsaival segítette munkámat. Kérdéseimmel, ötleteimmel bármikor fordulhattam hozzá, mindig volt számomra egy biztató szava, amely az olykor kilátástalannak tűnő utamon előre mozdított és a dolgozat megírásához eljuttatott.

Köszönöm a BGE PSZK Könyvtárosainak a szakirodalom beszerzésében nyújtott óriási segítségüket.

Köszönettel tartozom Családomnak és Barátaimnak, akik mindvégig hittek bennem és mellettem álltak.

Doktori értekezés benyújtása és nyilatkozat a dolgozat eredetiségéről

Alulírott

név: **Csányi Eszter**

születési név: ua.

anyja neve: Plank Annamária

születési hely, idő: Baja, 1972. március 7.

**Frazeologizmusok a német gazdasági sajtóban, helyük a gazdasági szaknyelv
elsajátításában**

című doktori értekezésemet a mai napon benyújtom a(z)

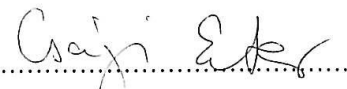
Pécsi Tudományegyetem Nyelvtudományi Doktori Iskola Alkalmazott Nyelvészeti Doktori Programjához.

Témavezető neve: Dr. Borgulya Istvánné CSc

Egyúttal nyilatkozom, hogy jelen eljárás során benyújtott doktori értekezésemet

- korábban más doktori iskolába (sem hazai, sem külföldi egyetemen) nem nyújtottam be,
 - fokozatszerzési eljárásra jelentkezésemet két éven belül nem utasították el,
 - az elmúlt két esztendőben nem volt sikertelen doktori eljárásom,
 - öt éven belül doktori fokozatom visszavonására nem került sor,
- értekezésem önálló munka, más szellemi alkotását sajátomként nem mutattam be, az irodalmi hivatkozások egyértelműek és teljesek, az értekezés elkészítésénél hamis vagy hamisított adatokat nem használtam.

Dátum: Budapest, 2017. január 30.


.....
doktorjelölt aláírása

Témavezetői nyilatkozat a dolgozat benyújtásához

Alulírott Borgulya Istvánné dr. nyilatkozom, hogy **Csányi Eszter** doktorjelölt **Frazeologizmusok a német gazdasági sajtóban, helyük a gazdasági szaknyelv elsajátításában**

című doktori értekezését megismertem, nyilvános vitára bocsátását támogatom.

Dátum: Pécs, 2017. január 15.

Handwritten signature of Borgulya Istvánné in cursive script, written in black ink. The signature is positioned above a horizontal dotted line.

témavezető aláírása

TARTALOM

Bevezetés.....	8
1. A frazeologizmusok.....	15
1.1. A frazeológiában használt fogalmak.....	15
1.1.1. A frazeológia.....	16
1.1.2. A frazémák, a frazeológiai egységek, az állandósult szókapcsolatok és a frazeologizmusok.....	17
1.1.3. A frazeológiai egységek kutatástörténete.....	19
1.1.4. A frazeológiai egységek funkciója és csoportosítása.....	21
1.2. A frazeologizmusok jellemzői.....	24
1.2.1. Polilexikalitás.....	25
1.2.2. Lexikális, pszicholingvisztikai, strukturális, pragmatikai rögzültség.....	26
1.2.3. Idiomatikus jelleg.....	28
1.3. A frazeologizmusok osztályozása.....	30
1.3.1. Szólások / közmondások.....	32
1.3.2. Szóláshasonlatok.....	37
1.3.3. Szituatív klisék.....	39
1.3.4. Közhelyek.....	39
1.3.5. Funkcióigés kapcsolatok.....	40
1.3.6. Kollokációk.....	41
1.3.7. Onimikus frazeologizmusok.....	42
1.3.8. Frazeológiai terminusok.....	43
1.3.9. Páros frazeologizmusok.....	44
1.3.9.1. Modellértékű kapcsolatok.....	44
1.3.9.2. Ikerformulák.....	44
1.3.10. Szállóigék.....	45
1.4. Részkonklúzió.....	47
2. A szaknyelvek és a gazdasági szaknyelv.....	49
2.1. A szaknyelv definiálása, jellemzői és helye a nemzeti nyelven belül.....	49
2.1.1. A szaknyelvek definiálása.....	49

2.1.2.	A szaknyelvek jellemzői	55
2.1.3.	A szaknyelvek helye a nemzeti nyelven belül	59
2.2.	A szaknyelv horizontális és vertikális tagozódása	62
2.2.1.	Horizontális tagozódás	62
2.2.2.	Vertikális tagozódás	64
2.3.	A gazdasági szaknyelv.....	67
2.3.1.	A gazdasági szaknyelv definiálása	67
2.3.2.	A gazdasági szaknyelv horizontális és vertikális tagozódása	69
2.4.	A gazdasági szaknyelv a gazdasági sajtóban.....	73
2.5.	Részkonklúzió	81
3.	Német gazdasági frazeologizmusok az írott szaksajtóban.....	83
3.1.	Az empirikus kutatás lehatárolása, módszere és a korpusz	83
3.2.	A mintában előforduló gazdasági frazeologizmusok szemantikai elemzése.....	92
3.3.	A mintában előforduló gazdasági frazeologizmusok morfológiai elemzése.....	110
3.3.1.	Főnévi frazeologizmusok	111
3.3.2.	Igei frazeologizmusok	112
3.3.3.	Szinonimák és antonimák a vizsgált korpuszban.....	120
3.4.	Részkonklúzió	123
4.	Német gazdasági frazeologizmusok a gazdasági szaknyelv oktatásában	126
4.1.	A kutatás célja, hipotézisek	126
4.2.	A minta	127
4.3.	Az eljárás	128
4.4.	A kutatás eredményei	133
4.5.	Részkonklúzió	141
5.	Frazeodidaktikai helyzetjelentés	144
5.1.	A frazeodidaktika a szaknyelvek oktatásában	144
5.2.	A frazeologizmusok szerepe az idegen nyelvek oktatásában	146
5.3.	A frazeologizmusok tanításának időzítése az idegen nyelvek oktatásában.....	148
5.4.	A tanítandó frazeologizmusok kiválasztása tanítás módszere.....	150
5.5.	A frazeológiai tanítás módszere	153

5.6.	Részkonklúzió	158
6.	Összegezés és kitekintés	159
6.1.	Összefoglalás és javaslatok az oktatás fejlesztésére.....	159
6.2.	Kitekintés.....	165
7.	Német nyelvű összefoglaló	167
8.	Irodalom.....	175
9.	Melléklet	191
9.1.	Mikrokutatás szaksajtó	191
9.2.	Mikorkutatás szaksajtó – Válaszok	192
9.3.	Frazeológiai felmérő teszt	193
9.4.	A gyűjtött gazdasági kifejezések glosszáriuma	196
9.4.1.	Kigyűjtött frazeologizmusok / <i>Gazdasági frazeologizmusok</i>	196
9.4.2.	Gazdasági frazeologizmusok listája ABC-ben.....	214
9.4.3.	Gazdasági frazeologizmusok listája szófajok szerint.....	221
9.4.4.	A forrás-lapok vizsgált cikkei	228

Bevezetés

A frazeologizmusokkal a nyelvtudomány művelőinek sokasága foglalkozik. Gazdag szakirodalom tanúskodik erről számos nyelv, például az angol, a német, vagy a magyar nyelv vonatkozásában. Az írásokban a frazeologizmusok többféle aspektusa rajzolódik ki, kezdve a kommunikációs funkciótól (Hessky Regina 1987, Burger 1998, Bańczerowski Janusz 2012), a nyelvészeti és néprajzi, illetve irodalmi művekben betöltött jellemzőkön át (Hadrovics 1995, Balázs 2004) egészen a vonzatfelvevő képességükig (Forgács Tamás 2007). Lényegesen szűkebb azonban azoknak a kutatási eredményeknek a köre, amelyek az egyes szaknyelvekre vonatkoznak. Dolgozatom e témakörből, a gazdasági szaknyelvből meríti tárgyát, a német nyelvre összpontosítva a kutatást.

A választás indítéka oktatási kötődésében keresendő: 2001 óta gazdasági szaknyelvet tanítok a Budapesti Gazdasági Egyetemen (régén: Budapesti Gazdasági Főiskola), a Pénzügyi és Számviteli Karon, Pénzügy és számvitel, Emberi erőforrások, Gazdálkodási és menedzsment szakos hallgatóknak. E tárgykörben tankönyveket, illetve nyelvkönyveket is készítettem (Csányi Eszter/Magyar Gézáné 2010, Csányi 2010, Csányi/Magyar Gézáné 2011, Csányi 2011, Csányi/Magyar Gézáné 2013). Oktatói munkám tette világossá számomra, hogy a frazeologizmusok a szaknyelv-elsajátítás fontos elemei – az idegen nyelvek tanulásában és tanításában külön odafigyelést igényelnek.

A gazdasági szaknyelv egy-egy nemzeti nyelv szókincsében roppant gazdag szegmens, s meglehetősen sok részterületre osztható fel. Szegmentálható a gazdasági folyamatok két nagy területe, a makró- és a mikrogazdaság mechanizmusaitól kiindulva, így beszélhetünk a makró- és a mikrogazdaság szaknyelvéről. Kiindulási alap lehet a gazdasági tevékenységet folytató szervezet, a vállalat. Így eljuthatunk pl. a termelés, az értékesítés, a logisztika illetve tovább bontva a vállalati marketing, a kereskedelem, a vállalati pénzügyek, a jog, a vevőszolgálat stb. szaknyelvéhez.

Felosztási alapot képezhetnek a vállalatvezetés funkcionális területei is. Ez a megközelítés elvezet a vállalati tervezés, szervezés, ellenőrzés stb. szaknyelvéhez. A sor tovább folytatható a vállalati gazdálkodás és menedzsment (anyag-/készlet-, munkergazdálkodás, humán erőforrás menedzsment) tevékenységeihez kapcsolódó szaknyelv-alcsoportokkal.

Egészen más megközelítést jelent a gazdasági élethez kötődő szövegek típusai, műfajai szerinti tagolás. A makrogazdasághoz kötődő tipikus szövegműfajoknak tekinthetők például a makrogazdasági mutatók alakulását elemző tanulmányok, a nemzetgazdasági mutatók összehasonlítását célzó országtanulmányok, vagy a pénzügyi elemzések. A vállalati szférának is léteznek jól elkülöníthető szövegtípusai. Ilyenek a vállalati stratégiai terv, az éves beszámoló, az értekezletekre készülő előterjesztések, a tárgyalási jegyzőkönyvek stb. A szövegtípusok szerinti megkülönböztetés juttat el bennünket a gazdasági sajtó műfajaihoz is.

Dolgozatom a gazdasági sajtóra összpontosít. A vizsgálatot tehát egy-egy szélesebb gazdasági szakmai érdeklődésű célcsoportokhoz intézett, publikus szövegekre korlátozom. A gazdasági sajtó a gazdasági szaknyelv használatának viszonylag szűk és jól lehatárolható területe. Gazdasági szakfolyóiratokban, napilapok, periodikák gazdasági rovataiban megjelent írásokat sorolunk ide. Minthogy publikus, a kutatás számára hozzáférhető (ellentétben például a vállalatok nem publikus, hanem belső használatra szánt írott anyagaival, amelyeket a vállalatok vezetői nem szívesen adnak át kutatási célokra). A gazdasági sajtó jelentősége ugyanakkor nagy, hiszen a gazdasági élet eseményeiről tájékozódás fontos forrása.

Egy 25 felsőfokú végzettséggel rendelkező szakember (főiskolai/egyetemi oktató, coach, német leányvállaltnál dolgozó ügyvezető igazgató, tudományos kutató, vállalkozás menedzser) körében elvégzett mikrokatatás¹ eredményeiből kiderült, hogy a megkérdezettek 92%-a (25/23 fő) nap, mint nap használja a német gazdasági sajtót, ezen belül 44% (25/11 fő) gazdasági szaktanulmányokat is olvas. Az „Ígénybe veszi-e a szaksajtóban megjelent írásokat egy-egy cikk/tanulmány v. egyéb tudományos mű elkészítésekor?” kérdésre a válaszadók 76%-a válaszolt igennel. Tehát a gazdasági sajtóban megjelenő cikkek közelebbi vizsgálata mindenképpen szükséges. A gazdasági felsőoktatásban tanulók lesznek a későbbi gazdasági szakemberek, akiknek munkájukhoz elengedhetetlenül hozzátartozik az aktuális gazdasági hírek ismerete, az idegen nyelvű írások olvasása, értelmezése.

Kutatásaimban német nyelvű gazdasági sajtóban megjelenő írásokból gyűjtöttem, rendszereztem, elemeztem az előforduló gazdasági tartalmú frazeologizmusokat. Tettem ezt azzal a céllal, hogy támpontokat találjak az oktatáshoz, és végső soron olyan következtetésekhez jussak el, amelyek az oktatásban eredményesen használhatók.

Dolgozatom célja elméletileg megalapozottan rendszerbe foglalni a német gazdasági sajtótermékekben előforduló gazdasági szaknyelvi frazeologizmusokat, feltárni fontos

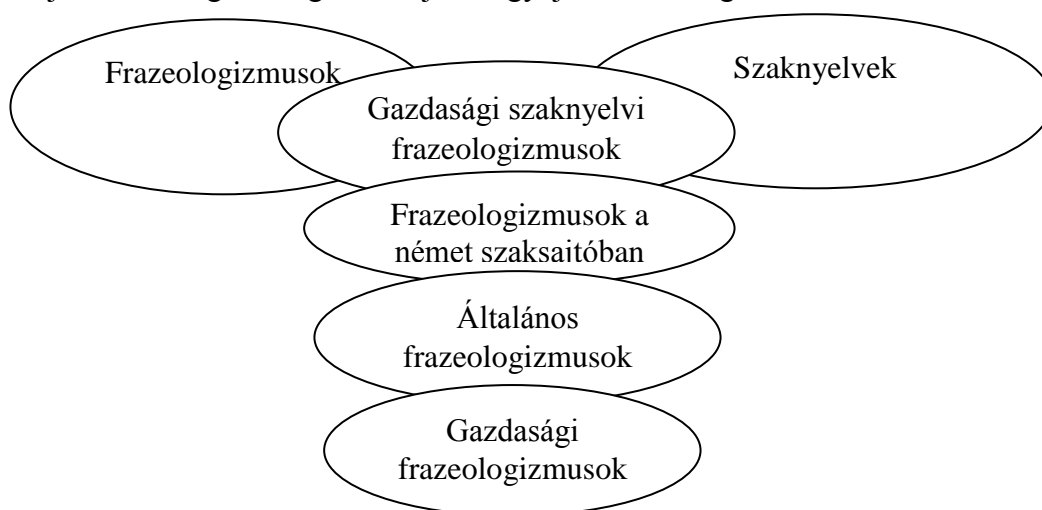
¹ A szerző saját mikrokatatása. A kérdőívet, illetve a válaszokat ld. Melléklet.

jellemzőiket, a nyert modellek segítségével eredményesebbé tenni a német gazdasági szaknyelv oktatását, illetve a tanulmányukat befejező szakemberek szakszöveg feldolgozását. E célkitűzésből következik, hogy munkám csak a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusokat és azok nyelvoktatásbeli szerepét kutatja. Vagyis olyan állandósult szókapcsolatokkal foglalkozom, amelyek tipikusan gazdasági információs tartalommal bírnak, mint például

- Dividende ausschütten – osztalékot kioszt,
- rote Zahlen schreiben – veszteséges,
- Unternehmen gründen – vállalatot alapít,
- den Leitzinssatz (auf seinem Rekordtief) belassen – az alapkamatot (rekord értéken) hagyni és hasonlók.

Az elméleti keretek lefektetésekor, a szakirodalmi háttér bemutatásakor, például a frazeologizmusok tipizálásakor, azonban nem mindig a szaknyelvi példák szerepelnek, mivel gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok átfogó vizsgálatával nem találkoztam a szakirodalom gyűjtése során. Kutatómunkámnak éppen ez az egyik hozzáadott értéke, amivel a frazeologizmusokra, illetve a szaknyelvre vonatkozó meglévő ismereteket gazdagítani kívánom.

A dolgozat tartalmi-logikai összefüggéseit az alábbi séma szemlélteti. Az egyes ismeretterületekhez rendelt ellipszisek átmérője azt kívánja láthatóvá tenni, hogy a kutatásba bevont tudományterület – a munka előrehaladtával – fokozatosan szűkül, ugyanakkor egyre finomabb részleteket fed fel. Kiindulunk tehát a frazeologizmusokból, illetve a szaknyelvekből, szűkítjük a tárgyat a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusokra, és tovább szűkítjük a német gazdasági szaksajtóból gyűjtött frazeologizmusok körére.



1.sz. ábra: A dolgozat tartalmi-logikai felépítésének sémája

A kutatáshoz alapkérdések, illetve alapfeltevések vezettek el. Ezek részben a gazdasági szaknyelvben fellelhető frazeologizmusok sajtóbeli előfordulására vonatkoznak, részben pedig a szaknyelv-oktatáshoz, illetve -elsajátításához kötődnek. A kutatás megkezdésekor az alábbi kérdések foglalkoztattak:

- Füg-e a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok szaksajtóbeli előfordulásának gyakorisága a választott sajtóterméktől? Vajon bizonyos szaklapok nagyobb számú és többféle frazeologizmust használnak, mint mások?
- Mely frazeologizmus típusokat lehet azonosítani és ezek közül melyek fordulnak elő nagyobb számban, a gazdasági szaksajtóban?
- Megfigyelhető-e, hogy valamely német gazdasági frazeologizmus-típus értelmezése és használata több magyar anyanyelvű szaknyelv-elsajátítónak okoz nehézséget, mint más típusok?
- Mely gazdasági frazeologizmus-típus(ok) okoz(nak) gyakrabban nehézséget, mint más típusok?
- Mely módszerek kínálóznak a gazdasági szaknyelvben előforduló frazeologizmusok elsajátítására?

Mint látható az első két kérdés a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok szaksajtóbeli előfordulására vonatkozik, a többi három a nyelvelsajátítással függ össze.

Ezekből a kérdésekből idővel kikristályosodtak a feltevések, a hipotézisek:

1. A gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok előfordulásának gyakorisága függ a választott sajtóterméktől. Egyes szaklapok nagyobb számú és többféle frazeologizmust használnak, mint mások.
2. A gazdasági szaklapok első sorban igei frazeologizmusokat tartalmaznak, azokon belül is nagy számban fordulnak elő a funkciógés szerkezetek.
3. Bizonyos gazdasági szaknyelvi frazeologizmus-típusok több magyar anyanyelvű nyelvelsajátítónak okoznak nehézséget a német gazdasági szaksajtó értelmezésében, mint egyes más típusok.
4. Az értelmezési és használati nehézségek akkor a legkisebbek, ha a német frazeologizmusnak van olyan magyar frazeologizmus megfelelője, amelynek struktúrája megegyezik a német nyelviével.

5. Minél több vonatkozásban (struktúra, a frazeologizmust alkotó elemek tükörfordítással fordíthatósága) eltérnek egymástól a német és a magyar egymásnak megfeleltethető frazeologizmusok, annál nagyobb az esélye értelmezési nehézségek keletkezésének.
6. Különösen problematikus a magyar nyelvről a német nyelvre történő fordítás, a helyes frazeologizmus megtalálása a nagy eltéréseket vagy a magyar nyelvben zéró megfeleléseket mutató frazeologizmusok esetében.

A kutatások, illetve dolgozatom elkészítése során több módszer alkalmazását ötvöztem.

Az elméleti rész feldolgozása során a hazai és nemzetközi szakirodalmat jártam körül. A frazeologizmusokkal és a gazdasági szaknyelvvvel foglalkozó fejezetekben a fogalmak definiálása, jellemzőinek bemutatása és csoportosítása volt az elsődleges cél. Az empirikus kutatások esetén adatgyűjtő, adatrendszerítő és elemző módszereket követtem.

Hat német nyelvű gazdasági lap online verziójának 81 cikkéből gyűjtöttem ki a bennük fellelhető gazdasági tartalmú frazeologizmusokat. Ezeket szemantikai és morfológiai kritériumok alapján rendszereztem, jellemzőiket feltártam. A következő lépésben az azonosított frazeologizmusok felhasználásával olyan kérdőíves felmérést készítettem, amellyel azt vizsgáltam, hogy a gazdasági felsőoktatásban tanuló hallgatók körében mely frazeologizmus-típusok okozzák a legtöbb/legnagyobb nehézségeket. Az elsődleges cél az volt, hogy a nyert modellek segítségével javaslatokat tegyek a német gazdasági szaknyelv oktatásának eredményessé tételére.

A dolgozat ily módon három nagy tartalmi részből áll.

Az első rész az elméleti keret lefektetését tartalmazza, a második részt a gazdasági szaksajtóra vonatkozó empirikus kutatás képezi, míg a harmadik rész a gazdasági szaknyelv oktatása területére vezet át. Az első fejezet a frazeologizmusok témakörét járja körül. Bemutatja az elnevezések terén uralkodó sokszínűséget, a frazeológiát, mint tudományterületet és a frazeológiai egységek kutatástörténetét is felvázolja. Foglalkozik még a frazeologizmusok funkciójával, csoportosításával, legfőbb jellemzőivel (polilexikalitás, lexikális rögzültség, idiomatikus jelleg) és különböző osztályozásaival.

Az értekezés második fejezete a szaknyelvekkel, azon belül a gazdasági szaknyelvvvel foglalkozik behatóbban. Először definiálja a szaknyelvet, majd áttekintést nyújt jellemzőiről és helyéről a nemzeti nyelven belül. A szaknyelvek horizontális és vertikális tagozódásának bemutatása után a fejezetben a gazdasági szaknyelvet vettem górcső alá. Szó esik a gazdasági

szaknyelv kutatásáról, meghatározásáról, horizontális, illetve vertikális felosztásáról, a gazdasági sajtóban való megjelenéséről.

A harmadik fejezet a *WirtschaftsBlatt*, a *DER STANDARD*, a *Neue Zürcher Zeitung*, a *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, a *DIE WELT* és a *WirtschaftsWoche* gazdasági lapok online verziójának tükrében elvégzett empirikus kutatással foglalkozik. A vizsgált cikkekben fellelhető frazeologizmusok kigyűjtése után a gazdasági szókapcsolatok azonosítása, rendszerezése történt meg. A gazdasági frazeologizmusok szemantikai elemzésekor tőzsdei, makro pénzügyi, vállalati mechanizmusok, folyamatokhoz, valamint általános gazdasági folyamatokhoz kapcsolódó szegmenseket különítettem el. A morfológiai elemzés során főnévi és igei bázis komponensű szókapcsolatokkal valamint szinonimákkal és antonimákkal foglalkoztam.

A dolgozat negyedik fejezete a gazdasági felsőoktatásban német gazdasági szaknyelvet tanuló 200 hallgató körében elvégzett empirikus kutatás eredményeit tárgyalja. A 60 itemből álló felmérésben 40, a harmadik fejezetben azonosított, főként gazdasági frazeologizmus ismeretére kérdezett rá, míg két feladat (20 item) egy-egy autentikus, német nyelvű újságcikket tartalmazott és az azokban előforduló gazdasági frazeologizmusokhoz kapcsolódott. A kutatás célja volt feltérképezni, hogy milyen jellemzőkkel bíró frazeologizmusok okozzák a legnagyobb nehézséget a hallgatóknak a szövegértésben, illetve a produktív nyelvhasználatban, és a feltárt problémák alapján milyen típusú előfordulásokat kell az oktatás során kiemelt hangsúllyal gyakoroltatni, a magasabb nyelvtudásszint elérése érdekében.

A disszertáció ötödik fejezete a frazeodidaktikával foglalkozik. A viszonylag új tudományterület kialakulása a 20. század végére nyúlik vissza, azonban a mai napig sem szentelnek neki kellő figyelmet az idegen nyelvek oktatása során. A fejezetben szó van arról, hogy milyen szerepet játszik a frazeodidaktika a szaknyelvek, azokon belül is az idegen nyelvek oktatásában. Bemutatja a frazeologizmusok elsajátításának eredetileg három lépcsőfokát, melyet időközben egy negyedik szinttel is kiegészítettek: 1. frazeologizmusok felismerése 2. frazeologizmusok jelentésének megfejtése 3. a frazeologizmusokkal kapcsolatos ismeretek megszilárdítása 4. a frazeologizmus aktív alkalmazása (vö. Peter Kühn 1992). A fejezet kitér még a frazeologizmusok tanításának időzítésére az idegen nyelvek oktatásában, illetve a tanítandó frazeologizmusok kiválasztására és a tanítás módszerére is.

Az összegzés és kitekintés részben a disszertáció eredményeit foglaltam össze. A következtetések közül kiemelendő, hogy a hallgatók nem rendelkeznek megfelelő ismeretekkel a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok terén. Ezt egyértelműen bizonyítják a hallgatókkal kitöltetett kérdőívek gyenge eredményei. A disszertáció a gyakorlatban hasznosítható megállapításaival hozzájárul a frazeologizmusok szaknyelvi órákon történő hatékonyabb oktatásához.

Az értekezés jelentősége első sorban abban áll, hogy a frazeológia kutatás eddig nem művelt területére, a gazdasági frazeologizmusokra és a frazeodidaktika jelenlegi hiányosságaira helyezi a hangsúlyt, és javaslatokat fogalmaz meg a gazdasági nyelvoktatás során alkalmazható oktatási módszerekre a gazdasági frazeologizmusok vonatkozásában.

1. A frazeologizmusok

Dolgozatom kulcsfogalma, a *frazeologizmus* a szakirodalomban több más fogalommal, illetve terminussal mutat rokonságot vagy azonosságot. Ilyenek a *frazémák* (Forgács 1998, Vida Jesenšek 2006b, Ettinger 2007, Donalies 2009), az *állandósult szókapcsolatok* (Häcki Buhofer 2014), a *kollokációk* (Scherfer 2001, Reder Anna 2006, Annelies Häcki Buhofer és Marcel Dräger és Stefanie Meier és Tobias Roth 2014), a *frazeológiai egységek* (Hessky 1997, Heinz-Helmut Lüger 2001), a *proverbiumok* (T. Litovkina/Mieder 2005), az *idiómák/idiomatizmusok* (Burger 2004, Dobrovolskij 2007, Jesenšek 2007, Kühn 2007). Mint alább bemutatom, a hazai kutatók sem egységesek az elnevezések terén, a külföldi szakirodalomban pedig kifejezetten zűrzavar figyelhető meg. Első lépésben ezért megkísérlem a fogalmakat egymástól megkülönböztetni. A frazeológiából, mint tudományterületből indulok ki, majd ismertetem a frazeologizmust, mint dolgozatom kulcsfogalmát, és felvázolom a különböző megközelítési módokat a frazeológia viszonylatában. Ezután a frazeologizmus funkcióinak és típusainak rendszerbe foglalása, illetve kutatástörténete következik. Más-más szerzők eltérő ismérveket emelnek ki a frazeologizmusok típusainak meghatározásakor. Ezen jellemzők közül azokat foglalom össze, melyekkel többnyire valamennyi frazeológus egyetért.

Mivel dolgozatom a frazeologizmusok szerepét a német, mint idegen nyelv oktatás vonatkozásában vizsgálja, az egyes frazeológiai jellemzők, illetve típusok elemzésekor magyar és/vagy német, s ahol lehetséges gazdasági vonatkozású példákat is megadok. A két nyelv frazeológiai készletét, a frazeologizmusok eredetét stb. tekintve különbségek (is) kimutathatók, így nem mindig van rá mód, hogy mindkét nyelv vonatkozásában mintát prezentáljak.

1.1. A frazeológiában használt fogalmak

Sem a hazai, sem a külföldi frazeológia nem egységes a nyelvtudomány e területe alapfogalmainak jelölésében. Ezért szükségesnek tartom a használt elnevezések bemutatását.

1.1.1. A frazeológia

A frazeológia, mint a nyelvészet részterülete a frazeologizmusok kutatásával foglalkozik. A frazeológia a „nyelv állandósult szókapcsolatainak tudománya vagy tana, amely szókapcsolatok egy nyelvi rendszerben és a mondatban átvehetik egyes szavak (lexémák) funkcióját és jelentését”.² (Palm 1997:1)

Az egyes országok kutatói eltérő nyelvi egységeket tekintenek a frazeológia tárgykörébe tartozónak. Hessky a következőképpen foglalja össze észrevételeit: „A frazeológiában – mint ahogy a nyelvtudomány néhány másik területén is – a fogalom meghatározása, a kutatás tárgyának elhatárolása és terjedelme szempontjából egyfajta pluralizmus uralkodik. Egy és csakis egy definíció, amelyet egybehangzóan elfogadnának, a kutatás jelenlegi állásakor nem létezik.” (Hessky 1987:17)³

R. Molnár Emma megközelítését kis változtatásokkal elfogadom: „A frazeológia terminust általános kategóriát jelölő terminusnak tartom, amely a nyelvtudományon belül az állandó szókapcsolatok témával foglalkozik; frazeológiai egységnek pedig a különböző nagyságrendű szókapcsolatokat. Az utóbbiak közé sorolom a szólásokat és közmondásokat, amelyeket a nemzetközi szakirodalomban idiómáknak neveznek.” (R. Molnár 1988:692)

Hadrovics László (1995) azt mondja: „A frazeológia hagyományos értelmezés szerint a különleges jelentésű szilárd szókapcsolatok tana.” (Hadrovics 1995:27) Ez tehát azt jelenti, hogy míg a frazéma, a frazeologizmus a nyelv egy bizonyos alkotóelemére vonatkozik, addig a frazeológia egy tudományterületet jelent, melyet a görög *phrásaos* = kifejezés és a *logos* = tudomány szavak összetételéből hozták létre.

Forgács (2007) is hasonló definíciót ad. Frazeológiának a nyelvtudomány azon részterületét nevezi, amely az állandósult kifejezések leírásával foglalkozik. Kifejti ugyanakkor, hogy szűkebben értelmezve egy nyelv frazeológiájának tekintjük a szólás-, illetve kifejezőkészletét vagy akár egy sajtótermék frazeológiája alatt szóhasználatát, kifejezőmódját is érthetjük. Forgács a frazéma és szinonimái körül keletkezett eltérő nézeteket részben azzal magyarázza, hogy a frazeológia fiatal tudományág, így egyik elnevezés sem tudott kellőképpen megszilárdulni.

Bárdosi Vilmos (2009) érdekes módon arra utal, hogy a frazeológia terminus már 1558-ban, tehát viszonylag korán megjelent Neander *Phraseologia Isocratis Graecolatina* című munkájában. Azonban a kifejezést eleinte az egy író sajátos mondatszerkesztése

² A szerző saját fordítása

³ A szerző saját fordítása

jelentésben használták, és csak a 18. századtól nyerte el a mai, általánosan elfogadott és használt értelmezését (vö. Bárdosi 2011).

Zsemlyei János (2010) frazeológiának nevezi a lexikológiának azt a részét, amelyik a frazémákkal foglalkozik, azokat tanulmányozza. Azonban tágabban is értelmezi a kifejezést: nála a frazeológia a tanon kívül egy nyelv állandósult szókapcsolatainak készletét, gyűjteményét is jelenti.

Dolgozatomban a frazémák elnevezésére R. Molnár (1988) és Bárdosi (2009) alapján a *frazeologizmust* használom. *A frazeologizmus alatt két, vagy több szóból álló, állandósult szókapcsolatokat értek, melyek a nyelvközösségben egy lexéma szerepét töltik be* (vö. Hessky 1987, Burger 1998, Anke Levin-Steinmann 2004, Forgács 2007).⁴ Szinonimának tekintem a frazeológiai egység, állandósult vagy kötött szókapcsolat és az idióma kifejezéseket, mivel véleményem szerint jelentésbeli eltérés a nevezett megfogalmazások között nem mutatható ki. Formailag általában állandók, jelentéstartalmuk (majdnem mindig) egységes, közkeletűek, s legtöbbször egy a szókapcsolatot összetartó történeti fejlődésen mentek keresztül. A frazeológia bővebben értelmezett tárgykörébe tartozónak tekintem még a szólásokat, a közmondásokat és proverbium elnevezéseket is. Ezek a fogalmak általános érvényű igazságot, bölcséletet, sokszor a beszélő érzelmeinek megnyilvánulását fejezik ki.

1.1.2. A frazémák, a frazeológiai egységek, az állandósult szókapcsolatok és a frazeologizmusok

A hazai szakirodalom a frazémákat tekinti alapfogalomnak, egy nyelvben a többé-kevésbé kötött szókapcsolatokként értelmezve azokat, és a frazémákhoz viszonyítva értelmezi a fentebbi elnevezéseket. A külföldi kutatók esetén különböző elnevezésekkel találkozunk. Ez elsősorban a megközelítés módjára és a nyelvtudományban való elhelyezésére vezethető vissza.

Hessky (1987) a német nyelvben az ógörögből származó frazeologizmus kifejezést egyrészt a nyelvtudomány egy részterületének, másrészt a lexikon egy olyan részének tekinti, amelyre a mai napig számtalan megnevezést használnak a kutatók. Hessky a frazeologizmust az alább tárgyalandó frazeológiával azonos jelentésűnek is tekinti. Ugyanakkor utal Harald Burger és Annelies Buhofer és Ambros Sialm, 1982-es, a német nyelvészeti szakirodalomban mai napig legelterjedtebb definíciójára is, miszerint frazeológiai egységről beszélünk, ha két

⁴ Az empirikus kutatásban vizsgált korpusz elemzése után definíciómat módosítottam, és frazémának tekintem az egyszavas szóösszetételeket is (ld. 3 fejezet).

vagy több szó összekapcsolódik, és ezek egy nem teljesen megmagyarázható egységet alkotnak, és e szókapcsolatok a nyelvközösségen belül egy lexéma szerepét töltik be (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Forgács 1998).

Földes Csaba és Helmut Kühnert (1992) frazeologizmus alatt a több szóból álló kötött egységeket értik. Szerintük a frazeologizmusok a szintaktikai struktúrájukat tekintve átvehetik egy szó helyét és éppen ezért szóekvivalenciával bírnak.

Egyik tanulmányában Forgács is utal a definiálás dilemmájára: „a frazeológiai egységek elnevezése tekintetében is hihetetlenül tarka kép bontakozik ki [...]. Ami ennél is rosszabb, hogy az elnevezések tarkasága mellett magának a frazeológiai egységnek a meghatározásai is nagyon sokfélék.” (Forgács 1998:7)

A külföldi és idegen nyelvű szakirodalom többnyire a frazeologizmus elnevezést használja.

Harald Burger (1998) szerint frazeologizmusoknak nevezzük azokat a kifejezéseket, amelyek több mint egy szóból állnak és ezek a szavak nemcsak egyszeri alkalomra alkotnak egységet. A szókapcsolatok ebben a variációban ismertek és használatosak a nyelvközösségen belül.

A különböző elnevezések arra is visszavezethetők, hogy a szláv nyelvű és a kelet-német szakirodalomban a frazéma, frazeolexéma (Фразема, Phrasem) kifejezéseket alkalmazták, az angolszász területen leginkább az idióma (idiom) elnevezés, míg az újabb nemzetközi szakirodalomban a görög-latin phrasis (szónoki kifejezés) használatos. Az állandósult szókapcsolatok, frazeológiai egységek, a frazeologizmus ekvivalens megnevezésnek számítanak. Az újabb szakirodalomban a terminológiák keveredése figyelhető meg (vö. Burger 1998, De Bie-Kerékgyártó Ágnes 1998).

Komplex nyelvi jeleknek tekinti a frazeologizmusokat Lüger (2001), amelyek legalább két komponensből állnak, és mint komplex lexikai egységek jutnak kifejezésre. A frazeológiai egységek relatív kötöttek, azaz az egyes elemek variálása nyelvtanilag inkorrekt, vagy (legalábbis) stilisztikai szempontból hibás összetételekhez, sokszor a frazeológiai jelentés elvesztéséhez vezet. A frazeologizmusok másik fontos jellemzőjeként Lüger a kompozicionalitás hiányát (más szóval idiomatikus jelleg) említi. E szerint egy frazeológiai kifejezés jelentése nem derül ki alkotóelemeinek értelméből (pl. jmdm. etw. in die Schuhe schieben – ráken vkire vmit, szó szerint: vkinek vmit a cipőjébe tol).

Levin-Steinmann (2004) a frazeologizmus jelölést használja, amelyet komplex, több szóból álló stabil nyelvi egységnek tekint. Az egyik összetevő egy adott folyamat hatására szemantikai átalakuláson ment keresztül. Azonban ezekre a szóösszetételekre jellemző a szemantikai és strukturális állandóság, a szó szerinti jelentés bizonyos fokú szemantikai

interpretációs lehetősége, ami a frazeológiai jelentés levezetése szempontjából döntő fontosságú. Beszéd közben egészként reprodukálható, szintaktikailag mondatba illeszthető vagy ahhoz tartalmilag kapcsolódó komplexitás (vö. Juhász 1980). A szemantikai állandóság azt jelenti, hogy a frazeologizmus önálló egységként bír jelentéssel. Az alkotóelemek eredeti jelentéséből az egész tartalom nem megfejthető, tehát az egykori jelentések (vagy az egyik összetevőé) elvesztek és beágyazódtak a frazeologizmusba.

Balázs Géza (2004) állandósult vagy kötött szókapcsolatokról, szóértékű nyelvi elemekről, frazeológiai kapcsolatokról beszél a frazéma kifejezés szinonimájaként, de megemlíti korábbi kifejezésmódként a proverbium elnevezést is. Felhívja a figyelmet, hogy az összes elnevezés már a 16. században létezett. A frazémák alakilag és/vagy jelentéstanilag rögzülnek nyelvünkben, így hozzájárulnak a szókincs bővüléséhez is. A beszélő csak felidézi, alkalmazza a kész elemeket, így a frazémák a nyelv nem produktív, hanem csupán reprodukív elemei.

A több (legalább) két szóból álló, állandósult (nem egy alkalomra összekapcsolt) szókapcsolatokat nevezi Forgács (2007) frazeológiai egységeknek, frazeologizmusnak, frazémáknak.

A nyelvben léteznek kreatívan használt, alkalmoszerűen létrejött kifejezések és előre gyártott, többé-kevésbé kötött szókapcsolatok, melyeket rutinszerűen, automatikusan alkalmazunk. A frazémákkal kapcsolatban Bárdosi (2009) azt írja: „a nyelvi egységeket pedig általában frazeologizmusoknak, frazeológiai egységeknek, frazémáknak, idiomatizmusoknak, idiómáknak, állandósult szókapcsolatoknak, (szokványos) kifejezéseknek, szólásoknak, szólásmódoknak, szokásmondásoknak, proverbiumoknak stb. szokták nevezni.” (Bárdosi 2009:8). Úgy véli, a frazémák elsődlegesen nem nyelvtani jellegűek. Sokkal inkább funkcionálnak, mint képzetkeltő, szokványos szókapcsolatok. Tudatunkban már kész egységként jelennek meg, beszédünk során előhívjuk, reprodukáljuk őket. A beszédhelyzetekben segítségünkre vannak az információ művészi, szellemes vagy akár ironikus közvetítésében (vö. Bárdosi 2009).

1.1.3. A frazeológiai egységek kutatástörténete

Nem célom a részletekbe menő tudománytörténeti áttekintés, annak terjedelme meghaladná az itt rendelkezésre álló kereteket. Csupán néhány fontosabb állomást kívánok ismertetni, amelyek a diszciplína megismerése szempontjából kulcsfontosságú jelentőséggel bírnak.

Juhász József (1980) cikkében Charles Ballyt említi a frazeológia, mint nyelvészeti diszciplína megalapítójaként. Tőle származtatja a frazeológia műszót is, s hangsúlyozza, hogy Bally munkásságát a frazeológia összes későbbi kutatója elismerte. Bally a frazeológia lényegét csupán a szemantika oldaláról közelítette meg, ami Juhász szerint túlságosan leszűkült (vö. Donalies 2009).

Viktor Vinogradov (2001) aki szintén a jelentéstartalom alapján vette górcső alá a frazeológiai egységeket, Bally kutatását vitte tovább. Újításként jelent meg nála, hogy az összeforrottság fokozatai alapján csoportokat állított fel:

- frazeológiai összenövések (legsorosabb kapcsolat, elemekre nem bontható) (pl. szemére hány, lapátra tesz, dühbe gurul, burokból született, se szeri se száma)
- frazeológiai egységek (lazább kapcsolat az egyes elemek között) (pl. vereséget szenved /megverik, ördöge/ördögöd van)
- frazeológiai kapcsolatok (az egyes összetevők között itt a leglazább a kapcsolat) (pl. megmossa a fejét /szó szerint vagy átvitt értelemben/, fehér, mint a hó/a patyolat)

Vinogradov ezzel iskolát teremtett a Szovjetunióban, amely munkásságának a frazeológiai kutatások széles körben történő elterjedéséhez, ugyanakkor kritikát gyakorolva a szemléletmód megújuláshoz is vezetett. Vinogradov érdemeinek elismerése mellett fontos kiemelni, hogy a frazeológiai kutatások szempontjából jelentősebb művek főként az őt követő nemzedékek tollából születtek (pl. Szergej Mihajlovics Ozsegov 1953, Amoszova 1963 említi Vinogradov 2001, Uriel Weinreich 1972, Ó. Nagy 1977, Tolnai é.n.).

A szovjet kutatók frazeológia kutatásban betöltött domináns funkciója elsősorban annak tudható be, hogy a lexikológia a Szovjetunióban folyt nyelvészeti kutatásokban kulcsfontosságú szereppel bírt. A nyugati országokban a grammatika elsőbbséget élvezett, így a lexikológia sokáig háttérbe szorult. A legjelentősebb frazeológusok ma már egyértelműen a frazeológia önálló nyelvészeti ággént történő kutatása mellett teszik le voksukat (vö. Juhász 1980, Burger/Buhofer/Sialm 1982, Hessky 1987, 1992b, Donalies 2009).

Magyarországon a frazémák gyűjtése és szótározása több évszázados múltra tekint vissza. Kezdetekben a kutatók figyelme csupán a szólások / közmondások felé irányult, ez azonban a kutatási terület kibővülésével megváltozott. Az első magyar szólás- és közmondásgyűjtemény 1598-ban jelent meg Bártfán Baranyai Decsi János tollából. A magyar szóláskutatás egyik jelentős személyisége Tolnai Vilmos, aki Bally kortársa és O. Nagy egyik elődje volt, kutatásában az akkori hagyománynak megfelelően elsősorban szólásokkal foglalkozott (vö. Juhász 1980, Szemerényi Ágnes 1994, Forgács 2007, Bárdosi 2009).

O. Nagy Gábor, az ötvenes évektől kezdve több mint húsz éven át a legjelentősebb magyar közmondáskutatónak számított. Azonban a tradicionális felfogáson túllépve a szólásokat már a frazeológia részeként értelmezi, s többször is említi, hogy a közmondáskutatás nyelvészeti diszciplína (vö. O. Nagy 1977, Juhász 1980). Ezzel az új szemléletmóddal a későbbi magyar frazeológiai kutatások felzárkóztak az európai fejlődéshez. Az azóta eltelt időszakban is nagy számú szólás- és közmondásgyűjtemény született. A teljesség igénye nélkül mindenképpen meg kell említeni Mihályi József, Csefkó Gyula, Kertész Manó, Margalits Ede a frazeológia kutatás terén végzett munkásságát és a legújabbak közül Bárdosi Vilmos, T. Litovkina Anna és Forgács Tamás szólás- illetve közmondás-szótárát (vö. O. Nagy 1977, Juhász 1980, Hadrovics 1995, Voigt Vilmos 2004, Bárdosi 2009).

Az elmúlt évtizedekben bekövetkezett gazdasági, társadalmi és nyelvfejlődési változások mindenképpen szükségessé teszik az újabb és újabb nyelvészeti, lexikográfiai és frazeológiai kutatásokat. Igény mutatkozik kézikönyvek, szótárak elkészítésére. A mai napig hiányzik azonban a szakirodalomban egy összefoglaló mű, amely a frazeológiai egységeket minden szempontból szemügyre venné, megvizsgálná helyüket a nyelv rendszerében, kitérne az osztályozásuk, fordíthatóságuk nehézségeire (vö. Juhász 1980, Hadrovics 1995, Voigt 2004, T. Litovkina/Mieder 2005, Forgács 2007).

1.1.4. A frazeológiai egységek funkciója és csoportosítása

Hadrovics úgy véli, hogy "Éppen a frazeológiai egységek változatossága okozza, hogy az egész frazeológiát rendszerbe foglalni nagyon nehéz". (Hadrovics 1995:25)

Ahogy a frazeologizmusok definiálásában sem alakult ki egységes nézet, úgy funkciójuk meghatározását tekintve is eltérések mutatkoznak. Az egyes történelmi korokban a frazeologizmusok alkalmazását más-más okokra vezetik vissza. Ok lehet a képszerű gondolkodás kifejezésre juttatása, a nyelv kritikai megítélése, az irodalmi alkotások színesítése stb. (Burger/Buhofer/Sialm 1982), vagy lehet „metaforikus gondolkodásnak”, a „célzásművészetnek” az alapja is, ahogyan Bańczerowski vélekedik (Bańczerowski 2012:5).

A frazeologizmusok elsődleges funkciójának az egy nyelvközösségen belüli kommunikációs funkciót tartják, amely a nyelv minden szintjén (pl. szavak, mondatok, szövegek) kifejezésre jut (Burger/Buhofer/Sialm 1982, Hessky 1987). Burger (1998) konkrétan is kitér a frazémák kommunikációban betöltött funkciójára. Ez alapján három csoportba sorolja az állandósult szókapcsolatokat:

- referenciális frazeologizmusok (a valóság tárgyaira, folyamataira, illetve összefüggéseire vonatkoznak) (pl. Der Krug geht so lange zum Brunnen, bis er bricht – Addig jár a korsó a kútra, amíg el nem törik),
- strukturális frazeologizmusok (a nyelvben csak egy szerepük van, nyelvtani kapcsolatokat hoznak létre) (pl. nicht nur ... sondern auch – nemcsak, hanem is),
- kommunikatív frazeologizmusok (meghatározott feladatuk van a kommunikációs aktus létrehozásában és befejezésében, annak meghatározásában) (pl. die Freude ist ganz meinerseits – részemről a szerencse, Angenehm! – Örvendek!).

Az első kategóriát szemantikai kritériumok szerint további két részre osztja. Az egyikbe a tárgyakat, folyamatokat jelölő frazémákat, míg a másikba az ezekről szóló kijelentéseket rendezi.

Balázs (2004) nyelvészeti és néprajzi jellemzők alapján csoportosítja a frazeologizmusokat. A nyelvészeti szempontú megközelítésnél megkülönböztet:

- alaktani csoportosítást
- jelentésátvitel szerinti osztályozást
- funkcionális nyelvi csoportosítást
- beszédfunkció szerinti osztályozást.

A néprajzi osztályozásnál, amely tágabban közelíti meg a frazeológiát, az alábbi kategóriákat említi:

- kiterjesztett frazeológia
- beszédműfajok szerinti csoportosítás
- magyar szólástár.

Burger (1998) úgy véli, a frazeologizmusok funkciójának általános tipológiája a kommunikációs szituáció és a szövegfajta figyelembe vétele nélkül nem lehetséges. A kutatások előterébe a konkrét szövegekben, különböző szövegfajtákban nyomon követhető megjelenési formák állnak.

Összegezve elmondható tehát, hogy a frazémák mondandónkat színesebbé, árnyaltabbá teszik, kifejezik a beszélő hozzáállását akár burkolt véleményét is a témához. Funkciójuk vizsgálatakor mindenképp először szerkezeti, szintaktikai, jelentéstani, lexikográfiai és stilisztikai szempontokat kell figyelembe vennünk. A későbbiekben (ld. 1.2. pont) kitérek a frazeológiai egységek jellemzőire, ezek révén funkciójuk is közelebbi megvilágításba kerül.

A frazéma tipizálásnak, osztályozásnak alapja az ismervek számbavétele. A felosztás a mai napig nem egységes. A nyelvészek inkább szűkebb körű, míg a folkloristák szélesebb körű frazeológiáról beszélnek. A kutatók különböző osztályozási szempontokat alkalmaznak. Eszerint szintaktikai, szemantikai, pragmatikai felosztások léteznek. Megkülönböztetnek literális, konkrét vagy frazeológiai jelentéseket, frazémákat melyeknek ismerjük, illetve nem ismerjük a „szerzőjét”. Az eltérés elsősorban a kutatók által alkalmazott különböző csoportosítási szempontokra vezethető vissza (vö. Forgács 2007). Vannak azonban az osztályozásnak olyan megközelítései, ahol már konszenzus alakult ki a tudósok között.

Juhász (1980) is megjegyzi tanulmányában, hogy a frazéma fogalmának szorosabb, illetve tágabb értelmezésével is találkozhatunk, amely gondolat már a szovjet szakirodalomban is megjelenik (Ozsegov 1953 idézi Juhász 1980:83). A vélemények abban nagyjából megegyeznek, hogy mit tekinthetünk „igazi” frazémának, sokkal inkább eltérőek a felfogások a „nem igazi” frazeológiai egységekkel kapcsolatban. A lexikális és a szintaktikai szerkezetek állandósultsága, a belső egység megléte, azaz elemekre nem bontható mivolta minden kutató számára egyértelműen jellemzi az állandósult szókapcsolatokat, ahogy Balázs (2004) is azt vallja, hogy még a változatos funkció és alak ellenére is közös vonás a frazémákban a polilexikalitás és az alaki, illetve jelentésbeli stabilitás.

Forgács (2007) szerint az a két tulajdonság, amelyben a legtöbb kutató egyetért, ha frazémákról esik szó, a polilexikalitás és a lexikális rögzültség. A két kritérium teljesülése esetén tágabb értelemben vett frazeológiáról beszélünk. Amennyiben még egy szempont, az idiomatikuság is társul az előbbiekhöz, akkor azt szűkebb értelemben vett frazeologizmusnak nevezzük.

Bárdosi (2009) a nyelven belül három fő csoportot különböztet meg (vö. Balázs 2004):

- szabad szókapcsolatokat (teljesen alkalmoszerűek, végtelen számúak) pl. hohe Preise – magas árak,
- állandósult szókapcsolatokat (szerkezetileg és jelentéstanilag teljesen kötöttek, csak egységükben értelmezhetők, nagy metaforikus értékkel és nyelvi hagyományokkal bírnak, közkeletűek) pl. aus der Haut fahren – kikel magából,
- kollokációkat, terpeszkedő szerkezeteket (átmenetet képeznek az előző két kategória között, az összeforrottság különböző fokán állnak). pl. Verlust erleiden – vereséget szenved.

A második csoporthoz tartoznak többek között a szólások, szóláshasonlatok, szállóigék, közmondások, szokásmondások.

Ide sorolja az „ún. beszédműveket” (Bárdosi 2009:8) is, amelyek a következők:

- köszönések, megszólítások (pl. Pálinkás jó reggelt!),
- szitkozódások, átkozódások (pl. Az anyja keservét!),
- politikai jelszavak (pl. Éljen május elseje!),
- sírfeliratok, butélia feliratok, pólófeliratok (pl. Foglalt vagyok),
- falfirkák (pl. Hülye, aki elolvassa).

Nem a megszokott nézőpont alapján közelíti meg Hadrovics (1995) a problémát. Irodalmi művek olvasása során állította fel a rendszerezés kritériumait és állította fel saját rendszerét.

Megkülönböztette a

- nyelvtani frazeologizmusokat (szókapcsolatok, melyekre a szintaktikai rögzültség jellemző)
 - ❖ magányos szókat (pl. frazémaszerű igék) (pl. sich blamieren – felsül)
 - ❖ teljes mondatokat (pl. Wer anderen eine Grube gräbt, fällt selbst hinein. – Aki másnak vermet ás, maga esik bele.)
 - ❖ szilárd szókapcsolatok (az előző két kategória között foglalnak helyet, jelentéstöbblettel bírnak) (pl. Fuß fassen – megveti a lábát, den Stab brechen – pálcát tör),
- stílusérték alapján
 - ❖ képes beszédet (pl. Waschmaschinen leben länger mit Calgon. – Calgonnal a mosógép is tovább él.) és
 - ❖ körülírást (pl. jemanden unter die Haube bringen – bekötik a fejét)⁵.

Burger/Buhofer/Sialm (1982) szerint a frazeologizmussal kapcsolatban nagyszámú jellemzőről beszélhetünk. Ezek között megtalálható például a rögzültség, az idiomatizmus, a reprodukálhatóság, az expresszivitás és a lefordíthatatlanság is. Ezen karakterisztikus sokszínűség és a definíciók végtelen száma is megmutatja, milyen sok felfogásbeli különbség létezik a témával kapcsolatban (vö. Földes/Kühnert 1992).

1.2. A frazeologizmusok jellemzői

Forgács (2007) szűkebb, illetve tágabb értelemben vett frazeológiáról beszél. A polilexikalitás és a lexikális rögzültség kritériumainak megfelelő „szókészleti egységek” (Forgács 2007:20) a

⁵ A német és a magyar példák a szerzőtől származnak.

tágabb értelemben vett, míg azok, amelyek idiomatikus jelleggel is bírnak a szűkebb értelemben vett frazeológiai szerkezetekhez tartoznak.

A következőkben ezt a három szempontot tekintem át bővebben.

1.2.1. Polilexikalitás

A legtöbb kutató ezzel a szemponttal nem foglalkozik behatóbban, még ha a frazeologizmusok kritériumainak felvázolásakor utal is arra, hogy frazéma esetén legalább két szóból álló kifejezésről beszélünk (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Burger 1998, Földes/Kühnert 1992, Hessky 1987, 1992b, Hadrovics 1995, Kerékjártó 2000, Donalies 2009).

Egy frazeologizmusnak legalább két alkotórésze van, amelyekből legalább az egyik egy autoszemantikus kifejezés (pl. ein Dummkopf sein – buta) (Földes/Kühnert 1992). Amennyiben ezeket a kifejezéseket nem ilyen kötött formában tanulnánk meg, akkor jelentésüket nem tudnánk az eredeti értelemben reprodukálni. A komplex egységek a beszélő tudatában rögzülnek és kész elemekként a kommunikációs szituációban előhívódnak. A közvetlen jelentés legtöbbször színtelen, semleges, míg az átvitt jelentés érzelmi színezettel bír (pl. die Beine unter den Tisch stecken – Lógatja a lábát. haszontalan, kiszolgáltatja magát /átvitt értelemben/, eldugja a lábait az asztal alatt, hogy senki se lássa /közvetlen jelentés/).

Burger „relatív problémamentesen definiálhatónak” (Burger 1998:15)⁶ tekinti a polilexikalitást, mint frazeológiai jellemzőt. Úgy véli, könnyen el lehet dönteni, hogy egy kifejezéshez több szó tartozik-e.

Polilexikalitásról Forgács (2007) akkor beszél, ha a frazeológiai egységben legalább két (vagy több) szó kapcsolódik össze. A kifejezések összetevőinek nincs számszerűsíthető felső határa, hacsak az nem, hogy egy mondatnál egyetlen állandósult szókapcsolat sem lehet hosszabb (ez már szintaktikai szempont).

Elke Donalies, (2009) is úgy véli, hogy a polilexikalitás az, mikor több (legalább kettő) szóból álló szókapcsolattal van dolgunk (pl. schwarzer Markt – fekete piac), ő ezt a frazémák minimális hosszának nevezi („Minimalstruktur der Phraseme”). A frazémák maximális struktúrájával kapcsolatban azonban megjegyzi: nyitva kell hagyni a kérdést, hogy a mondatoknál rövidebb vagy hosszabb összetételeket is a frazémák közé sorolhatunk-e.

⁶ A szerző saját fordítása

1.2.2. Lexikális, pszicholingvisztikai, strukturális, pragmatikai rögzültség

A frazeologizmusokkal kapcsolatban Földes/Kühnert (1992) a lexikai-szemantikai rögzültséget említik. A frazeologizmus jelentése egyes elemeinek lexikai jelentéséhez kötött. Tehát a frazeologizmusban szereplő kifejezés nem helyettesíthető egy szinonimával (pl. die Flinte ins Korn werfen – elcsügged kifejezés helyett *das Gewehr in die Getreide werfen nem használható, mégha a Flinte-Gewehr /puska, muskéta-lőfegyver/ illetve Korn-Getreide /mag-gabona/ szinonimák is). Ez a rögzültség nem csak a főnevek, hanem pl. a névelők jelenléte, illetve elhagyása (pl. etwas auf (*die) eigene Faust tun – vmit saját szakállára tesz) vagy az igekötők használata (pl. sich den Kopf zerbrechen (*brechen) – töri a fejét vmin) esetében is érvényes. Ezen kívül megjegyzik, hogy amennyiben ezeket a kifejezéseket nem ilyen kötött formában tanulnánk meg, akkor jelentésüket nem tudnánk az eredeti értelemben reprodukálni. A komplex egységek a beszélő tudatában rögzülnek és kész elemekként a kommunikációs szituációban előhívódnak. A közvetlen jelentés legtöbbször színtelen, semleges, míg az átvitt jelentés érzelmi színezettel bír pl. die Beine unter den Tisch stecken (Lógatja a lábát. – haszontalan, kiszolgáltatja magát /átvitt értelemben/, eldugja a lábait az asztal alatt, hogy senki se lássa /közvetlen jelentés/).

A rögzültség sokkal nehezebben definiálható jelenség, mint a polilexikalitás. A frazeológiai egységek rögzültségének feltétele, hogy ha olvassuk vagy halljuk azokat, akkor felismerjük őket anélkül, hogy az alkotóelemek szó szerinti jelentésén el kellene gondolkodnunk (Burger 1998).

Forgács (2007) szerint lexikális rögzültség esetén a kifejezés elemei egységet képeznek, ezeket a felhasználók a lexémákhoz hasonlóan használják. Az alkotórészek sorrendje és morfológiai alkata is nagyrészt kötött, pl. qualmen wie ein Schlot – füstöl, mint a gyárkémény. Ez a kétoldalú lexikális függőség is megkülönbözteti a frazémákat a szabad szó szerkezetektől. Sokszor azonban ezt a függőségi viszonyt a nyelvi játék kedvéért feloldják pl. Die klügere Zahnbürste gibt nach /der Klügere gibt nach/ – Okos enged, szamár szenved. Reklámszlogenekben, újságok címeiben, viccekben megfigyelhetjük az ún. modifikációt, az állandósult szókapcsolatok elferdítését a figyelem felkeltése érdekében pl.

- Haut in guten Händen (in guten Händen sein – Jó kezekben van /arcápoló reklám/),
- Auch in Spanien gibt es Wege die nach Rom führen (alle/viele Wege führen nach Rom – minden út Rómába vezet /légitársaság reklámja/),

- Tag für Tag stirbt ein Stück der Natur und die Industrie macht die Kasse (Tag für Tag; die Kasse machen – Nap, mint nap meghal a természet egy része és az ipar nyer belőle).

Burger/Buhofer/Sialm (1982) arról számolnak be, hogy az újságokban sokszor találkozunk frazeologizmusokkal. Ezek közül sokakat az eredeti jelentésükben alkalmaznak módosítás nélkül, míg másokat szemantikailag módosították a kontextus vagy képiség segítségével.

Burger (1998) megkülönbözteti a pszicholingvisztikai, strukturális és a pragmatikai rögzültségi szinteket. A pszicholingvisztikai rögzültség a lexikális rögzültséget jelenti, tehát a mentális lexikonban a szavakhoz hasonlóan rögzülnek és később egységként lehívhatóak. A strukturális rögzültséget a nyelvi rendszer viszonylatában érti. Az abszolút rögzültség csupán néhány frazémára igaz, többségüknél bizonyos határon belül fennáll a csere lehetősége (variációk, módosulások). A pragmatikai rögzültség csak az olyan frazeologizmusokra igaz, amelyek bizonyos szituációkban vagy a beszélgetés irányításában meghatározott funkcióval bírnak.

Egy bizonyos polilexikális egység esetén a frazeologizmus nem állítható elő egyszerűen az alkotóelemekből, hanem a beszélő tudatában kész és elraktározódott entitások állnak készenlétben, hogy bármikor lehívhatóak legyenek (Hessky 1992b vö. Burger 1998). Hessky ezen felfogása pszicholingvisztikai szempontból közelíti meg a frazeologizmusokat, amely nézőponttal én is egyetértek. Burger (1998) hozzáfűzi, hogy a pszicholingvisztikai rögzültség minden frazémára igaz, a különbség csupán fokozatokban mérhető. Problémaként említi még, hogy egy nyelvészeti probléma egzakt elhatárolására a pszicholingvisztikai szempontok nem teljesen megfelelőek.

Az egyik legfontosabb kérdés a frazeologizmusok létrehozásának és megértésének leírásában a pszicholingvisztikai mibenlétük meghatározása. Képzésük egy individuális tanulási- és alkalmazási folyamatot feltételez, képesek vagyunk azokat újra és újra helyesen reprodukálni és használni. Egy frazeológiai egység egyrészt egy tudatos pszichológiai egység státuszát is felveheti, ugyanakkor a pszicholingvisztikai szintjén automatizmus is lehet (Burger/Buhofer/Sialm 1982).

A formai állandósultságot tekintve meg kell említenünk a pragmatikai nézőpontot is, ami nem érvényes a frazeológiai szerkezetek minden típusára. Ilyenkor a frazémákat a társalgási helyzetekben betöltött szerepük alapján vizsgálják (Burger 1998, Forgács 2007).

Eszerint Forgács két csoportot különböztet meg:

- kommunikációs szituációhoz kötött formulák (üdvözlő- és köszönőformák, jó vagy rossz kívánságokat kifejező klisék, egy beszélgetés szokásos kezdő illetve záróformulái pl. Grüß Gott! – Isten hozta!, Glück auf! – Jó szerencsét!)
- kifejezések, amelyek főként a szóbeli kommunikáció fenntartását, irányítását szolgálják (szerkezeti állandóságuk viszonylag csekély, variánsaik száma viszont elég nagy pl. Meiner Meinung nach – véleményem szerint, Nicht wahr? – Nem igaz?)

Ezeknél a formuláknál a többtagú összetételekkel az egytagúak teljes equivalenciában állnak, tehát a funkcionális nézőpontot tekintve a frazeológia visszatér a szavak szintjére (pl. Tschüss! – szia). Másrészt nem dolgokat, tulajdonságokat stb. jelölnek, hanem bizonyos cselekvések esetén bírnak csak funkcióval. Ez alapján Burger (1998) leszögezi, hogy a frazeológiai egységek rögzültsége csupán relatív.

Burger/Buhofer/Sialm (1982) a pragmatikai nézőpontot tárgyalva leszögezik, hogy a kutatás mai állása szerint három aspektusból közelíthetjük meg a frazémákat:

- a beszédaktus elmélet (a legtöbb frazeológiai egység minden beszédaktusban előfordulhat)
- a nyelvi funkciók teóriája (egy bizonyos frazéma a szövegfajtától függően különböző funkciókkal bírhat)
- a beszédhelyzetre vonatkozó elmélet (vannak szituációhoz kötött és csak ott értelmezhető frazeológiai egységek).

1.2.3. Idiomatikus jelleg

A legtöbb frazeológus az idiomatizmus jelenségét, mibenlétét, megnyilvánulásait, fokozatait vizsgálja mélyrehatóbban. A vélemények nem alkotnak egységes képet, azonban abban minden kutató egyetért, hogy az idiomatikus jelleg az egyik legszembetűnőbb a frazémák jellemzői között.

Juhász (1980) úgy véli, hogy az idiomatikus jelleg több szinten is nyomon követhető. A legalacsonyabb szint, amikor más szókapcsolatban, más jelentésben nem szerepel az állandósult szókapcsolat egy tagja nyelvi történetében fellelhető kapcsolódási tulajdonságai miatt. Idiómának csak olyan állandósult szókapcsolatot nevez, amelyben legalább az idiomatizáltság legegyszerűbb formája jelen van.

Földes/Kühnert (1992) az idiomatizmus különböző fokozatait is megkülönböztetik. Így részleges és teljes idiomatizmusról írnak. A részleges idiómák közé azok az állandósult szókapcsolatok tartoznak, amelyek egyik alkotója az eredeti jelentést tükrözi. Teljes idiomatizmusról beszélünk olyan állandósult szókapcsolatok esetén, amelyek még a részleges jelentésutalást sem tartalmazzák (pl. er ist mit allen Wassern gewaschen – minden hájjal megkent). Megemlítik még, hogy ezeket a teljes idiomatizmusokat igen nehéz megtanulnia annak, akinek háttérismeretei (pl. szokásokkal, történelmi eseményekkel kapcsolatban) hiányoznak.

Hasonlóan vélekedik Hessky (1992b), mikor azt írja, hogy a nyelv azon egységeit, amelyeknél a szintaktikai és szemantikai szabályok alapján nem lehet a frazeológiai jelentést kitalálni, idiómáknak hívjuk (Hessky 1992b).

Burger (1998) az idiomatizmus kifejezést szemantikai idiomatizmusként értelmezi. Ez a felfogás egybevág a kutatók által szűkebb értelemben vett idiomatizmusnak. A tágabb értelmezés a frazeologizmusok és a szabad szószerkezetek közti különbséget tárgyalja. Definíciója szerint, ha fennáll egy ellentmondás a frazémák frazeológiai és a szó szerinti jelentése között, akkor az szemantikai értelemben egy idiomatikus kifejezés. Amikor a szerkezet tagjainak a jelentését nem lehet az összetevőik jelentésének összességéből levezetni, idiómákról beszélünk pl. im Griff haben – kézben tart, jemandem den Laufpass geben – kiadja az útját valakinek.

A fogalom szűkebb értelmezése szerint ebből a szempontból a szemantikai aspektusokat vizsgálják. Sokszor megfigyelhető az a folyamat, hogy a jelentés konkrét síkról átmegy elvont síkra (pl. den Kopf hängen lassen – lógatja az orrát), ám vannak olyan frazémák is, amelyeknél elsőre nem biztos, hogy megértjük a kifejezés konkrét illetve átvitt jelentése közötti összefüggést.

Vegyük például Ó. Nagy (1988) művében a Fabatkát sem ér – keinen Knopf wert sein kifejezést, melynek jelentése: teljesen értéktelen. Elsőre nehéz felfedezni az összefüggést, de ha utána nézünk, megtudhatjuk, hogy egy régi felfogás szerint a batka (régebben bakpa, írva babka), a valaha volt legkisebb értékű pénznemek közé tartozott. Feltételezhetjük, hogy a batka régi alakja a babka, a bab szó -ka kicsinyítő képzős változata. Az Egy babot sem ér/Egy babot sem adnék érte- szólásszerű kifejezések miatt társult a mai értelemben is használt jelentés a kifejezéshez (vö. O. Nagy 1988). Mindezek alapján leszögezhetjük, hogy minél nagyobb különbség van a kifejezés szó szerinti és frazeológiai jelentése között, annál nagyobb a kifejezés idiomatizáltsági foka (Forgács 2007).

A német *Wie gedruckt lügen* – Hazudik, mintha könyvből olvasná (Hazudik, mint az újság) kifejezés arra a tényre vezethető vissza, hogy régen nem bíztak a nyomtatott anyagokban, mivel azok szerzője „nem volt jelen”, így nem tudta szavait igazolni. Sok szóbeli hagyományokkal bíró kultúrában nem bíznak a papírra vetett dolgokban, mert azok hamisak lehetnek és a propagandát szolgálhatják. A kifejezésmód ebből az „emlékből” őrizte meg az elutasító hozzáállást a modern írás- vagy könyvkultúrával szemben⁷.

A frazeológiában idiomatikus kifejezés alatt olyan képszerű, több tagból álló szóösszetételeket értünk, amelyek jelentése nem vezethető le az alkotóelemek jelentéséből. Az idiomatizálódásnak az az előfeltétele, hogy jelentésváltozások mennek végbe, amelyek a konkrétól az absztrakt felé mutatnak. Ezáltal egy elvont jelentés lép a szó szerinti, vagyis levezethető jelentés helyébe (Keréjkjártó 2000).

Amennyiben egy szóösszetétel egyes elemeinek a jelentéséből nem következtethető ki az egész kifejezés jelentése, akkor Donalies (2009) szerint ez a frazéma idiomatikus jellegéből fakad. A szófordulat minden egysége, vagy részei, illetve egyetlen része is lehet idiomatikus. Ez alapján a nyelvészek teljes (pl. *den roten Faden verlieren* – elveszti a fonalat), részleges (pl. *blinder Passagier* – potyautas) vagy nem idiomatikus (pl. *Maßnahmen treffen* – intézkedést hoz) jellegről beszélnek.

Az idiomatikus jelleg a leggyakrabban említett kritérium a frazeologizmusok elhatárolásánál. Amennyiben egy polilexikális egység jelentése nem adható meg az egyes elemek jelentéséből, idiomatikus jelentésről beszélünk. Azonban még korábban a frazeológia kutatói az összes nem idiomatikus egységet kizárták a frazeológia tárgyköréből, az újabb tanulmányok már a nem idiomatikus állandósult szókapcsolatokat is ide sorolják (pl. *stolzer Vater* – büszke apa, *den Eid ablegen* – esküt tesz) (vö. Donalies 2009, Burger 2004, Jazbec/Milka 2012).

1.3. A frazeologizmusok osztályozása

A határok elmosódtak, átmenetek vannak az egyik, illetve a másik osztályozás között. Mindezek a nyelv fejlődését, dinamikáját tükrözik. Ennek feltérképezése csekély fokú idealizáláshoz és ezáltal a nyelv adekvátabb leírásához vezet (Hessky 1987).

⁷A szerző saját fordítása.

vö. http://www.redensarten-index.de/suche.php?&bool=relevanz&suchspalte%5B%5D=rart_ou&suchbegriff=wie&gawoe=an&page=9

Ha megvizsgáljuk, hogy milyen szó szerkezeteket tekint az irodalom frazeologizmusnak, világossá válik, hogy a frazeológia, mint mindezen szókapcsolatok kutatására hivatott tudományterület, a nyelv kutatásának igen széles szegmensét foglalja magában. Ehhez jó alapot nyújt Balázs (2004) áttekintése a frazeologizmusokról.

Balázs a szerkezetek elnevezéseit alaktani szempontból az alábbi csoportokra osztja (vö. Balázs 2005 2007, Zsemlyei 2010):

- szokványos kifejezésmódok (eredeti jelentésükben használt szókapcsolatok, némelyik tagjuk lehet átvitt értelmű, lehetnek társalgási pl. Was gibt's Neues? – Mi újság? vagy népmesei fordulatok pl. Ende gut, alles gut – Minden jó, ha jó a vége körülírások pl. in einer Schrift festhalten – írásba foglal),
- közhelyszerű kifejezések (pl. Bretter, die die Welt bedeuten – a világot jelentő deszkák),
- képes kifejezések (pl. Kopf zerbrechen – töri a fejét valamin),
- szakkifejezések (pl. zusammengesetzter Satz – összetett mondat),
- szólások (valamely fogalom helyettesítői, gyakran humoros kifejezések, érzelmileg árnyalt kifejezések pl. hochnäsiger sein – fennhordja az orrát),
- szóláshasonlatok (hasonlat alakú szólás, benne van a hasonlatot bevezető mint szó, a hasonlított megőrizte eredeti jelentését, a második tag elhomályosult pl. unschuldig wie ein Lamm sein – Ártatlan, mint a ma született bárány)
- közmondások (ítéletek, bölcsességek, melyek logikai felépítése lehet oksági összefüggést kifejező pl. Von nichts kommt nichts – Semmiből nem lesz semmi, azonosító pl. Die Augen sind der Spiegel der Seele – A szem a lélek tükré vagy szembeállító pl. Außen hui, innen pfui – Kívül szép az alma, de belül férges) és
- szállóigék (frazeológiai kapcsolatok, általában történelmi forrásuk pl. Auch du, mein Sohn, Brutus – Te is fiam Brutus! vagy irodalmi alkotójuk ismert pl. verbotene Früchte – tiltott gyümölcs).

A kutatók megközelítési módjától, a csoportosítás szempontjától, a frazeologizmusok kommunikációs funkciójától vagy szintaktikai viselkedésétől stb. függően más-más osztályozást hoztak létre. A frazeologizmusok sokféle formája létezik, attól függően, hogy a szűkebb (csak az idiomatikus kifejezéseket tekintjük frazeologizmusnak) vagy a tágabb (a lexikális rögzültség elegendő kritérium a frazeologizmusok elhatárolásakor) értelmezést tartjuk szem előtt (Forgács 2007).

Forgács (2007) osztályozását emelem ki, amely a frazémákat a valenciáelmélet, azaz vonzatfelvevő képességük szerint (is) rendszerezi (vö. Burger 1998). Ez alapján a következőket különbözteti meg:

- avalens (valenciával nem rendelkező)
 - ❖ mondatrésznél kisebb (kötőszói, elöljárószói frazémák pl. weder noch – sem-sem),
 - ❖ bővítményértékű (mellé- vagy alárendelő viszonyú szintagmák pl. ab ovo, im Laufe – valami során, folyamán),
- régens (ezek rendelkeznek valenciával, azaz üres, kitöltendő vonzataik vannak, csak kötelező vonzataik révén alkotnak nyelvtanilag korrekt mondatokat)
 - ❖ igei alaptagú (pl. ins Gras beißen – Fűbe harap),
 - ❖ szóláshasonlatok (pl. Leben wie im Paradies – Úgy él, mint a paradicsomban),
 - ❖ egyéb frazémák (nem hasonlítást fejeznek ki, hanem a mellékmondat más viszonyban csatlakozik a főmondathoz pl. wissen, wie der Hase läuft – tudja mitől döglük a légy),
- teljes mondat értékű állandósult kifejezéseket (már nincs valenciájuk, mert az összes üres helyük kitöltött)
 - ❖ beszédhelyzetre, a partner előző gondolatmenetére vonatkozókat (pl. Dort liegt der Hund begraben – Itt van a kutya elásva),
 - ❖ szövegtanilag a kontextushoz nem kapcsolódó frazémák (pl. Zweimal gibt, wer schnell gibt – Kétszer ad, aki gyorsan ad).

A következőkben bemutatom a frazeologizmusok osztályozását a különböző nézőpontokat figyelembe véve.

1.3.1. Szólások / közmondások

O. Nagy (1977) többek között alaktani szempontból is csoportosította a frazémákat. Megközelítésében a nyelvészeti szempontokat tartotta szem előtt, mégsem sorolta a közmondásokat a frazeológiához, amiket elsősorban a lexikológia részének tekintett.

Juhász (1980) kritikát gyakorol O. Nagy szólásdefiníciója felett, mikor azt mondja, hogy a szólások és a közmondások vizsgálatakor nemcsak nyelvészeti, hanem műfaji szempontokat is figyelembe kell venni. A közmondásokat Juhász (1980) azért tartja frazémáknak, mert idiomatikusak és jelentésegységet reprezentálnak. Eltérés a jelentés más

szempontból történő megközelítésben tapasztalható. A közmondások általános érvényű ítéletet fejeznek ki, míg a „mondatértékű egyéb frazémák [...] tartalmának viszont nincs ilyen általános értékelő jellege (Juhász 1980:91). Ezzel Juhász már a közmondások és szólások közti különbségre utal. O. Nagy szerint „a szólás [...] olyan több szóból álló [...] állandósult frazeológiai kapcsolat, melynek jelentéstani egységét, a szókapcsolatnak az élő nyelv szempontjából tekintett „elemezhetetlen” voltát a szókapcsolat egységes fejlődése, történeti múltja igazolja” (O. Nagy 1954:7). O. Nagy 1982-es szólásfelosztásában az alábbi kategóriákat különíti el:

- szókapcsolat jellegű szólások
 - ❖ egyszerű szólások (sem mellékmondat, sem ismétlődő mondatrész nincs bennük pl. Pleite gehen – csődbe megy),
 - ❖ összetett szólások (általában kétagú szólások, mint vagy akár szóval kialakult szóláshasonlatok pl. wie aus Eimern gießen – esik, mintha dézsából öntenék, Besser später als nie – Jobb későn, mint soha),
- mondatjellegű szólások
 - ❖ indulatszó-szerű szólások (pl. Gott behüte! – Isten ments!),
 - ❖ kérdésekre adott válaszokat (pl. Wie geht's? Ich fühle mich wie durch die Mangel/den Wolf gedreht. – Hogy vagy? Mint akin átment az úthenger.),
 - ❖ a kitérő válaszok, amelyeket akkor használunk, ha nem akarunk egy kérdésre válaszolni pl. Hol van vmi? – A fülem mellett a kispolcon.),
 - ❖ stilisztikai szempontból fontos szólások (rendszerint úgy jellemeznek egy embertípust, hogy a magát jellemezni kívánt embert szólaltatják meg a rá jellemző szavakkal pl. Fogjuk meg és vigyék! Ígértem neki Pestet, Budát!).

Leszögezhetjük, hogy funkcionális párhuzam létezik a mondatértékű szólások és az indulatszók között, de az nem vonatkoztatható az összes állandósult egységre (vö. Juhász 1980).

A köznyelv a szóláshagyomány szerzeményeit közmondásnak, szólásnak nevezi, vagy egyéb olyan elnevezésekkel illeti, mint a proverbium, szép magyar szólás, jeles mondás, példabeszéd, szállóige stb. A kutatók gyakran nem tesznek különbséget a megnevezések között, azonban magyar és nemzetközi szinten is felmerült az igény egy olyan összefoglaló név megtalálására, amely valamennyi műfajban megállja a helyét. Matti Kuusi finn folklorista javaslata alapján proverbiumnak nevezik a szóláshagyomány egészét (vö. Andrásfalvy Bertalan 1982).

Szemerkenyi (1994) a szólások definiálásával kapcsolatban így fogalmaz: „proverbiumnak nevezzük a szóláshagyomány egészét” (Szemerkenyi 1994:21). A proverbiumokat különálló egységként és egy egység szerves részéként is vizsgálja. Szerinte lehetnek önálló mondatok, illetve olyan elemek is, amelyek a folklór különböző területein, irodalmi művekben vagy akár a mindennapi kommunikáció részeként is felbukkanhatnak.

Hadrovics (1995) úgy véli, hogy „A frazeológiának két legtermékenyebb területe a képes beszéd és a körülírás.” (Hadrovics 1995:157). A képes beszéd/szókép alapjaként szolgáló szókapcsolat a valóság egy részében jön létre, s később kép formájában elvont síkra helyeződik át és ott állandósul (pl. a faágak előtt lehajtja a fejét valaki /valóság/ – érveid előtt fejet hajtok /elvont sík/. A körülírás, ahogy Hadrovics a közmondásokat nevezi, egy már kialakult kifejezésmódot egy másikkal (általában körülményesebbel) helyettesít (pl. nem árulom el senkinek kifejezés helyett a senkinek nem kötöm, az orrára fordulatot használjuk) (Hadrovics 1995). Hadrovics megközelítése kibővíti a hagyományos értelemben vett szólásdefiníciót, miszerint „A magyar nyelvtudományban a szólás állandósult szókapcsolatot jelent, amelynek értelmét a tagok jelentésének összegéből nem lehet kikövetkeztetni.” (Hadrovics 1995:30). A közmondásokat kész, zárt egységként kezeli. Ezekhez nem kell sem hozzátenni, sem elvenni belőlük. Általános érvényű igazságokat fejeznek ki, jellemző rájuk a képszerűség. A szövegekbe, melyek szerves részét képezik, beillesztésük megszokott formulával történik. Azt is megjegyzi, hogy közismertségük miatt a közmondások bizonyos részleteikben szólásként is funkcionálhatnak (pl. Ajándék lónak ne nézd a fogát – közmondás; orvos hálapénzre reagál: Ez amolyan ajándék ló – szólás) Hadrovics (1995).

A közmondások, melyek mondatértékű egységek, egy beszélőközösség globális tudatának megnyilvánulásai, ugyanakkor egy általánosan ismert bölcselet tömör, képszerű kifejezései. Nem abszolút igazságokat fejeznek ki, hanem szituációkhoz kapcsolódó felismeréseket (Kerékjártó 1999). A szólás és a közmondás közti különbségre Balázs (2004) is utal cikkében, mikor azt írja, hogy a szólás valamely fogalmat helyettesít, míg a közmondást egy ítéletnek foghatjuk fel.

T. Litovkina Anna a közmondás meghatározásával kapcsolatban azt mondja: „több a definíciókísérlet, mint a közmondás” (T. Litovkina 2005:13). Később leszögezi, hogy a nemzetközi és a hazai közmondáskutatásban a különböző elnevezések összefoglaló kifejezéseként a proverbium megnevezést alkalmazzák. Ugyanakkor arra is kitér, hogy szét kell választanunk a szólásokat és a közmondásokat, amit még sok ezzel a témával foglalkozó kutató sem tesz meg. A szólások egyedi esetre, meghatározott dologra vonatkoznak, míg a közmondásokat általános megállapításként alkalmazzuk (T. Litovkina 2005).

Forgács (2007) úgy véli, hogy a köznyelvben az előre gyártott elemekre a szólás, közmondás kifejezések is használatosak. A nyelvtudományban ugyanakkor a nem mondatformájú, a részben vagy egészben idiomatikus kifejezéseket tekintik szólásoknak (pl. egy füst alatt, bottal üti a nyomát). A teljes mondatértékieket, melyek „nem kapcsolódnak utalószóval a kontextushoz” közmondásoknak hívják (Forgács 2007:98). Fontos kritériumként megemlíti még, hogy a közmondások általában magas ismertséggel bírnak, tanáccsal szolgálnak, és rövid formában fogalmazznak meg egy bölcsességet.

Az érzelmi-hangulati velejárók fokozatai és az alaki összeforrottságuk alapján Zsemlyei (2010) a szokványos kifejezésmódokat, közmondásokat, szólásokat, szóláshasonlatokat, szállóigéket osztályozta. Vegyük nagyjító alá csoportosítását:

- szokványos kifejezésmódok (minden szót eredeti értelemben használunk)
 - ❖ társalgási vagy népmesei fordulatok (erősen kötődnek egy – egy szituációhoz, de stílushatásuk nem jelentős) pl. Wie geht's? Mit freundlichen Grüßen. – Mi újság? Baráti üdvözlettel.),
 - ❖ körülírások (ünnepélyesebbé vagy hivatalosabbá teszik a stílust, fogalmi tartalmuk egy igével is kifejezhető) pl. seine Einwilligung geben – beleegyezését adja),
 - ❖ közhelyszerű kifejezések (rendszerint csak tréfás használatban vannak, van némi képi jellegük, de nélkülözik a szemléletességet pl. Bretter, die die Welt bedeuten – a világot jelentő deszkák),
 - ❖ képes kifejezések (alakilag erősen kötöttek, hangulati velejárójukkal képszerűen fejezik ki a jelentéstartalmat, de végbement bennük egy jelentésváltozás, ami egyértelműnek tűnik pl. jemandem den Rücken kehren – hátat fordít vkinek),
 - ❖ végül a szakkifejezések csoportja (több szóból állnak, nincs hangulati velejárójuk, de a szaknyelvben nélkülözhetetlenek pl. einfacher Satz, im Namen des Gesetzes – egyszerű mondat, a törvény nevében),
- szólások (több szóból álló, gazdag hangulati tartalmú frazeológiai egységek, amelyekben a szavakat átvitt vagy képes értelemben használjuk), alaki típusaik szerint feloszthatók
 - ❖ igés szerkezetekre (az igék a mondatba ragozás útján illeszkedtek be pl. keinen Cent/Pfening wert sein – hajítófát sem ér),
 - ❖ főnévi értékű szólásokra (pl. Volkes Stimme ist Gottes Stimme – A nép szava isten szava),
 - ❖ melléknévi értékű szólásokra (pl. mit allen Wassern gewaschen sein – minden hájjal megkent),

- ❖ határozószói értékű szólásokra (pl. etwas auf eigene Faust tun – saját szakállára tesz valamit),
- ❖ párhuzamos felépítésű szólásokra (gyakran rímes kifejezések, többnyire állítmánnyal helyettesíthetők a mondatban pl. sicher ist sicher – biztos, ami biztos, weder Hand noch Fuß haben – se füle, se farka),
- ❖ teljes, kiegészítésre nem szoruló mondatokra (formailag a közmondásokhoz állnak közel mivel teljes mondatok, viszont szóértékűek és ezért a szólások közé soroljuk őket pl. Zeit ist Geld – az idő pénz) osztja,
- közmondások (eredeti vagy átvitt értelemben használt általános érvényű igazságot kifejező mondatok, sokszor egy ítélet kifejezői, nyelvi szempontból teljes mondatok, önmagukban zártak, mindig kifejezik a beszélő véleményét, állásfoglalását pl. Wer wagt, gewinnt – Aki mer, az nyer),
 - ❖ emberrel kapcsolatos közmondások (pl. Irren ist menschlich – Tévedni emberi dolog),
 - ❖ életmegnyilvánuláshoz, tevékenységhez fűződő közmondások (pl. Wie man sich bettet, so liegt man – Ki mint veti ágyát, úgy alussza álmát),
 - ❖ munkával, neveléssel, takarékossgal kapcsolatos közmondások (pl. Wer den Pfennig nicht ehrt, ist des Talers nicht wert – Ki a kicsit nem becsüli, a nagyot nem érdemli),
 - ❖ gazdaregulák (a paraszti élettel, földműveléssel, állattenyésztéssel kapcsolatos közmondások pl. Wer nicht arbeitet, soll auch nicht essen – Aki nem dolgozik, ne is egyék),
 - ❖ az időjárással kapcsolatos, jeles napokhoz fűződő közmondásokat (pl. Grüne Weihnachten, weiße Ostern – Fekete karácsony, fehér húsvét),
 - ❖ az egészségügyi tanácsokat, étkezéssel kapcsolatos szabályokat (pl. In einem gesunden Körper wohnt ein gesunder Geist – Ép testben ép lélek),
 - ❖ és a konvencionális kifejezéseket (szójárások, amelyek fontos jellemzője, hogy ezeket a megszokás tartja életben és bizonyos helyzetekben mondjuk el őket, még ha a megállapításnak nem is tulajdonítunk jelentőséget pl. alles in allem – mindent egybevéve, fix und fertig sein – teljesen kész van),
- szállóigék (használati körük szűkebb, mint a többi frazémaé, olyan frazeológiai egységek, amelyek történelmi forrását, irodalmi, művelődéstörténeti eredetét egy névhez vagy egy időszakhoz vagy egy bizonyos eseményhez tudjuk kötni, így használatuk többé-kevésbé tudatos).

Eredetüket szemlélve lehetnek

- ❖ Bibliából származók (pl. verbotene Früchte – tiltott gyümölcs, Wer anderen eine Grube gräbt, fällt selbst hinein. – Aki másnak vermet ás, maga esik bele.),
- ❖ ókori görög és római irodalomból valók (pl. Der Würfel ist gefallen. – A kocka el van vetve. Brutus, auch du? – Te is fiam, Brutus?),
- ❖ más népektől származók (pl. Das Kunstwerk der Zukunft – A jövő zenéje, La forza del destino – A végzet hatalma),
- ❖ magyar múlt, irodalomra, művelődésre visszavezethető szállóigék (pl. Öreg ember nem vén ember, Búsuljon a ló, elég nagy a feje.).

Megemlítendők az ún. wellerizmusok, vagy ahogy Mieder Wolfgang (1979) alapján Vargha Katalin és T. Litovkina (2007) hívja, az antiproverbiumok, amelyek esetén olyan közmondásokat vagy közhelyeket alkalmaznak a beszélők, amelyeket ők ironikusan kiegészítettek vagy parodizálják azokat (pl. Aki másnak vermet ás, az a sírásó). A közmondások elferdítésének a célja legtöbbször a nyelvi humor, a poén megjelenítése, ami azonban csak akkor működik, ha az eredetét is ismerjük. Ahogy a társadalom, úgy a nyelvhasználat is változik. Kutatóknak gyűjteniük és vizsgálniuk kell ezeket a közmondásferdítéseket, még ha némelyek értelmetlennek, közhelyszerűnek és vulgárisnak is hatnak.

Forgács (2007) a wellerizmusokat „az ún. epikus proverbiumok” (Forgács 2007:109) csoportjába sorolja. Növekvő népszerűségüket ironikus jellegüknek köszönhetik. A wellerizmusok apró tréfák, amelyek humorossága „a norma szerinti értelmezés és a realitás ellentmondásából fakad” (Mieder 1979:12, vö. Forgács 2007). A wellerizmus általában három részből áll: az alapjául szolgáló komolyan tekinthető közmondásból, a ’mondta XY’ részből és a szituációt bemutató harmadik részből, amelyben a humoros, elferdített kifejezés megjelenik, és a komolyság feloldódik (pl. Ende gut, alles gut – sagte der Sterbende, als ihm die Lottozahlen mitgeteilt wurden. – Minden jó, ha vége jó – mondta a haldokló, mikor közölték vele a lottószámokat. (Forgács 2007:110).

1.3.2. Szóláshasonlatok

A beszélő egy tulajdonságot, tevékenységet, állapotot stb. hasonlít össze egy pl. az emberekről, állatokról, gépekről alkotott általános elképzeléssel (pl. fleißig wie eine Ameise – szorgos, mint a hangya). A mint hasonlítószó kifejezi, hogy ezeknél a szóösszetételeknél a

mód nagy szerepet játszik, azaz gyakran módhatározó szereppel bírnak (pl. weiß wie Schnee – fehér, mint a hó) (Földes/Kühnert 1992).

Hadrovics (1995) a szóláshasonlatokat, mint hasonlító mellékmondatokat tárgyalja. A két mondat vagy tagmondat között leggyakrabban a mint kötőszó szerepel, ennek a főmondatban az olyan, úgy, annyi stb. megfelelői szerepelhetnek. Más korrelatív párok is előfordulhatnak pl. annyi-amennyi. Eredetüket tekintve a hasonlatok lehetnek népnyelvi (pl. annyit ért hozzá, mint tyúk az abécéhez), irodalmi eredetűek (pl. Itthon jobb ízű énnekem A fekete, mint máshol a fehér (Petőfi idézi Hadrovics 1995:137), de származhatnak a mindennapi életből is (pl. fehér, mint a fal).

Kerékjártó Ágnes (1999) komparatív idiómákról, körülíró kifejezésekről beszél a szóláshasonlatokkal kapcsolatban. Ezekben az alapegység egy melléknév vagy egy ige, amelyeket fokozunk vagy tagadunk az általuk megjelenített tulajdonság vagy cselekvés erősségének befolyásolása érdekében (pl. iszik, mint a kefekötő).

A hasonlatokat gyakran a frazeologizmusok alosztályának tekintik. A frazeologizmusok jellemzőit, azaz a többtagúságot, idiomatikusságot, rögzültséget (részben) magukban hordozzák, véli Barbara Stein (2001). A lexikai-szemantikai rögzültséggel kapcsolatban azonban megjegyzi, a hasonlatok között vannak olyanok is, melyek egyes elemei másikra cserélhetők (pl. wie ein Esel/Ochs/Ochse am/vorm/vor dem Berg stehen; dastehen wie ein Esel/Ochs/Ochse am/vorm/vor dem Berg – Áll, mint szamár a hegyen/Áll, mint bálám szamara).

Egy bizonyos cselekvést vagy folyamatot fejezünk ki egy objektív hasonlattal, ahol néhány elem egy szemantikai átalakuláson megy keresztül, de a képszerűsége egy, az adott nyelvi közösség szimbolikájában mélyen gyökeredző entitás. A hasonlatok ezáltal a mondandónak nagyobb fokú expresszivitást kölcsönöznek (pl. frieren wie ein Hund – fázik, mint a kutya) (Földes 2007).

Forgács (2007) szerint a hagyományos értelemben vett szóláshasonlatok mindig két részre oszthatók, melyeket rendszerint a mint kötőszó kapcsol össze. Idiomatikus jellegüket tekintve nem idiomatikus (egyik tagjuk sem idiomatikus pl. stolz wie ein Hahn – büszke, mint a páva) vagy részben idiomatikus (a főmondat nem idiomatikus, de a mellékmondat igen pl. Schreit wie eine gestochene Sau - Ordít, mint a fába szorult féreg) szókapcsolatokról beszélhetünk. A mellékmondati rész legtöbbször a főmondatban elhangzott állítás erősítését, képszerű megjelenítését szolgálja (pl. Arm, wie eine Kirchenmaus – Szegény, mint a templom egere). Ugyanakkor léteznek olyan állandósult szókapcsolatok is, melyek nem csupán hasonlítást tartalmaznak, hanem a mellékmondati részben egy „következményes

jelentésárnyalatú mellékmondati elemet” is (pl. Olyan hideg van, hogy ölbe viszik ki ugatni a kutyát). (Forgács 2007:75)

A szóláshasonlatok egy főmondatból és egy hiányos szerkezetű hasonlító mellékmondatból álló mondatalakú frazémák. Nem a hasonlóságot kívánják kimutatni, hanem a hasonlat alapjául szolgáló tulajdonságot, cselekvést akarják nyomatékosan kifejezni pl. wie ein rohes Ei behandeln – úgy bánik vele, mint a hímestojással (ném. nyers tojással). Tartalmilag már sok esetben annyira elszegényesedtek, hogy csak a stilisztikai dísz szerepét töltik be, írja Zsemlyei (2010) érzelmi alapú osztályozásában.

1.3.3. Szituatív klisék

Gyakran használják egyes frazeológiai kifejezésekre az elcsépett, elhasznált jelzőket, amellyel negatív színezetet kapnak. Állandósult szókapcsolatok, amelyek pontosan egy adott szóösszetételben szilárdultak meg, sokak szerint szintén elnyűtté válnak, divatba jönnek, használják őket és újra feledésbe merülnek. Frazeologizálódnak, amennyiben egy konkrét politikai vagy gazdasági helyzetben különösen megfelelőnek tartják őket és a metaforikus szóösszetétel egy csapásra eszünkbe jut (vö. Burger 1998).

A szituatív klisék több csoportjáról beszél Forgács (2007). Az egyikbe az olyanok tartoznak, amelyeket indulatszókkal is ki lehet fejezni (pl. Zurück mit den Windhunden! – Hátrább az agarakkal! Csak ne olyan hevesen!), míg egy másikhoz egy bizonyos kérdésre adott válaszokat soroljuk, amelyek közeli rokonságban állnak a szóláshasonlatokkal. Egy további típust alkotnak azok a kitérő válaszok, amelyeket akkor mondunk, ha nem kívánunk egyenes felelni egy kérdésre (pl. Hogy érzi magát? Mint kutya a kútban. Forgács 2007:78).

A szituatív klisék beszédhelyezethez kötött, „pragmatikus helyzetmondatok” (Bárdosi 2009:8), konvencionális szójárások pl. Szépre száll a füst, Most ugrik a majom a vízbe.

1.3.4. Közhelyek

A közhelyek nem metaforikus frazeológiai mondatok és csak enyhe fokú formalitást mutatnak, ezáltal nehéz elkülöníteni őket pl. a kliséktől vagy a sztereotípiáktól. Általában kijelentő mondatok, nincsenek kommunikációs szituációhoz kötve, s gyakran (pl. párbeszédekben) csupán fatikus funkciót töltenek be (pl. Wie geht's? – Hogy vagy?, Alles klar? – Minden világos? (Burger/Buhofer/Sialm 1982).

Burger (1998) tovább viszi a gondolatot: A közhelyek nem újdonságokat fogalmaznak meg, hanem egyértelmű megállapításokat, ezért gyakran evidenciaformulának (Evidenzformeln) is hívják őket (pl. Man lebt nur einmal! – Egyszer élünk!). Olyan szófordulatok, melyek alapvető, általános tudásunk révén mindenkinek magától érthetőnek. A beszélő nem csupán fölösleges dolgokat kíván kifejezni, hanem a cselekvésekhez való hozzáállását, illetve a cselekedetek értékelését.

Forgács (2007) közhelynek tekinti azokat a szóösszetételeket, mondatokat, melyek idővel elkopottá, tartalmatlanná válnak közismertségük miatt. Egyfajta divatszónak tartja azokat, hisz van, aki használja, és van, aki elítéli őket. Mindenképpen hangsúlyozni kell azonban, hogy a közhelyek nem alkotnak külön kategóriát a frazeologizmusok között, hanem csupán „szerkezeti, illetve szemantikai osztályozást keresztező stilisztikai kategória” elemei (Forgács 2007:85). Bárdosi (2009) szerint a közhelyek általános érvényű, életbölcsest megfogalmazó mondatértékű közmondások, szokásmondások (pl. Eile mit Weile – Lassan járj, tovább érsz.).

1.3.5. Funkcióigés kapcsolatok

A frazeológia e területe egyre nagyobb jelentőséget kap, ami főként a szaknyelvi terminológia terjedésének köszönhető. Az ebbe a csoportba sorolható kifejezések akár egy szóval is helyettesíthetők (pl. Entscheidung treffen/s. entscheiden – döntést hozni/dönteni).

A funkcióigés kapcsolatokat (Funktionsverbgefüge) a kollokációk részének tekinti Burger (1998). Úgy véli egy erősen szabályozott szóösszetételről (pl. einen Auftrag erteilen – megbízást ad) van szó, amelyek igéből képzett főnévből (pl. beauftragen/Auftrag – megbízni /megbízás és egy szemantikailag jelentést nem hordozó igéből állnak (pl. erteilen – ad, oszt). Mivel azonban az egyes igei szerkezetekben nem ugyanazok az igeik szerepelnek, már egy enyhe frazeologizáló szempontot is megfigyelhetünk. Ez főként az olyan összetételeknél szembetűnő, amelyeknél nem egy egyszerű ige szerepel tagként (pl. Initiative ergreifen – megragadja a kezdeményezést).

Forgács (2007) azokat a szó szerkezeteket sorolja ide, melyek egy igéből és egy hozzá kapcsolódó toldalékos főnévből állnak. Az „igei fej” (Forgács 2007:85) nem bír önálló jelentéssel, inkább segédige funkciója van. A funkcióigés szerkezetek jellemzőit Forgács az alábbiak szerint foglalja össze:

- legtöbbször egy egyszerű igével, néha egy főnévvel vagy melléknévvel egyenértékűek pl. zum Ausdruck bringen/ausdrücken – kifejezésre juttat/kifejez, in Verdacht geraten – der/die Verdächtige – gyanúba kerül/gyanúsított, die Fähigkeit besitzen/fähig sein – képesnek lenni/képes valamire,
- az ige, főnév, melléknév ugyanabból a tőből képződik, mint a szerkezetben levő főnév is pl. eine Korrektur vornehmen/korrigieren – korrigál, an jmdem, etwas Kritik ausüben/kritisieren – kritikát gyakorol/kritizál,
- a szerkezet igei része kiüresedett, általános jellegű (pl. csinál, folytat, ad, jön) csupán grammatikai funkcióval bír, így a szóösszetételek „szemantikai magját a főnév viseli” (Forgács 2007:86),
- a funkciógés szerkezethez kapcsolódhat egy önálló bővítmény, ami azonban nem mindig egyezik meg az egyszerű ige vonzatával pl. einen Entschluss fassen/sich entschließen zu+Dat – döntést hoz/dönt,
- a szóösszetételeknek és az egyszavas formuláknak más a szintaktikai kapcsolódása, nem bővíthetők ugyanúgy pl. einen wichtigen Antrag stellen - *wichtig beantragen – egy fontos kérvényt nyújt be - fontoson kérvényez,
- a funkciógés kapcsolatok sokszor érzelmileg is mást fejeznek ki, mint az egyszavas kifejezések, mert a funkciógék némileg megőrizték eredeti jelentésüket, így szemléletesebbek, elvontabbak pl. in Vergessenheit geraten/vergessen – feledésbe merül/elfelejtődik.

1.3.6. Kollokációk

Burger (1998) kollokációnak azokat az állandósult szókapcsolatokat tartja, melyek csak részben vagy egyáltalán nem idiomatikusak. A kifejezés tagjait (sokszor) szemantikai okok nélkül használjuk együttesen (pl. fogat mos és nem fogat pucol, sikál stb.). Burger a kollokációk közé sorolja még a funkciógés szerkezeteket és utal arra, hogy ezek egyre nagyobb számban fordulnak elő szakmai szövegekben (pl. Geld abheben – pénzt vesz fel).

A mai napig nincs teljes egyetértés a kutatók körében a kollokációk terminológiai és tartalmi definícióját illetően. Vannak azonban a kollokációknak olyan szabályosságai, amelyek mindegyikre jellemzőek. A kollokáció egyik tagja átvitt értelemben használatos és több jelentéssel (is) bír (pl. kalter Kaffee – egyrészt szó szerint hideg kávét, ugyanakkor unalmas dolgot is jelent) (vö. Scherfer 2001).

Azokat a nem (pl. gesellschaftlicher Zusammenhalt – társadalmi összefogás, aus technischen Gründen – technikai okokból) vagy csak gyengén idiomatizált szókapcsolatokat (pl. Schwarzwirtschaft – fekete gazdaság, soziales Netz – szociális háló) értik a kutatók kollokáció alatt, „amelyeknek tagjai között a gyakori együttes használat következtében egyfajta lexikai szolidaritás, affinitás jön létre” (Forgács 2007:88). Ugyanakkor Forgács (2007) utal arra is, hogy sok közhelyszerű fordulat és funkciógés szerkezet is ebbe a kategóriába sorolható.

Reder (2011) szerint nincs egységes kollokáció definíció, ami a jelenség komplexitására, illetve az eltérő megközelítési módokra vezethető vissza. A szemantikában kollokáció alatt a szavak mondaton belüli egymáshoz viszonyított jelentésbeli összeférhetőségét értjük, ami azonban gyakran nyelvspecifikus (pl. Ordnung halten – rendet tart vs. Höchstleistungen erbringen – csúcsteljesítményt *hoz nyújt).

Amennyiben a kollokációkat a frazeologizmusok részeiként értelmezzük, kötött, de nem idiomatikus szóösszetételekről beszélhetünk. A kollokációkat összetételekként (és nem szavakként) kell megtanítani és megtanulni, azzal a céllal, hogy a tanuló mentális lexikonában kialakuljon egy pszicholingvisztikai rögzültség az adott kollokációval kapcsolatban.

A kollokációk a szövegek megértésében általában nem okoznak problémát, sokszor fel sem tűnnek az olvasás vagy a hallás során, mégis, ha két szó rosszul van összekapcsolva, hibásnak érezzük a szöveget (pl. die Meinung *machen sagen – véleményt *csinál, mond). A stilisztikailag megfelelő szóösszetételekben számos kollokációval találkozhatunk. A kollokációk alkalmazása Häcki Buhofer/Dräger/Meier/Roth (2014) szerint a nyelv tudat alatti helyes használatát jelenti.

1.3.7. Onimikus frazeologizmusok

Funkciójuk, hogy tulajdonnevet jelentsenek pl. Das Weiße Haus – Fehér Ház, Das Rote Kreuz – Vöröskereszt. A frazeológiai szakirodalomban gyakran nem sorolják őket a frazémák közé, szemantikai speciális helyzetük miatt nem tartoznak a lexikológia tárgykörébe (nincs önálló jelentésük, csak egy dolog azonosítására szolgálnak). Amennyiben mégis a frazeológiai egységek közé kívánjuk sorolni őket, akkor a legmagasabb besorolási szinten, mint önálló szemiotikai csoportot kell megneveznünk őket. A frazeológiába sorolásuk mellett szól, hogy némely szempontból ugyanúgy viselkednek, mint a többi frazéma, amennyiben a lexikális jelentés, amelyet az egyes elemek a konkrét névtől függetlenül birtokolnak bármikor megújíthatók (Burger 1998).

A tulajdonnévvel egyenértékű két vagy több szóból álló szókapcsolatokat és a „névfelidéző metaforikus szókapcsolatokat” (Forgács 2007:90) nevezi Forgács (2007) onimikus frazeologizmusoknak. Az utóbbiakat nem nagybetűvel írjuk, de egyenértékűek a tulajdonnevekkel (pl. Wall Street – az amerikai tőzsde, der schwarze Kontinent – a fekete kontinens-Afrika).

1.3.8. Frazeológiai terminusok

Burger/Buhofer/Sialm (1982) szerint a frazeológiai terminusok esetében főként mondatrésztértékű frazémákról beszélünk. Jelentésük nem vezethető le összetevőikből. A szemantikai specializáció abból a referenciális funkcióból ered, miszerint az ilyen kifejezések egy dolgot, nevet, intézményt jelentenek pl. DDR/Deutsche Demokratische Republik – NDK /Német Demokratikus Köztársaság. E meghatározás alapján többen az onimikus frazeologizmusok közé sorolják ezeket a kifejezéseket (vö. Burger 1998, Forgács 2007).

Ugyanakkor egy elhatárolt szakmai rendszerben értelmezett olyan tárgyat, összefüggést határoznak meg, mely normalizált és egyértelműen definiálható (pl. Kursschwankung – árfolyamingadozás).

Burger (1998) szerint az a különleges ebben a kategóriában, hogy éppúgy viselkednek, mint bármelyik egy szóból álló szakkifejezés, azaz jelentésük kötött és csak egy bizonyos szakmai alrendszeren belül értelmezhető. Ugyanakkor hozzáfűzi, hogy csak azokat a szóösszetételeket tekinti frazeológiai terminusnak, amelyeknek a köznyelvben másodlagos, metaforikus jelentésük van (pl. Eigentor schießen – öngólt lő).

Ilyen szakkifejezésekkel az élet minden területén, pl. játékokban (pl. jemanden matt setzen – mattot ad), így a gazdaságban (pl. Gewerbesteuer – iparüzési adó) is találkozunk. A média hatására populárisává válnak, így egy idő után már különösebb szakmai ismeret nélkül is érthetővé válnak.

A legalább két szóból álló szaknyelvi kifejezéseket, melyek jelentése rögzített, normatív és csak a megfelelő nyelvi regiszterben értelmezhető tekinti Forgács (2007) frazeológiai terminusoknak (pl. natürliche Person – természetes személy, zähfließender Verkehr – sűrű forgalom). Megjegyzi, hogy pl. Wolfgang Fleischer (vö. Harald Burger 1998:46, Forgács 2007:94) nem sorolja ezt a csoportot a frazeologizmusok közé, noha az utóbbi időben egyre nagyobb figyelem fordul feléjük a kutatásokban. Az állattanban, botanikában használt efféle szóösszetételeknek a fő funkciója a névadás (pl. Löffelreihen –

kanalas gém, Fliegenpilz – légyölő galóca), így szoros kapcsolatban állnak az onimikus frazeologizmusokkal.

1.3.9. Páros frazeologizmusok

Hadrovics (1995:85) „páros kapcsolatok” elnevezéssel illeti az ikerszókat,

- „az ún. mellérendelést, mint dül-fül,
- a töismétlő, de egyik tagjában ragos kapcsolatot, mint a várva-vár, nőttön-nő,
- két külön szónak mindkét tagban azonos ragú kapcsolatát: hegyen-völgyön,
- azonos szavaknak két különböző ragú kapcsolatát: ízről-ízre és végül
- a változatlan alakú szóismétlést: bizony-bizony, lassan-lassan.”

Hozzáteszi még, hogy a páros kapcsolatok és ezáltal az ikresítés valós frazeológiai értéke azzal kezdődik, hogy a szókapcsolat elvont síkra helyeződik át. Egy szóösszetétel konkrét síkon lehet egy egyszerű mellérendelés pl. jól tudok sütni, főzni, varrni stb., viszont elvont síkon a süt-főz kifejezés már frazeologizmusnak számít. A nemzetközi szakirodalom a modellértékű kapcsolatokat és az ikerformulákat sorolja a páros frazeologizmusok közé – szűkíti Hadrovics felsorolását Forgács (2007).

1.3.9.1. Modellértékű kapcsolatok

Azokat a frazeologizmusokat soroljuk ide, amelyeket egy séma alapján képezzük, állandó jelentéssel bírnak és lexikai elemekkel (nagyjából) szabadon bővíthetők. A lexikális kitöltöttség lehet lokális (pl. von Stadt zu Stadt – városról városra) vagy temporális jellegű (pl. Stunde zu Stunde – óráról órára) (vö. Hadrovics 1995, Burger 1998).

Forgács (2007:95) szerint „a többé-kevésbé szabad lexikai elemekkel bővíthető szintaktikai sémákat” soroljuk. Ezek a szókapcsolatok gyakran további szóösszetételek mintájául szolgálnak, a magyar nyelvben nem előljáróval, hanem raggal jelennek meg pl. von Tag zu Tag – napról napra, von Haus zu Haus – házról házra.

1.3.9.2. Ikerformulák

A frazeológiai egységek ezen fajtája nem gyakori a német nyelvben, azonban többször előfordulnak, mint egyéb nyelvekben. Meglehetősen nagyfokú rögzültség, erőteljes

kifejezőmód és képszerűség jellemzi őket. Alkotóelemei egy jelentést fejeznek ki, amelyek általában helyettesíthetők egy másik szinonim kifejezéssel (pl. weit und breit/überall – széltében-hosszában/mindenhol. Az ikerformulák a legtöbb alapszófajban megtalálhatóak és mondatrész funkcióval bírnak. A tagok sorrendje kötött, ha két eltérő hosszúságú szóból állnak, a rövidebb áll elől (pl. nie und nimmer – soha). Kedveltek mondanivalónk felerősítésére, ilyenkor ugyanazon szavakat ismétljük meg (pl. Schlag auf Schlag – nyakra-főre) (Földes/Kühnert 1992).

Ezeket a szókapcsolatokat egy minta alapján képezzük, azaz két azonos szófajhoz tartozó szóból állnak (pl. mehr oder weniger – többé kevésbé) illetve gyakran ugyanazt a szót ismétljük meg kétszer (pl. Tag für Tag – napról napra). Amennyiben különböző szavakról van szó, ezek szórendje többnyire kötött vagy legalábbis létezik egy ajánlott sorrend a szavak között.

Az ikerszavas kapcsolatok gyakran egy nagyobb frazeológiai egység (főként igei frazeologizmusok) részei (pl. mit jemandem durch dick und dünn gehen – tűzön-vízen keresztül menni valakivel). Az ikerszókkal kapcsolatban azt is meg kell jegyezni, hogy gyakran alliterációval hangsúlyozzuk a páros struktúrát (pl. klipp und klar – világos, egyértelmű/szemtől-szembe) (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Burger 1998).

Forgács (2007) szerint az ikerformulák frazeologizmusok közé történő besorolása problémás. Azokat a szókapcsolatokat tekinti ikerformulának, amelyek két ugyanolyan szófajú, sorrendileg kötött szóból állnak (pl. hier und da – imitt amott). A magyar nyelvben ritkák a kötőszavas kifejezések, legtöbbjüket ezért ma már kötőjellel írjuk (pl. ördög és pokol vs. éjjel-nappal, ízig-vérig). Bizonyos ikerformulák részét képezik bizonyos frazeológiai egységeknek pl. kígyót-békát kiállt rá.

1.3.10. Szállóigék

Burger/Buhofer/Sialm (1982) úgy vélik, hogy a szállóigék alapjául manapság már nemcsak irodalmi szövegek, hanem prózai művek is szolgálnak. A filmek, slágerek, reklámszlogenek gyakran nyúlnak ezekhez a kifejezésekhez, gyakran pontatlan idézetekkel, illetve olyan nyelvi módosításokkal, amelyeknél az eredeti szavakra csupán egy szintaktikai váz emlékeztet már (pl. Szabadság. Szeretem. – autóreklám). Lényeges szempont, hogy a szállóigéket csak egy adott közegben használatosak, ha a konkrét közeget elhagyják, ott már csak kevésbé vagy egyáltalán nem ismertek. Éppen ezért gyakran kivesznek nyelvünkől vagy éppen származásuk ismerete nélkül válnak annak részévé.

Burger (1998) úgy véli, hogy már nem csak az irodalmi forrásokra visszavezethető kifejezésekkel találkozhatunk, hisz ma már filmekben, reklámokban is előfordulnak ilyen nyelvi elemek. A szállóigék esetén az a lényeg, hogy a beszélő tudatában van annak, hogy a szókapcsolat egy meghatározható eredettel bír (pl. To be or not to be, that is the question – Lenni vagy nem lenni, ez itt a kérdés – Shakespeare Hamlet).

A szállóigék esetén általános érvényű gondolat jut kifejezésre, legtöbbször buzdító vagy tiltó formában (pl. Hass, alkoss, gyarapíts!) (Hadrovics 1995). Szállóigék alatt Peter Stolze (2001) olyan összetett nyelvi kapcsolatokat ért, amelyeket mindenki ismer, régóta használják őket és visszavezethetők egy irodalmi forrásra vagy történelmi személyre. Manapság azonban egyre jobban háttérbe szorulnak az irodalmi idézetek és helyükre sok esetben sláger- és filmidézetek, illetve reklámszlogenek kerültek (pl. Ich bin doch nicht blöd – Mert hülye azért nem vagyok). Stolze szerint ez azért is van így, mert sokan az irodalmi eredetű szállóigéket már köznyelvi szófordulatként és nem egy írótól származó citátumként azonosítják.

Az ismert szerzőjű, forrású, művelődéstörténeti eredetű állandósult kifejezéseket tekinti Forgács (2007) szállóigéknek. Nemcsak magyar, hanem biblia, görög, latin, német stb. eredetű állandósult szókapcsolatokat ismerünk és használunk, vagy az eredeti nyelven vagy magyarra fordítva (pl. a latin kifejezést: *exceptio probat regulam* – tévesen fordították le, viszont a mai köznyelvben már ez a formula vált általánossá: *Kivétel erősíti a szabályt* – *Ausnahmen bestätigen die Regel* – helyes fordítása a kivétel teszi próbára a szabályt lenne. Manapság egyre több médium, reklám is forrása lehet szállóigéknek, ezekkel naponta találkozunk, alakítják értékrendszerünket és befolyásolják nyelvünket is (pl. *Gut, besser, Gösser* – sörreklám, *Haribo macht Kinder froh und Erwachsene ebenso* – Gyermek, felnőtt kedve jó, édes élet HARIBO – cukorkareklám).

A következő fejezet a gazdasági szaknyelv területére vezet át. A szaknyelvek vizsgálata segítségével közelebb kerülünk az empirikus kutatások szempontjából fontos tárgykör, a gazdasági frazeologizmusok témájához.

1.4. Részkonklúzió

- A frazeológiára nyelvi kettősség jellemző. Megvan benne egyrészt a nyelvi kreativitás, az, hogy a beszélő képes a mindennapi kommunikációja során egyedi mondatokat, szövegeket létrehozni. Másrészt használatukkal nyelvi készletünk már meglévő elemeit hívjuk elő automatikusan, ismételtjük szinte frázisszerűen (Balázs 2004).
- A frazeologizmusok a nyelvi közösségek sajátos kötőelemei, színesítik, élénkítik a nyelvet. Ismeretük birtokában az interkulturális kommunikációban félreértéseket lehet elkerülni. Használatuk elősegíti azt, hogy egy nyelvközösség valakit tagjának ismerjen el.
- A frazeologizmusok egy interakciós-helyzetben, egy szövegben történő használatának sokféle kommunikációs, stilisztikai, pragmatikai valamint érték-hordozó és -közvetítő funkciója van. A más nyelvi egységekkel, jelenségekkel való szoros összefüggés rávilágít arra, hogy a frazeologizmusok kutatása csak más nyelvészeti részterületekhez való viszonyán keresztül lehetséges.
- A frazeológia, mint nyelvészeti diszciplína megalapítójaként Ch. Ballyt említik, akitől a frazeológia műszót is származtatják. Bár Bally a frazeológia lényegét csupán a szemantika oldaláról közelítette meg, munkásságát a frazeológia összes későbbi kutatója elismerte (vö. Juhász 1980, Donalies 2009).
- Az állandósult szókapcsolatok kutatásának gyökerei elsősorban a Szovjetunióban keresendők. A szovjet kutatók iskolát teremtettek az új megközelítési móddal, ami a későbbi kutatók számára kiinduló pontként szolgált. A Szovjetunóban a lexikológiai kutatások, míg a nyugati országokban a nyelvtan vizsgálata élvezett elsőbbséget.
- Magyarországon is több évszázada gyűjtik, rendszerezik és kutatják a frazémákat. A kutatások kezdetén a figyelem középpontjában a szólások / közmondások álltak, ez azonban a vizsgálati területek kibővülésével megváltozott. O. Nagy óta a szólásokat a frazeológiai részeként tanulmányozzák, s nyelvészeti diszciplínaként kezelik.
- A frazeológiai egységek jellemzőivel kapcsolatban nem alakult ki egységes felfogás a kutatók között. Azonban a polilexikalitás, a rögzültség és az idiomatikus jelleg szinte minden frazeológiával foglalkozó szakembernél fellelhető szempont.

- Dolgozatomban, a továbbiakban frazeologizmus alatt egy, két, vagy több szóból álló, állandósult szókapcsolatokat értek, melyek a nyelvközösségben egy lexéma szerepét töltik be (vö. Hessky 1987, Levin-Steinmann 2004, Forgács 2007).
- Ugyanakkor a frazeológia bővebben értelmezett tárgykörébe tartozónak tekintem még a szólások, közmondások és proverbium elnevezéseket is. Ezek a fogalmak általános érvényű igazságot, bölcseletet, sokszor a beszélő érzelmeinek megnyilvánulását fejezik ki.

2. A szaknyelvek és a gazdasági szaknyelv

Ebben a fejezetben a szaknyelvek, a szaknyelveken belül a gazdasági szaknyelv néhány elméleti kérdését taglalom, felvezetve ezzel a nyelv azon jelenségekörét, amelyben, későbbiekben a frazeologizmusok előfordulását vizsgálom. Első lépésben definiálom a szaknyelvet, meghatározom a viszonyát az általános nyelvhez és röviden kitérek kutatásának néhány kérdésére. Ezután a szaknyelvek vertikális és horizontális felosztását tekintem át, végül pedig a gazdasági sajtóban történő előfordulásukra térek ki. Nem célom a szaknyelvek kialakulásának, illetve kutatástörténetének széles körű bemutatása, csupán a kutatásom tárgya szempontjából fontosnak tartott fogalmakat tisztázom.

2.1. A szaknyelv definiálása, jellemzői és helye a nemzeti nyelven belül

A szaknyelvek definiálása a mai napig nem egységes. A meghatározások különbözősége elsősorban a megközelítési módban keresendő. Az eltérő szemléletek bemutatása elengedhetetlen a fogalom leszűkítése szempontjából. Dolgozatomban a nemzeti nyelv, az általános nyelv kifejezéseket értelmi megkülönböztetés nélkül, szinonimaként használom, mivel csupán a szaknyelv, szakmai nyelv fogalmaktól való elhatárolásuk a cél.

2.1.1. A szaknyelvek definiálása

A szaknyelv meghatározása nehézségekbe ütközik, mivel a szaknyelv olykor a nyelvhasználatot, olykor a felhasznált nyelvi eszközöket, máskor pedig a speciális alkalmazási területet, és sokszor mindezek együttesét jelenti (vö. Kurt Kohn 1988).

Létezik-e egyáltalán szaknyelv? Eltér-e a szaknyelv az általános nyelvtől? Ha igen, mi alapján határozható el a köznyelvtől? Csak szókincsében lelhetők fel eltérések vagy vannak egyéb jellemzők is, melyek különbséget mutatnak? Egységes, önálló rendszert képeznek-e a szaknyelvek a nyelven belül? Mi alapján csoportosítjuk őket? Vannak-e különbségek az egyes szaknyelvek között is? Az erre a témára irányuló kérdéseket a végtelenségig lehetne sorolni, ahogy a szaknyelvek definiálására is kutatók sora tett kísérletet (Lubomir Drozd 1964, Dániel Ágnes 1982, Walter Von Hahn 1983, Lothar Hoffman 1984, Kohn Kurt 1988, Hans-Rüdiger Fluck 1996, Kemény Gábor 2001a, Kurtán Zsuzsa 2003, Fóris Ágota 2010, Balázs Géza 2014), egységes válaszok azonban nem várhatók. Mindez többek között a megközelítés

szemléletmódjának (strukturalista, kognitív, funkcionális stb.) tudható be (vö. Fluck 1996, Kurtán 2003).

Több nyelvész például nyelvváltozatnak tekinti a szaknyelvet (vö. Grétsy László 1988, Sebestyén Árpád 1988, Kiss Jenő 1995, Fóris 2010, Váradi Tamás és Héja Enikő 2010), azonban a más és más megközelítési mód és az eltérő tartalmi értelmezés miatt nem alakult ki egységes definíció. Az újabb nyelvészeti ágak 1970-es évekbeli megjelenésével párhuzamosan a szaknyelveket különböző nézőpontokból definiálták, attól függően, hogy a pragmatikai (Dobos Csilla 2005, Balázs 2014) a kommunikációs (Drozd 1964, Wilhelm Schmidt 1969, Von Hahn 1983, Lothar Hoffmann 1984, Borgulya 1994), a szociológiai (Helmtraud Kirschel-Heintzel 1986) vagy akár a szövegnyelvészeti (Pusztai István 1988) szempontokat tartották szem előtt.

Nem értek egyet a meghatározások mindegyikével, illetve vannak, amelyeket csak részben tartok megfelelőnek, azonban saját álláspontom megalapozása végett fontosnak tartom néhány eltérő felfogás bemutatását.

A szaknyelv, véli Drozd (1964) csak a hozzáértők közt működő kommunikációs eszköz, amely nemzeti szinten csoportnyelvvé válik. Drozd szerint tehát a szaknyelvek esetében egy társadalmi nyelvváltozattal van dolgunk, amelyet az emberek csak egy bizonyos csoportja használ. Ez a megközelítés véleményem szerint nem teljesen helytálló, mivel számos szaknyelvi kifejezés már beépült a köznyelvi szókincsbe. Ezeket nem csak a szakemberek használják, gondoljunk az olyan szavakra, mint például a piac, az árfolyamgát, a vállalat vagy akár a billentyűzet, amelyeket az összes társadalmi réteg minden tagja nap, mint nap alkalmaz.

Eduard Beneš (1966) szerint a szaknyelv egy funkcionális beszédstílus, ahol a stílus a nyelv egy bizonyos alkalmazási területére jellemző nyelvi eszközök (szabályszerűségek, normák, tendenciák) használatát jelenti. Megjegyzi ugyanakkor, hogy a szaknyelv semmiképpen nem homogén, hanem belsőleg differenciált és többszintű, a külvilághoz való viszonyától, specializációjától, megközelítési módjától függően változó nyelvezet.

Lubomir Drozd és Wilfried Seibicke (1973) közös írásukban Drozd fent említett definícióját tovább gondolják és azt a konkrét tevékenységet végző emberek speciális kommunikációjának tekintik, amely egy állandóan változó kontextushoz kötött. Úgy vélik, a szakterületek nem alapvetően létező és konstans entitások, éppen ezért nehézségekbe ütközik meghatározni, hogy egy adott időpontban mit tekintünk szakterületnek és hogyan határolhatjuk el azt az ún. általános nyelvtől és az egyéb csoportnyelvektől.

Schmidt (1969) meghatározása a szakmai kommunikációs folyamathoz igazodik. A szaknyelv a szakemberek közti optimális kommunikáció eszköze, amelynek jellemzője a speciális szakszókincs és a speciális normák használata, melyeket az általános nyelvi és nyelvtani eszközökből választanak ki.

Dániel (1982) sokat idézett tanulmányában kifogásolja a szaknyelv kifejezés alkalmazását, mivel szerinte ez arra enged következtetni, mintha a szaknyelv egy különálló nyelv lenne. Helyette az angol Language for Specific Purposes (LSP) mintájára a szakmai nyelvhasználat, a tudományos nyelv helyett pedig a tudományos nyelvhasználat megnevezések mellett teszi le voksát. Dolgozatomban értelmi megkülönböztetés nélkül használom mindkét kifejezést (vö. Kemény 2001a, Fóris 2010).

A szaknyelvkutatás egyik kiemelkedő alakja Hoffmann (1984), a szaknyelvet, mint ahogy sokat idézett definíciójában írja, résznyelvnek / alnyelvnek („Subsprache”) nevezi és a köznyelv részének tekinti. Ezt használói korlátozott kommunikációs színtérben veszik igénybe, de a nyelvi eszközök teljességét érinti, melyek eredetileg a köznyelvhez tartoztak. Tehát az eszköztár nem csak a szakkifejezéseket foglalja magában, hanem pl. fonetikai, morfológiai, szintaktikai és stilisztikai eszközöket is. Az említett nyelvi összetevőket az alábbi három kategóriába sorolja:

- nyelvi eszközök, amelyek minden alnyelvben megtalálhatók,
- nyelvi eszközök, amelyek az összes szaknyelvben fellelhetők,
- nyelvi eszközök, amelyek csak egy szaknyelvben léteznek.

Összefoglaló munkájában Hoffmann kitér arra is, hogy a szaknyelvet nem lehet egyedül a szakszókincessel definiálni. Ezzel a lexika szintjéről áttevődött a hangsúly a szövegek szintjére. A szaknyelv abban különbözik az általános nyelvtől, hogy a köznyelvet egy nyelvrendszer minden beszélője megérti és használja. A szaknyelvet ezzel szemben csak egy bizonyos szakterületen alkalmazzák, a kifejezések egyértelműen definiáltak és a szaknyelv tipikus nyelvi eszközöket használ.

Von Hahn (1983) Hoffmann véleményével ért egyet (vö. Hoffmann 1984), mikor a szaknyelvet öt szempont alapján határolja el a köznyelvtől:

- rendszerszemléletű elhatárolás,
- lexikai-szintaktikai elhatárolás,
- tartalmi elhatárolás,

- beszélő / hallgató elhatárolás (a beszélő és a hallgató számára is ismert nyelvi eszközök használata),
- funkcionális elhatárolás.

Ezzel von Hahn a szaknyelvek a kommunikációban betöltött szerepére is utal. Felosztása többek között a kommunikációs szándékra, a mondanivalóra, a szóhasználatra és a funkcióra helyezi a hangsúlyt. Ez a sokak által képviselt véleményt osztja, miszerint a szaknyelvek használóit egy bizonyos cél vezérli, mégpedig a szakemberek közt végbemenő szakmai témájú és speciális szókincsű nyelvi kommunikáció.

Kirschel-Heintzel (1986) megállapítja, hogy a szaknyelvet a használók szaktudása, érdekei, motivációja, nézőpontja, a szövegkörnyezet stb. különbözteti meg a köznyelvtől. Hét aspektust nevez meg a szaknyelv és az általános nyelv különbségeit illetően:

- a szaknyelv használói szociológiai szempontból csoportot alkotnak, a nyelvhasználattal összetartozásukat is kifejezik,
- a szaknyelv speciális tematikával bír,
- a szaknyelvet speciális közlési céllal alkalmazzák,
- a szaknyelv normatív jellegű (nemzeti, nemzetközi szinten új szavakat alkotnak, amelyekkel a kifejezni kívánt dolgokat, jelentéseket egyértelművé teszik),
- a szaknyelvek regionális jellemzőkkel (is) bírnak,
- a szaknyelvek nem rendelkeznek egységes szintaktikával,
- a szaknyelv szemantikailag és pragmatikailag is eltér az általános nyelvtől (a kifejezések a szaknyelvben sokkal explicitebbek és kevésbé rugalmasan használatosak, mint az általános nyelvben, mégha átfedések és szóátvételek fel is fedezhetők).

Benkő Loránd (1988) szerint is „az az óriási mértékű, nem csak magyar, hanem nemzetközi viszonylatban is megnyilvánuló szemléleti, kategorizálási és terminológiai zűrzavar, amely e téren uralkodik” megnehezíti az egyes nyelvváltozatok elhatárolását (Benkő 1988:16).

Hangay Zoltán (1988) normatív, területi és társadalmi nyelvváltozatokról beszél. Ez utóbbi kategóriába sorolja a szaknyelveket is. Úgy véli, a szaknyelvekkel kapcsolatban helyesebb nyelvváltozatról, nyelvhasználatról, nyelvi rétegről mintsem nyelvről beszélni, mivel sokszor nem rendelkeznek a nyelvekre jellemző ismérvekkel és főként a mindennapos érintkezés nyelvének keretein belül jutnak érvényre.

Fluck (1996) szerint a szaknyelvek, melyeket a standard nyelvvel állítanak szembe, a szakmai kommunikáció részét képezik és a kommunikáció minden formájában (verbális,

nonverbális) tetten érhető. A meghatározás problematikája is ebben rejlik. Többek között azért, mivel magát az általános nyelvet sem sikerült még tökéletesen definiálni. A szaknyelvek mindenekelőtt a szakemberek közti kommunikációt szolgálják és segítik a komplex összefüggések ábrázolását, illetve közlését. Fluck a szaknyelvekkel vagy technolektusokkal kapcsolatban felsorakoztatja

- a munkanyelv,
- a szakmai nyelv,
- a csoportnyelv,
- a kézművesnyelv,
- a másodlagos nyelv,
- a különleges nyelv vagy
- a résznyelv kifejezéseket.

Közös bennük, hogy az általuk megnevezett meghatározások bizonyos tárgyak/dolgok csoportjára vonatkoznak. Leszögezi ugyanakkor, hogy az említett meghatározások szinte kivétel nélkül hiányosságokat mutatnak. A különleges nyelv kifejezés pl. nem helytálló, mivel a szaknyelvi meghatározások egyértelműségével ellentétben több jelentésű szavakat is tartalmaz (pl. diákok nyelvében a fa, szög megnevezése az elégtelen osztályzat), a csoportnyelv meghatározás feltételezi, hogy a szaknyelvi kifejezéseket csak egy bizonyos nyelvhasználói csoport alkalmazza, és mint tudjuk, ez az állítás sem helyénvaló, hisz pl. az árfolyam a tőzsdei szaknyelv része, viszont nemcsak a tőzsdei dolgozók alkalmazzák.

Mint a fenti definíciókból kitűnik, a szerzők speciális kommunikációként, szakmai nyelvhasználatként, rész-, illetve alnyelvként értelmezik a szaknyelvet.

Magyarországon az 1990-es évektől egyre több publikáció, PhD dolgozat, kandidátusi értekezés jelent meg a szaknyelvkutatás területén (vö. Berényiné Pálné 1987, Borgulya Istvánné 1994, Ablonczyné Mihályka Livia 2006, Nádai Julianna Orsolya 2007, G. Havril Ágnes 2009, Dósa Ildikó 2010, Jerkus Tibor Istvánné 2011, Nyakas Judit 2011, Kurtán Zsuzsa 2010, 2014), a kutatók véleménye és álláspontja azonban még a mai napig sem egységes azzal kapcsolatban, mi az, amit szaknyelvnek tekinthetünk, kik a szaknyelvek használói és melyek azok a tulajdonságok, amelyek a szaknyelveket az általános nyelvtől elhatárolják.

Kurtán (2003) különböző nézőpontok alapján definiálja a szaknyelvet:

- a szaknyelv, mint csoportnyelv (bizonyos szakmai csoportokhoz köthető kommunikációra jellemző),
- a szaknyelv, mint alnyelv (szakmailag behatárolható kommunikációs területen használják),
- a szaknyelv, mint funkcionális stílus („valamennyi nyelvi elem különböző célokból való felhasználását, szövegbeli konfigurációját vizsgálja” Kurtán 2003:41),
- a szaknyelv, mint nyelvváltozat (szókészletbeli sajátosságok alapján különül el a többi csoportnyelvtől),
- a szaknyelv, mint regiszter (egy-egy nyelvközösség tevékenységéhez kötött).

Megállapíthatjuk, hogy Kurtán megközelítése igen soknézőpontú. Szempontrendszere összefoglalja mindazokat az elemeket, amelyeket az egyes kutatóknál külön-külön találunk meg.

A szaknyelvet nyelvváltozatnak tekinti Szűcs Gábor (2014) is, de leszögezi, hogy a lektus kifejezés sokkal helyénvalóbb. A szaknyelvelsajátítás egy tudatos folyamat, azonban nem a nyelvet, hanem új ismeretek és az ezekhez tartozó új kifejezések megtanulását jelenti.

Szathmári István a szaknyelvek definiálásának problematikájával kapcsolatban azt mondja: „az értelmező szótár meghatározása a mai igényeknek is megfelel”. Eszerint: „A szaknyelv egy nyelvnek valamely tudomány(ág)ban, szakmában, foglalkozási körben kialakult olyan változata, amely a köznyelvtől főként szókincsében tér el.” (Szathmári 2014:79)

A fenti definíciókat figyelembe véve levonhatjuk a következőt, miszerint *a szaknyelveket a legtöbb kutató nem önálló nyelvnek, hanem egy nyelvváltozatnak, egy csoportnyelvnek, adott esetben nyelvi stílusnak tekinti.*

Az előbbieket szem előtt tartva a szaknyelv legfontosabb attribútumait következőképpen foglalom össze:

- a szaknyelv egy funkcionális nyelvi stílus (Beneš 1966),
- a szaknyelv kognitív műveletek sorozata (Hoffmann 1984),
- a szaknyelv egy társadalmi nyelvváltozat (Seregy Lajos 1988, Szathmári 2014, Szűcs 2014),

- a szaknyelv érinti a nonverbális és verbális kommunikációt (Kiss 1995),
- a szaknyelv az általános- vagy standard nyelv egy alrendszere (Fluck 1996),
- a szaknyelv interdiszciplináris (Kurtán 2003),
- a szaknyelv a szakmai kommunikáció megvalósításának eszköze (Borgulya 2004),
- a szaknyelv egyedi terminológiával bír (Heltai Pál 2004).

Mindezen tényezők figyelembevételével az előfeltétele annak, hogy megértsük a szaknyelvek egymáshoz való viszonyulását és belső tagozódásukat.

2.1.2. A szaknyelvek jellemzői

A szaknyelvek definiálásának és tulajdonságaik meghatározásának egyik nehézsége, hogy a szerzők valamihez viszonyítva tesznek ezekre kísérletet. Ez hol a köznyelv (Hoffmann 1984, Szabó István Mihály 2001), hol az általános nyelv (Seibicke 1959, Rudolf Walter Jumpelt 1959/60), hol a nemzeti nyelv (Pusztai 1988, Bańcerowski 2004), vagy a standard (Jumpelt 1959/60), illetve a természetes nyelv (Bańcerowski 2003, Heltai 2004). Minthogy azonban e fogalmak tartalma és egymáshoz való viszonya sem teljesen tisztázott, a viszonyítás problematikus.

A szaknyelveknek több közös jellemzője van. Mindegyikük szakspecifikus és speciális. Az adott szakterület szakismeretével, módszereivel, feladataival és megközelítési módjával való szoros kapcsolat különbözteti meg őket az általános nyelvtől, amely inkább univerzális és nem feltételez szakismeretet. A szaknyelvi kifejezések azáltal veszítették el univerzális jellemzőiket, hogy kiszakították őket az értelmük szerint összefüggő szavak környezetéből, amelyben eredetileg álltak. Ezáltal jelentésük egyértelművé vált, azonban elvesztették annak a lehetőségét, hogy minden további nélkül új jelentéseket vegyenek fel, változásokon menjenek keresztül. A szaknyelvben nincs helye kétértelműségnek, így Seibicke (1959) szerint a szinonimáknak sem. Az egyértelműség, a jelentéstartalom meghatározása és megmagyarázása, a pontosan körülhatárolható „jelentés” azok a jellemzők, amelyek a szaknyelvet meghatározzák. A szaknyelvek mind egy közös töről fakadnak, ami nem azonos az általános nyelv szellemi alapjával.

Jumpelt (1959/60) szerint a szaknyelvek az általános nyelv affektív funkciójával ellentétben ábrázoló funkcióval bírnak, tehát nem érzelmeinket fejezik ki. Egy másik jelentős különbség abban áll, hogy a szaknyelvi megnyilvánulás lényege a szakszavakban és nem a mondatalkotásban keresendő. Azt is hozzáfűzi, hogy a szaknyelv szegényebb a grammatikai

funkciókban, és inkább a nominalizáció jellemző rá. A szaknyelvek a standard nyelvvel ellentétben szinte kizárólag az írásbeli kommunikációban vannak jelen, szóbeli információcserében csak ritkán fordulnak elő. Jüppelt megfogalmazása óta már tudjuk, hogy a szaknyelvek a szóbeli diskurzusokban és az írásbeli megnyilvánulásokban is egyaránt előfordulnak.

A szaknyelvek és a köznyelv közti eltéréseket Pusztai (1975) elsősorban a szókinésben fellelhető különbségekben látja. Azonban ő is leszögezi, hogy a szaknyelvi szókinés és a köznyelv tartalmaznak azonos kifejezéseket, amelyek csupán jelentésükben mutatnak fel különbségeket, illetve jelölnek különböző fogalmakat. Fontos különbségnek tartja, hogy egy szakszó minden kontextusban ugyanazt jelenti, míg a köznyelvi szavak környezetüktől függően új és újabb árnyalattal (érzelmi, hangulati stb.) ruházhatók fel. Pusztai 1988-as írásában egyértelműen állást foglal a szaknyelvek rendszerként (még ha nem is autonóm) történő ábrázolása mellett (vö. Hoffmann 1984), mikor azt mondja: „Rendszerszemlélet nélkül szaknyelvkutatásról nem lehet szó.” (Pusztai 1988:130). Úgy véli, a szaknyelv az irodalmi – és a köznyelvhez viszonyított különbségek rendszere, amelyek olyan differenciált ismérveket alkotnak, ami által a szaknyelv a nemzeti nyelv egyik változatává, azaz alárendelt fogalmává válik (vö. Hoffmann 1984).

Hartwig Kalverkämper (1990) szintén rendszerszemléletű megközelítésről szól, mikor azt írja, hogy a szaknyelv egy szakterülethez, illetve cselekvéshez kapcsolódó speciális tudást jelent, amely segítségével megérthetjük a szakmai összefüggéseket és az egyes tényeket és ezeket rendszerezni is tudjuk. Ugyanakkor leszögezi, hogy vannak olyan szakterületek (pl. technika, informatika, sport), amelyekkel szinte mindenki találkozik, és amelyek szóhasználatát éppen ezért a legtöbb ember számára ismert. Ezek szakmai szókinésbe beépül az általános nyelvbe, ott állandósul és ezáltal már sokan nem is tekintik azt szakmainak. Éppen ezért minden a tárgyakról, tényállásokról, cselekedetekről (röviden a világról) szóló kommunikációt szakmainak kell tekinteni a jellemzők gazdagságát tekintve. A kommunikáció ebből a szempontból két pólus között, a szaknyelvektől az ún. köznyelv irányába mozogó skálán szemléltethető. A szakemberek közti kommunikációra a kifejezések változatossága, gazdagsága jellemző (szakmához köthető nyelvhasználat például egy vállalat éves beszámolójának részei), míg a „laikusok” közti nyelvhasználatban a szakmai jellemzők szegénysége figyelhető meg (mindennapi életben alkalmazott szakmai kifejezések pl. mosópor összetevői).

Bodnár Ildikó (2010) Hoffmann (1984) alapján a következő jellemzőket sorolja fel a szaknyelvekkel kapcsolatban:

- pontosan, egyszerűen, világosan és logikusan épül fel,
- hiányoznak belőle az érzelmi elemek,
- állandó kapcsolatban van a köznyelvvvel,
- konkrét jelentéssel bíró terminus technicusokat használ,
- más stílusrétegek eszköztárait (is) használja,
- gazdag szimbólumokban, számokban, képletekben.

Cikkében Bodnár rámutat arra, hogy az előbbi felsorolásból hiányoznak a grammatikai ismérvek, amelyeket Hoffmann (vö. Hoffmann 1998) későbbi írásában már maga is kiegészített a következőkkel:

- a szaknyelvi stílusra jellemző a főnévi igeneves szerkezet gyakorisága,
- többszörös jelzős szerkezeteket alkalmaz,
- sokszor használ felsorolást,
- jellemző rá a kijelentő mód és
- a szenvedő igealakok nagy számú előfordulása.

Heltai (2010) a szakmai nyelvhasználat fontos jellemzőjeként a szakmai stílust és a szakmai terminológia alkalmazását hangsúlyozza. A szakmai szövegekre a szaknyelvi frazeologizmusok nagymértékű használata jellemző. A szakmai diskurzusban (is) ugyanazt a célt szolgálják a kollokációk és a formulaszerű elemek, mint a köznyelvi kommunikációban. Megkönnyítik mind a beszélő, mind a hallgató részéről a megértést, egyértelművé és szakmaivá teszik a stílust, és jelzik a szakmai kommunikációs partnerek szakmai hovatartozását is. A szaknyelvi frazeológiát, éppúgy, mint a köznyelvit, „két fő összetevőre oszthatjuk: a szaknyelvi lexikai frázisokra és a szaknyelvi kollokációkra” (Heltai 2010:186). A köznyelvi frazeológiában a sokrétű, színes kifejezések eltérő pragmatikai funkciókkal jelennek meg, a szaknyelvi frazeologizmusoknál kevesebb pragmatikai funkció és lexikai frázis figyelhető meg. Ezeknél inkább „az explicit szövegszerkesztéssel kapcsolatos lexikai frázisok” gyakoribbak (pl. mint ahogy azt az előző fejezetben említettük, összefoglalva az elmondottakat) (Heltai 2010:186).

Heltai (2010) úgy véli, hogy tipikus még a variálhatók kollokációk használata, egy főnév több, de korlátozott számú melléknévvel, vagy tárgyként több, de ugyancsak korlátozott számú igével állhat együtt (pl. óriási/drámai mértékű csökkenés, meglepő/átlagon felüli

növekedést regisztrál). Ezen kívül gyakorta találkozhatunk ún. terpeszkedő szerkezetekkel, amelyek a köznyelvi kommunikációban ritkábban fordulnak elő (pl. Zahlung leisten – (be)zahlen /fizet/, einen Auftrag erteilen – beauftragen /megbízást ad – megbíz/).

Szűcs (2014) szerint az alapvető eltérés a köznyelv és a szaknyelv szókincsében mutatható ki. Úgy véli, hogy míg a tudományos stílus a szakszerűsége, az egyértelműsége, a pontosságra, a logikus felépítésre törekszik, addig a társalgási stílusban érzelmkifejezésekkel, tájszavakkal, archaikus és szleng kifejezésekkel is gyakorta találkozhatunk.

2.1.3. A szaknyelvek helye a nemzeti nyelven belül

Drozd/Seibicke (1973) a szaknyelveket nem önálló nyelvnek, hanem csupán az adott nyelv részének tekintik. A szaknyelv és a köznyelv egymással állandó kölcsönhatásban állnak, a szakmai nyelvhasználatban mindig nyomon követhetők az általános nyelvi alapok, ugyanakkor a nem szakmai szókincs is rendelkezik szakmához köthető kifejezésekkel. Így bármely összefüggő szaknyelvi megnyilvánulás egyértelműen beilleszthető egy természetes nyelvbe. A szakmai- és a köznyelvi kifejezések cseréje a kommunikációs helyzet függvénye. A tudományos-technikai fejlődés hatása a mindennapi életre, az állandó információcsere a modern médián keresztül szintén hatással vannak arra, hogy a szaknyelv és az általános nyelv elhatárolása szinte lehetetlennek tűnő feladat. A probléma abban is áll, hogy mit tartunk egy nemzeti nyelven belül szaknyelvi megnyilvánulásnak és vajon egy nem általános szókincs megléte elengedő-e ahhoz, hogy szaknyelvről beszéljünk (vö. Seibicke 1959).

A szaknyelveknek a nemzeti nyelvben történő elhelyezéséhez nézzük meg Sebestyén (1981) álláspontját: nemzeti nyelvnek tekinti a belső nyelvváltozatok összességét. Ezen belül megkülönbözteti a normatív (irodalmi nyelv, köznyelv), a területi (nyelvjárástípusok, helyi nyelvjárások) és a társadalmi (szaknyelvek, hobbinyelvek, életkori nyelvváltozatok, argó) nyelvváltozatokat. Sebestyén tehát nem tekinti önálló nyelvnek a szaknyelveket, hanem csupán egy társadalmi csoport által használt köznyelvi nyelvváltozatnak.

Hasonlóan gondolkodik Nyirkos István (1981) is, miszerint a nemzeti nyelv, mely írott és beszélt változattal bír, viszonylag egységes szerkezetű. Ezen belül megkülönböztetünk irodalmi nyelvet, köznyelvet és népnyelvet. Mindhárom variánsnak létezik írásbeli és szóbeli változata is. Köznyelvnek az irodalmon kívüli, nem nyelvjárás jellegű írott és beszélt nyelvváltozatot tekintjük, a szaknyelv, a hivatali nyelv stb. ez alá tartoznak (Nyirkos 1981). Írásában később utal egy igen fontos szempontra is: „Mindezek a nyelvváltozatok

természetesen nem válnak el élesen egymástól: átmenetek, érintkezési pontok találhatók közöttük.” (Nyirkos 1981:25)

Ginter Károly (1988) azt vallja, hogy a szaknyelvi kommunikációval elsősorban írott nyelvi formában találkozunk. A szaknyelv szóbeli megnyilvánulása „megmarad a köznyelv és a szaknyelv határterületének”. (Ginter 1988:387). Szerinte a szaknyelvek ugyanakkor az általános nyelv részei, amelyeket egy egységes magyar nyelvi szerkezet jellemez. Az egyes szaknyelvek a rájuk jellemző szerkezeteket, szóincset használnak fel, ezáltal különülnek el egymástól, illetve az egységes nemzeti nyelvtől is.

Grétsy a társadalmi nyelvváltozatok kifejezést (1988) javasolja a szaknyelvek és a csoportnyelvek összefoglaló elnevezésére. Leszögezi ugyanakkor, hogy a csoportnyelv, amiről ő beszél, nem egy (szociológiai értelemben vett) kiscsoport nyelve, „hanem különböző kiscsoportok nyelvi anyagának összesítéséből származó absztrakció.” (Grétsy 1988:93) Grétsy megfogalmazását cikkében Sebestyén (1988) tovább bővíti, amikor a társadalmi nyelvváltozatokat négy csoportra osztja:

- szaknyelvek
- hobbinyelvek
- életkori nyelvváltozatok
- argó.

Az egyes nyelvváltozatok meghatározásakor fontosnak tartja a szociológiai szempontok figyelembe vételét, hiszen csak úgy lehetséges a csoportra jellemző nyelvi jelenségek behatárolása.

A szaknyelveket, ezen belül a gazdasági szaknyelvet, az általános nyelv alrendszeréiként kezeli Rosemarie Buhlmann (1989). Kifejti, hogy azok a gazdaság területén tevékenykedő szakemberek közti megértést (szimmetrikus kommunikációt) és a szakemberek és nem szakemberek közti kommunikációt (aszimmetrikus kommunikáció) szolgálják.

A szaknyelvek elhelyezésére a nyelvváltozatok között számos kutatónál találunk példákat. Kiss (1995) a nemzeti nyelvre kidolgozott osztályozása a legelfogadottabb és széles körben használt. A mai magyar nyelv nyelvváltozat típusaiból három kategóriát hozott létre:

- köznyelvi változatok (beszélt és írott változat)
- társadalmi változatok (szaknyelvek és csoportnyelvek)
- területi változatok (nyelvjárások).

Kiss megállapítja, hogy a szaknyelvek a (magyar) nyelv nyelvváltozatain belül a társadalmi nyelvváltozatok közé sorolhatók. Egyértelmű, hogy használatuk nem köthető bizonyos tájegységekhez és véleménye szerint nem azonosak a hétköznapi nyelvben meghonosodott szakmai kifejezésekkel. Sokkal inkább társíthatók bizonyos társadalmi réteghez, szakmai körhöz, amely, mint pl. a diákok a diáknyelvet (ld. csoportnyelv) minden nap használják azt kommunikációjukban, s általa fejezik ki együvé tartozásukat.

Ezzel a következtetéssel részben egyet lehet érteni. A diáknyelvnek csakugyan igen jelentős a szociális, az összetartozást megjelenítő funkciója, és ezzel a jellemzővel valóban rendelkezhetnek a szaknyelvek is. Ennél azonban sokkal fontosabb a szaknyelvek szakszavainak terminologizáltsága, egyértelműsége, felcserélhetetlensége. Eme tulajdonságaik következtében képesek a szaknyelvek intézmények, vállalatok keretében szakmaközösségeket, illetve tudásközösségeket életre hívni (Borgulya 2014). A szakszavak jelentésére vonatkozó szigorú kötöttség távolról sem jellemző a csoportnyelvek sajátos lexikájára.

Heltai (2004) egy szakterület fogalmainak megnevezésére a terminológia kifejezést alkalmazza. Mint ebből a meghatározásból is kiderül, Heltai nem köti tudományterülethez a terminológiát, hisz „nem csak a tudományoknak van terminológiájuk” (Heltai 2004:26), hanem az élet legkülönbözőbb területein (pl. zene, kereskedelem, hajózás, sport) találkozhatunk speciális kifejezésekkel. A nézőpont, miszerint egyes beszédközösségek, csoportok, szakterülethez tartozó egyedek használják azokat bizonyos tevékenységek, dolgok megnevezésére, teljes mértékben elfogadható, noha a szaknyelv és a terminológia kifejezések szinonimaként történő alkalmazásával nem értek egyet. Bańcerowski (2004) nem ért egyet Heltaival. Szerinte nem szabad a terminológiát és a szaknyelvekkel foglalkozó tudományokat egy kutatási területnek tekinteni, mivel a szaknyelvekkel a lingvisztika, a terminológiával pedig legfőképpen egy bizonyos szakterület behatóbb tanulmányozása során találkozunk.

A szaknyelvi kutatások sokasodásával egyre több mindent tudunk meg a szaknyelvekről. Azonban még ma is sok a megválaszolatlan kérdés és elég messze vagyunk attól, hogy rendszerüket minden aspektusból megértsük, minden funkciójukat ismerjük. Még csak az elején járunk a szaknyelvek teljes körű megismerésének.

Kurtán (2003) meghatározása alapján *a szaknyelveket csoportnyelvnek, alnyelvnek, nyelvi stílusnak és nyelvváltozatnak tekintem és használom dolgozatomban a következőkben.* Számos kutató véleményét osztva (vö. Drozd 1964, Sebestyén 1981, Grétsy 1988, Hangay 1988, Kiss 1995, Szűcs 2014) *a szaknyelvet a nemzeti nyelven belül a társadalmi nyelvváltozatok közé sorolom, amely folyamatosan bővülő terminológiával bír, és amely*

elsősorban egy szakmai körhöz tartozó beszédközösség kommunikációs eszköze, egyben a szakmai kör, a beszédközösség tagjainak összetartozását és a többi társadalmi csoporttól való elhatárolódását is erősíti.

2.2. A szaknyelv horizontális és vertikális tagozódása

A szakmai nyelvek felosztásának gondolata nem újkeletű probléma. A kutatási terület sem a nyelvészeknél, sem a szakmai szerzőknél nem lezárt terület (vö. Pusztai 1975). A szaknyelvek csoportosításának és besorolásának az igényét már Hoffmann (1984) is megfogalmazta, amikor (az azóta sokak által kiindulópontnak tekintett) a szaknyelvek vertikális és horizontális felosztását felvázolta.

A szaknyelveket többféleképpen osztályozhatjuk. Fluck (1996) szerint horizontálisan szakterületek és szakok alapján és vertikálisan, ami pl. a felhasználási szituációra, a szövegfajtákra és a címzetre épül. Szabó (2001) pedig ezzel kapcsolatban azt vallja, hogy nem ritka a szakterületek egy időben történő vertikális és horizontális szétválása, aminek következtében több irányban is elkülönül(het)nek egymástól és előfordulhat, hogy akár az összes irányban különböző szinteket is létrehozna.

2.2.1. Horizontális tagozódás

A magyar szakirodalomban a szakágak szerinti tagolás Grétsy (et al.) (1980) alapján a következő:

- Filozófia és lélektan
- Társadalomtudományok: szociológia, politikai gazdaságtan, pedagógia, kereskedelem stb.
- Természettudományok: fizika, kémia, hidrológia, geológia, csillagászat, biológia, embertan, állattan, növénytan
- Alkalmazott tudományok: orvostudomány, technika, mezőgazdaság, könnyűipar, nyelvtudomány, földrajz stb.

A horizontális tagozódás modellje azt képezi le, hogy számos szaknyelv létezik egymás mellett. Grétsy véleményét osztom, amelyben felhívja a figyelmet arra a jelenségre, hogy „a társadalmi nyelvváltozatok úgy helyezkednek el az irodalmi és köznyelv mellett, [...] hogy

minden ponton érintkeznek, sőt jelentékeny mértékben átfedésben vannak amazokkal”. (Grétsy 1988:100-101).

Hoffmann (1984) horizontális tagolásában végtelen számú szaknyelvre utal. Ahogy a tudomány, a technika és a társadalom fejlődik, újabb és újabb szakmai tevékenységek jönnek létre, amelyek létrehozzák saját nyelvhasználati területüket is, ami alapján számtalan horizontális kategória állítható fel (vö. Kurtán 2003).

Három területet különböztet meg a horizontális tagozódásban Hugo Steger (1988):

- tudományos nyelv (empirikus kutatásokon és elméleti teóriákon alapuló nyelv),
- a technika nyelve (az eszközökről és használatukról szóló kommunikáció nyelve),
- intézmények nyelve (egy meghatározott struktúrával bíró és bizonyos céllal létrehozott szervezeten belüli kommunikáció nyelve).

Látható, hogy Steger felosztása meglehetősen elnagyolt és hiányos. Csupán három területet sorol fel, ami semmiképp sem elegendő, ha a szaknyelvek sokszínűségét tartjuk szem előtt. Hiányoznak belőle a különböző gazdasági területek, a kereskedelem, informatika vagy akár a közlekedés szaknyelve is.

A szaknyelvek horizontális tagozódásával kapcsolatban Fluck (1996) úgy véli, hogy akár kommunikatív, akár stilisztikai nézőpontból vesszük górcső alá a szaknyelveket, mindig ugyanarra az eredményre jutunk, azaz számtalan szaknyelv létezik egymás mellett, melyek számáról csupán annyit tudunk, hogy éppen annyi szaknyelvvvel találkozhatunk, mint ahány szakterületet ismerünk. Fontos, hogy nem csupán az egyes tudományágakról, mint az orvostudományról vagy a gazdaságról van szó, hanem ezek részterületeiről, úgymint közgazdaság, pénzügy, anatómia, patológia stb. (vö. Fluck 1996).

Thorsten Roelcke (2014) a gazdasági szektorok (elsődleges – termelői, másodlagos – feldolgozó, harmadlagos – szolgáltató) alapján történő horizontális szaknyelvi tagolást javasol. Az eredeti három szektort kiegészítette azonban a negyedleges – információs gazdaság szektorával, amelyhez pl. a kommunikációs technológia, a képzés vagy a tanácsadás tartozik. Roelcke úgy véli, hogy a gazdaság ezen felosztása az összes tevékenységi területet magába foglalja, s éppen ezért alkalmas a horizontális tagozódás alapjául venni. Eszerint:

- az elsődleges szektorhoz tartoznak a kézműves foglalkozások és részben a technika nyelvei,
- a másodlagoshoz soroljuk a technika egyéb és az alkalmazott tudományok nyelveit,

- a harmadlagos szektor érinti az intézmények, az elméleti tudományok és részben az új média nyelvét,
- a negyedleges szektor pedig lefedi az alkalmazott tudományok, a technika, az intézmények és az új média nyelvét.

A felosztásból kiderül, hogy több szakterület több szektornál is helyet kapott, ami Roelcke szerint a különböző szaknyelvi szókinccsek közti átjárhatóságot, a szakkifejezések átfedését hivatott ábrázolni.

A szaknyelvek vég nélküli számának következtében szinte lehetetlen egy teljes horizontális felosztást elkészíteni, hisz folyamatosan jönnek létre új tudományterületek, illetve tűnnek el vagy olvadnak egybe elavultak más területekkel. A szaknyelvek rendszere állandó mozgásban van, ahol némely szaknyelv között szoros kapcsolat, míg mások között semmilyen összefüggés nincs.

2.2.2. Vertikális tagozódás

Mint a horizontális felosztásban, úgy a vertikális tagozódásban is nehézséget okoz egy éles határvonal meghúzása. A vertikális csoportosítás komplexebb megközelítést igényel, mivel itt a szaknyelvek belső differenciálásáról van szó, amelyben olyan szempontok játszanak szerepet, mint a kommunikációs szituáció, az absztrakciós szint és a nyelvi megjelenítés. Attól függően, hogy a kutatás mely nézőpontot tartja fontosnak, két-, illetve háromszintű felosztásról beszélünk.

A kétszintű modelleket elsősorban a Prágai Iskola követői alkották meg a szakmai prózára. A kommunikatív funkció szempontjából elkülönül a szakmai-praktikus stílus, ami a nyilvános nyelvhasználat stílusa pl. munkahely nyelve és az elméleti-tudományos szakmai stílus pl. a tudományok nyelve. Le kell szögeznünk, hogy ezek a stílusok nem egymástól szigorúan elhatárolt sémák, átmenetek és keveredések vannak köztük (Fluck 1996).

A hármas tagozódást, amelyet a szakmai lexika hármas szerepe alapján különítettek el (tudományos, gazdasági és szociális szerep), követi többek között Hans Ischreyt (Fluck 1996:20) és von Hahn (Fluck 1996:21). Ischreyt (1965) három vertikális szakmai és nyelvi absztrakciós szintet vázol fel:

- elméleti tudományok nyelve (kutatók és szakértők nyelve, írásbeli kommunikáció, magas absztrakciós szint jellemzi),

- szakmai köznyelv (szakértők szóbeli kommunikációja, közepes absztrakciós szint jellemzi),
- felhasználói nyelv (a termelés, az ügyvitel és a kereskedelem írásbeli és szóbeli kommunikációja, alacsony absztrakciós szint jellemzi).

Roelcke (2014) kritikát gyakorol az előbbi megközelítési módon. Úgy véli Ischreyt felosztása túlságosan is a természettudományokra és a technikára koncentrálni, és nem fejezi ki azt a sokszínűséget, ami az egyes területeket jellemzi.

Von Hahn (1983) Ischreyt teóriájából indul ki, azonban néhány jellemző vonással egészíti ki, úgymint a beszélő és a hallgató közti távolság, az alkalmazók köre vagy az alkalmazási helyzet (vö. Roelcke 2014):

- tudományos nyelv (a legszigorúbban vett szakmai nyelv, tudományok, kutatások, szakmai könyvek, törvények stb. nyelvezete, leginkább írásos formában találkozunk vele),
- szakmai köznyelv (szakértők közvetlen kommunikációja, amelyben a személyes kontaktus nagy jelentőséggel bír, szakzsargon, belső jelentések, utasítások nyelve),
- felhasználói nyelv (populáris-tudományos szövegek nyelve, a szakmai köznyelv és a tudományos nyelv közti átmenetet jeleníti meg).

A nyelvi kommunikációs környezet vizsgálatakor Hoffmann (1984) öt fő vertikális réteget különböztetett meg (vö. Ischreyt 1965, von Hahn 1983, Kurtán 2003):

- elméleti tudományok nyelve
- kísérleti tudományok nyelve
- alkalmazott tudományok és a technika nyelve
- anyagi termelés nyelve
- fogyasztás nyelve.

A vertikális tagolás nem a beszélő szociális szintjeire, hanem az egy szakmán belüli absztrakciós szintekre vonatkozik. Hoffmann (1984) ez alapján az alábbi kritériumokat határozza meg (vö. Kurtán 2003, Ablonczyné 2006):

- absztrakciós szint
- nyelvi norma
- nyelvhasználati környezet
- kommunikáció résztvevői.

A szaknyelvek vertikális tagozódásának tárgyalásakor mindenképpen ki kell térni Hoffmann (1984) rendszerezésére, melyben az előbb említett öt fő réteghez rendeli a másik három változót (absztrakciós szint, kommunikációs szituációs és nyelvi megjelenítés) (vö. Kurtán 2003, Ablonczyné 2006, Roelcke 2014). Azonban Hoffmann megközelítése sem problémamentes, mivel felosztása nem tér ki az egyes szaknyelvek közti átmenetekre, illetve egyezőségekre. Későbbi munkájában Hoffmann maga is elismeri: „Az egyes szintek a konkrét kommunikációs helyzetben, illetve nyelvi szövegekben ritkán jelennek meg tisztán.”⁸ (Hoffmann 1984:67)

A rétegzettség a szaknyelvek esetén igen szembetűnő, hisz a célcsoport függvényében más szókinccset használ egy vezető szakember, ha egy szakmunkással vagy akár egy segédmunkással kommunikál. Így tehát a szakmai képzettség, a műveltségi szintnek megfelelően belső rétegződés figyelhető meg (Hangay 1988).

Szabó (2001) szerint egy szaknyelv fejlődése vertikálissá válik, ha az alapjául szolgáló szakterület részekre bomlik, s ez által olyan szűkebb, specializált szaknyelvek jönnek létre, amelyekre a kiinduló nyelvközösség tagjainak nagy része nem tart igényt, nem ért vagy nem tartja szükségesnek elsajátítását.

A vertikális tagozódás az egyes szaknyelveken belül figyelhető meg. A nyelvhasználati környezet, a kommunikáció résztvevői és a nyelvhasználat célja szerint eltérő a nyelv absztrakciós szintje és a megnyilvánuló nyelvi forma. A szaknyelv egy folyamatosan változó jelenség, amennyiben mindenképpen a köznyelv az alapja, de szituációtól, szakterülettől függően eltérő lehet a szaknyelviség foka. Mindezek alapján a szaknyelvnek több szintjét lehet beazonosítani, amely szintek száma függhet a kérdéses szakterülettől, valamint a besorolás szempontjaitól (Pusztai 1975, Hoffmann 1984, Kurtán 2003, Nádai 2007, Dósa 2010).

Levonhatjuk azt a következtetést, hogy a szakmai nyelvek vertikális szempontból is folyamatosan változnak, nem állandó egységek. Ez leginkább a lexika szintjén tetten érhető, hisz új szakszavak képződnek (rendszerint átvétellel vagy szóképzési folyamatokon keresztül), mások megváltoztatják jelentésüket, megint mások pedig egyszerűen kiesnek a szakmai szókinccsből.

⁸ A szerző saját fordítása

2.3. A gazdasági szaknyelv

Grétsy (et al.) (1980) értelmében a nyelvtudomány az alkalmazott tudományok közé tartozik. A szaknyelvkutatás a nyelvtudomány része. Ezért a gazdasági szaknyelv kutatása is az alkalmazott tudományok egy részterületének tekintendő. A gazdasági szaknyelvet a szaknyelvek modelljének horizontális tengelyén helyezhetjük el. A következő alfejezetben kitérek a definiálás nehézségeire és a gazdasági szaknyelv horizontális és vertikális tagozódására.

2.3.1. A gazdasági szaknyelv definiálása

A kutatóknak még nem sikerült egyértelmű szaknyelv-definíciót, jelen esetben gazdasági szaknyelv-definíciót alkotniuk.

A következő összefoglalás különböző nézőpontokat mutat be:

- A gazdasági nyelv egy halmaz, ami pedig nem más, mint végtelen számú al-gazdasági nyelvek összessége (Ihle Schmidt 1983).
- Borgulya (1988) úgy véli, hogy a gazdasági szaknyelv gazdasági szakemberek szakmai tevékenysége során használt nyelv. A gazdasághoz kötődő számos területen használt nyelvről beszél, kezdve az elméleti gazdasági szövegek nyelvétől egészen a mindennapi élet gazdasági színterein használt nyelvig.
- A gazdasági szaknyelv számos szaknyelvet magában foglaló gyűjtőfogalom. Különböző előképzettségű, tevékenységet végző embercsoportok eszköze, akik eltérő kommunikációs céllal, illetve módszerrel, valamilyen szempontból a gazdasághoz kapcsolódó szakmai és/vagy iskolai környezetben használják a szaknyelvet. Tehát a gazdasági szaknyelv magába foglalja az összes, a gazdaságban vagy gazdasággal kapcsolatos kommunikációban alkalmazott szaknyelvet (Buhlmann 1989).
- A gazdasági nyelv fogalmának sokszínűsége vitathatatlan, véli Jürgen Bolten is (1991). Hozzá tartozik a gazdaságtudományok, a gazdaságpolitika, a tőzsde vagy a kereskedelem nyelve is. A nyelvhasználati terület sokszínűsége és különbözősége függ a gazdaság heterogenitásától mind a vertikális, mind a horizontális rétegződését tekintve. Ebben különböznek a gazdasági nyelvek az egyéb területeken (pl. technika, természettudományok) alkalmazott szaknyelvektől.
- Klaus Ohnacker (1992) szerint a gazdasági szaknyelv azon szaknyelvek összességét jelenti, amelyek a gazdasággal összefüggésben álló kommunikációban használatosak.

Ezek a szaknyelvek a standard nyelv alnyelvei és az összes olyan kommunikációs eszközt magukba foglalják, amelyeket a szakmailag korlátozott, gazdasághoz kapcsolódó kommunikáció során használunk azért, hogy az adott területen meg tudjuk értetni magunkat.

- Konkrétabban fogalmaz Martin Hahn (1993), mikor azt írja, hogy a gazdasági szaknyelv kifejezés alatt nemcsak az elméleti, a gazdaságot érintő szakkifejezéseket értjük, hanem a gazdasággal kapcsolatban álló szakmák nyelvezetét, a szakmai köznyelvet, illetve a gazdaságról szóló szakmai kommunikációt is (Hahn 1993).
- A gazdasági szaknyelv nem fogható fel homogén egészként. Különböző kommunikációs színtereken, mint pl. a hétköznapi, intézmények, tudományok használjuk. Nem egységes, hanem az egyes szakterületekre, speciális kommunikációs területekre jellemző szemantikát mutat (vö. Steger 1988, Markus Hundt 1995).
- A gazdaság nyelve nem homogén, ami már a szakma sokszínűségéből és főként alkalmazási területeiből is fakad. Másként használunk egy nyelvet cégen belül illetve a kívülállók felé. Azonban, ha a gazdaságot egyéb szakterületekkel hasonlítjuk össze, megállapíthatjuk, hogy az nemcsak egy szakterület, hanem a politika és a média nyilvános vitáinak tárgya is (Burger 1998).
- Josef Schneeweiß (2000) szerint senki nem vitathatja, hogy a gazdasági szakemberek, mint pl. cégvezetők, banki vezérigazgatók, tőzsdeügynökök olyan sajátos szókinccset használnak, amely mindenki számára ismert és mindenki használja. Amennyiben létezik orvosi, színházi, vagy akár telekommunikációs szaknyelv, akkor a gazdasági nyelvet is mindenképpen a szaknyelvek közé kell sorolnunk, még akkor is, ha sok ellenvélemény szerint számtalan gazdasági kifejezés általánosan ismert (pl. részvény, számla, mérleg) és ma már az a mindennapi nyelv részét képezi. Schneeweiß azt mondja, ugyanez történik más szaknyelvekkel is, amelyek szaknyelvi mivoltát azonban senki nem vitatja el.
- Egy szakmához tartozó egyének között nem merül fel probléma a szaknyelv használatakor, mivel a speciális nyelvváltozat elsajátítása és használata a szakmai képzés részét képezi. Azonban, ha „kívülállók” kerülnek kapcsolatba a szaknyelvvél, problémák merülhetnek fel, hisz ők „hirtelen fenyegetőnek érzik idegenségét és homályosságát.” (David Crystal 2003:488)
- „A gazdasági szaknyelv [...] nem más, mint a gazdaság bizonyos területein ugyanazon munkát végző emberekre jellemző képződmény.” (Ablonczyné 2006:36). Írásában

azonban később utal arra, hogy a gazdasági nyelv szakmai foka a használati szint függvénye és „rendkívül bonyolult és összetett kategória.” (Ablonczyné 2006:36)

Ablonczyné megállapításával csak részben tudok egyet érteni. Gondoljunk csak az „átlagembert” érintő gazdasági színterekre (pl. média, banki szolgáltatások, politika), ahol szintén használatosak gazdasági (szak)kifejezések, melyek közül idővel már sok a köznyelvi szókincs részévé vált (pl. infláció, áremelkedés, árfolyamgát), és amelyeket nap, mint nap használunk. A gazdasági szaknyelv egy meglehetősen rugalmas és nyitott nyelvi réteg, melynek felhasználói nemcsak a szakemberek köréből kerülnek ki.

- A gazdasági szaknyelv fogalom meglehetősen általános és sok mindent magába foglaló meghatározás, hisz az egyes szaknyelveket az adott tudományágak alapján különböztetjük meg. A közelebbi tanulmányozás esetén további osztályozás és az egyes részterületek (adózás, marketing, számvitel, bank stb.) behatóbb vizsgálata szükséges (Vargáné Kiss Katalin 2008).
- Anca-Raluca Maghetiu (2012) szerint senki nem vonhatja kétségbe, hogy a gazdasági szakemberek egyedi szókinccsel bírnak, amit nem mindig ért meg a „nagyközönség”. Természetesen vannak kifejezések, amelyek olyannyira beépültek már a hétköznapi nyelvbe, hogy akár az általános szótárba is felvételt nyernének (pl. számla, hitel), azonban ez nemcsak a gazdasági szaknyelvvvel van így.

Elfogadva a fentebbi pontokban idézett szerzők nézeteit, *a gazdasági szaknyelvet olyan gyűjtőfogalomnak tekintem, amely a gazdaság számos részterületén kialakult, speciális, az adott szakterületre jellemző gazdasági alszaknyelveket foglalja magába.* Mind verbális és nem verbális, mind írott és hangzó nyelvi formáinak elsődleges funkciója a gazdasági tartalmú és célú kommunikáció lehetővé tétele, melyet az egy szakterülethez tartozó egyének alkalmaznak.

2.3.2. A gazdasági szaknyelv horizontális és vertikális tagozódása

A gazdasági szaknyelv szakirodalmának tanulmányozása nem sok támpontot adott a gazdasági szaknyelv horizontális tagozódásának az általánosságokon túlmutató leíráshoz. Minthogy egy részletes modell kidolgozása túlmutatna egy értekezés alfejezetének keretein, magam is csak arra vállalkozom, hogy felvázolom egy lehetséges modell fő pilléreit.

A gazdasági szaknyelv egy lehetséges horizontális osztályozása a gazdaságtudományok felosztásán alapszik, s interdiszciplináris jellemzővel bír (vö. Jin Zhao 2002). Buhlmann (1989) ezt úgy fogalmazza meg, hogy létezik egy horizontális felosztás, ami a gazdaság területén használt szaknyelvet a különböző tartalmak alapján különíti el egymástól.

Induljunk ki tehát a nemzetközi/világgazdaság, a makro- és mikrogazdaság megkülönböztetéséből.

A nemzetközi, a világgazdasági tervek, folyamatok nyelvi leképezése az e tartalmakat hordozó nyelvi szimbólumrendszerrel, a nemzetközi gazdasági, a világgazdasági szaknyelv használatával történik. Írott változatához tartozónak tekinthetjük például a nemzetközi gazdasági szervezetek (OECD, Világbank, WTO, az Európai Unió) gazdasági tárgyú stb. írott dokumentumait, szóbeli változatuk lehet az e szervezetekben folyó szóbeli vita. További csoportosítást képezhetünk például a nemzetközi pénzügyintézmények, a nemzetközi gazdasági segélyszervezetek, az Európai Unió gazdasági integrációt működtető szerveinek kommunikációja alapján.

A makrogazdaság magába foglalja egy nemzetgazdaság valamennyi gazdasági folyamatának történéseit. *A makrogazdasági folyamatokról szóló és a folyamatok lejátszódása közben zajló kommunikáció szakspecifikus jelrendszerét, kommunikációs eszközét tekinthetjük a makrogazdaság szaknyelvének.* A makrogazdasági szaknyelv írott változatára példaként választhatjuk egy nemzetgazdasági terv írott dokumentumában, egy központi bank jegybanki alapkamat alakítására vonatkozó tervében, vagy a tervek teljesítéséről szóló beszámolójában használt speciális nyelvet. Hangzó szöveg változata lehet ennek a parlamentben, vagy annak frakcióiban, illetve például a Monetáris Tanácsban zajló vitája az adott dokumentumokról.

A mikrogazdaság a for-profit és a nonprofit szféra tagolást kínálja. A gazdálkodó szervek, egységek, a vállalatok, a vállalkozások mind a gazdasági szaknyelv lehetséges használatának szinterei. A vállalatokon, a vállalkozásokon belül megkülönböztetünk termelő és szolgáltató típusúakat. A vállalati kommunikáció kutatása – első sorban külföldön – kiemelt szerepet kap az 1980-as évek óta nem csupán a szervezet-, a szociálpszichológia, a vezetéstudomány-, hanem a nyelvészet szempontjából is. Kialakultak bizonyos „divattémák”. Ilyenekké váltak a vállalati marketingkommunikáció, azon belül a vállalati (kereskedelmi) reklámok nyelve, a vállalati szlogenek, küldetésnyilatkozatok nyelve, a vállalati éves beszámolók nyelve (vö. Theo Bungarten 1992, Kyung-Won Bang 1999, Nina Janich 1999, Dósa 2010). A közlés funkciójából kiindulás mellett, egyre több magyar kutató tollából is született nyelvészeti kiindulási alapú kutatás: például a metaforák, a szóképek a gazdasági/vállalati szaknyelvben, illetve a vállalati kommunikáció témakörében (Tolcsvai

Nagy Gábor 1989, Garai Anna 2004, Pethő József 2011, Borgulya Ágnes és Deák Csaba 2011, Borgulya 2014).

A fentebbiekből látható, hogy e szinten elkezdődik a horizontális tagolás átláthatatlanná válása. A termelő vállalati tevékenység funkcionális területei mellett (beszerzés, gyártás, értékesítés), helyet kell kapnia a vállalati pénzügyi, vállalati informatikai, stb. szaktevékenységeknek, illetve a vállalatvezetés (vezetés, szervezés, irányítás, ellenőrzés) tevékenységeinek is, amely szakterületeken természetesen sajátos szókészlet, sajátos vizuális kommunikációs eszközök (folyamatábrák, diagramok, táblázatok, stb.) segítik a kommunikációt.

Mindemellett szó kell eszen a szolgáltató vállalatokról, amelyek között például a kifejezetten verbális, nyelvi tevékenység a vállalati tanácsadás mint szolgáltatás széles körben elterjedt, és arról, hogy a vállalati kommunikáció szaknyelvében döntő fontosságú, hogy a vállalaton belüli, vagy a vállalatból kifelé irányuló kommunikációban használják-e az üzenetküldők a szaknyelvet.

Értekezésem tárgya szempontjából elsődleges jelentősége azonban a gazdasági szaknyelv vertikális tagozódásának van. A gazdasági sajtó ugyanis a vertikális modellben helyezhető el. Tartalmát tekintve egy sajtóközlés éppúgy lehet vállalati informatikai, mint vállalati pénzügyi, vagy emberi erőforrás tárgyú, vagyis a tartalmi, a horizontális tagolódás szinte indifferens a sajtóközlések nézőpontjából.

A gazdasági szaknyelvet vertikálisan Borgulya (1988) a kommunikációban résztvevők (az üzenetküldők és a címzettek), a közlés szakismeret-igényessége, absztrakciós szintje és funkciója alapján következő síkokra osztja:

- tudományos, elméleti,
- féltudományos, illetve népszerűsítő tudományos, és
- a gyakorlati nyelvhasználati sík.

A tudományos gazdasági nyelv vonatkozásában olyan szövegekről beszélünk, amelyeket magasan kvalifikált gazdasági szakemberek a gazdaság kutatóinak, magasan képzett gazdasági szakembereknek szánnak (pl. monográfiák, elméleti tankönyvek, kutatási beszámolók). Hangzó változataik a tudományos előadásokban, tudományos vitákban lelhetők fel. E szövegek megalkotása és megértése nagy szakismeretet, kiművelt szakmai tudást igényel. Az absztrakciós szint magas. Sok tudományos gazdasági szöveg tartalmaz matematikai képleteket, használ vizuális ábrázolási eszközöket, például szórás-ábrákat, grafikonokat, stb. A szaknyelvkutatás elsősorban ezzel a réteggel és elsősorban az írott formával foglalkozik.

A féltudományos, illetve tudományos népszerűsítő síkon helyezük el elsősorban a közkeletű szaklapokban és a napi sajtó gazdasági rovataiban megjelenő írott szövegeket. Véleményem szerint itt helyezendők el a középszintű gazdasági oktatás tankönyvei is. A napi sajtó gazdasági rovataiban a képzett gazdasági szakember, a gazdaságilag is képzett zornaliszta („gazdasági szakíró”) szólal meg. E szövegeket egy tágabb, a gazdaság iránt érdeklődő, (még) kevés gazdasági ismerettel rendelkező olvasói, felhasználói rétegnek szánják szerzőik. Céljuk: középszintű ismeret-, illetve információátadás. Az absztrakciós szint alacsonyabb, mint a tudományos művekéi. Ide sorolandók a szélesebb körű és alapvető gazdasági ismeretekkel rendelkezőknek szóló előadások, viták, fórumok is. Kutatásom tárgya tehát e síkon helyezhető el.

A gyakorlati szakmai síkon erősen szétválik a „szakmaintern” a szakmán belüli, és a „szakmaextern” a szakmán kívüli célcsoportokhoz intézett közlés. A szakmaintern közlések a gazdasági tevékenységek operatív feladatai végzőinek szólnak. Például egy piackutatási szolgáltatásokat végző vállalkozás bizonyos alkalmazottai felmérések készítésével, feldolgozásával foglalkoznak. E téren használnak gazdasági vonatkozású terminusokat (például: skálás lekérdezés, online lekérdezés), de szakismeretük, ennek következtében szaknyelvi készletük szűk, a gyakorlati munkavégzésre korlátozódik (korlátozódhat). Ide sorolhatók a vállalati ügyintézők tevékenységéhez tartozó vállalati levelezés tipikus szövegtípusai is: ajánlatkérés, ajánlattétel, reklamáció, stb. A gyakorlati szakmai síkon használt szaknyelv másik csoportja a szakmaextern a szakember – laikus kommunikációjában használt szaknyelv. Egy bank befektetési tájékoztatójának, vagy az ügyfélforgalomban nyújtott szaktanácsnak olyan szaknyelvet kell használnia, amelyet a tárgyban szakismerettel egyáltalán nem rendelkező is meg tud érteni.

A szaknyelvkutatások által is sokat vizsgált vertikális felosztás a szakmai kommunikáció szempontjából lényegesebb szaknyelvi síkokat tárgyalja (vö. Zhao 2002).

A gazdasági szaknyelv vertikális tagozódásban több szintet is megkülönböztetünk. A fellelhető vertikális rétegződést az eltérő szaknyelvek specializációja határozza meg (Buhlmann 1989). A különböző szintek a tudományos-elméleti, a gazdasági munkanyelv (pl. a vállalatvezetés, a szakfordítók vagy a szakújságírók nyelve) és a Boltennél is (1991) megjelenő fogyasztókhöz köthető nyelvhasználat, amely a gazdaságorientált hétköznapi nyelvet jelenti.

Az empirikus kutatásaim (ld. 3-4. fejezet) alapját képező német nyelvű gazdasági cikkek első sorban a mikrogazdaság területéről származnak pl. vállalatokkal, bankokkal, tőzsdével kapcsolatosak.

2.4. A gazdasági szaknyelv a gazdasági sajtóban

A gazdasági szaknyelv gazdasági sajtóbeli megjelenésének bemutatása előtt, röviden ki kell térni az írott sajtótermékek általános jellemzőire, amelyek nagy részben a gazdasági cikkek attribútumaival mutatnak egyezést.

Hans-Jürgen Bucher (1986) az újságokban megjelenő cikkek jellemzőiként az alábbiakat nevezi meg:

- periodikusság (a sajtótermék rendszeresen megjelenik, ezáltal egy témával kapcsolatban folyamatosan tud aktuális hírekkel szolgálni),
- univerzalitás (a sajtótermék témája nagyjából univerzális, ami széles körű olvasóközönséget biztosít),
- publicitás (a sajtótermék tartalma (szinte) mindenki számára hozzáférhető),
- rendelkezésre állás (az olvasandó sajtótermék formáját az olvasó legtöbbször maga határozhatja meg),
- konkurencia (különböző, egymás mellett megjelenő, konkuráló sajtótermék jelenik meg).

A periodicitás nemcsak a lap ciklikus jellegére utal. A rendszeresen kiadott újságok biztosítják, hogy mindig időszerű, friss információkkal találkozzanak az olvasók. A gazdasággal foglalkozó sajtótermékekben (pl. HVG hetilap, Világgazdaság napilap, Piac&Profit havilap, Napi Gazdaság napilap) folyamatosan jelentek meg a Kínai tőzsde 2015. július végi összeomlásával kapcsolatos hírek, ami sok befektető számára volt fontos, és segítséget nyújtott pénzügyeikben.

Az univerzális jelleggel az újság széleskörű olvasóközönséget céloz meg és kíván sokféle érdeklődésű olvasót kielégíteni (pl. Magyar Nemzet, Népszabadság). A különböző rovatok, az eltérő írói stílusok és megjelenítési módok is a minél nagyobb olvasói létszám elérését célozzák.

A publicitás és a rendelkezésre állás szorosan összefüggő fogalmak. A számos, ugyanazon témával foglalkozó gazdasági lap közül minden olvasó maga választja ki, melyikből szerzi be információit. Azt is az olvasó dönti el, mikor melyik cikkel és milyen sorrendben kíván megismerkedni, esetleg újra elolvassa-e a számára releváns információt tartalmazót.

A különböző újságok az olvasók figyelméért küzdenek. Az, hogy melyik sajtót olvassa valaki, egyrészt az érdeklődésétől, másrészt a tartalomtól, illetve annak prezentálásától függ. Egy érdekesen megírt cikkel rövid távra felkelthetik egyes olvasók figyelmét, az újságírók célja azonban az érdeklődés hosszú távú fenntartása és a biztos olvasói kör kialakítása.

A gazdasági sajtóval kapcsolatban ezek alapján az univerzális jelleget nem tartom jellemzőnek. A gazdasági lapoknak éppen a speciális témájuk az, ami elkülöníti őket az általános tartalommal foglalkozó sajtótermékektől. A többi ismérvet az írott gazdasági médium fontos jellemzőjének tekintem.

Crystal (2003) úgy véli, hogy a mai sajtó a nyelvi változatok sokszínűségét tükrözi. A sok különböző kategóriát (pl. tárcsa, levél, híradás) tekintve nem állapítható meg egy egységes, minden cikkekre, minden újságra jellemző stílus. Az eltérő újságok stílusa között azonban „vannak a médium jellegéből fakadó felszínes hasonlóságok” (Crystal 2003:484). A legtöbb sajtócikkekre jellemző:

- az információ tömörítése,
- a nagy betűk,
- a drámai főcímek,
- ún. közhelyszerű, újságnyelvi szófordulatok.

Véleménye szerint kevés viszont csak az újságírás nyelvében fellelhető nyelvi jellegzetesség.

Ahogy az előző alfejezetben már rávilágítottam, a gazdasági sajtó nyelvének tárgyalásakor a szaknyelv vertikális tagozódását kell alapul venni. A tudományos, a féltudományos, illetve a gyakorlati síkok a sajtó nyelvében is fellelhetők (vö. Borgulya 1988, Ablonczyné 2006, Nádai 2008, Jerkusné 2011, Szekrényesné Rádi Éva 2015).

Borgulya (1988) a gazdasági újságírást a gazdasági nyelven belül a féltudományos, a tudományos népszerűsítő síkra helyezi. A féltudományos szövegekben nem jelennek meg markánsan a tudományos szövegek jellemzői. Keveredik bennük a tartalom szakszerűsége és a publicisztika. Ez a kettős kötődés kutatásukat is megnehezíti. Ezek a szövegek a széles közönséget célozzák meg, így mindenki számára érthetőnek kell lenniük. A szöveg hatását fokozandó, sokszor redundáns érvelő karakterrel készülnek.

A gazdasági sajtóközlésekben gazdasági szakemberek, gazdasági újságírók szólnak olyan címzettekhez, akik érdeklődnek a gazdaság iránt, és esetleg rendelkeznek a magasan képzetteknél kevésbé kiterjedt, illetve kevésbé mély gazdasági ismeretekkel is. A gazdasági sajtón belül célszerű differenciálni a „laikus” és a szakmai közönségnek szóló közlések között.

Lüger (1995) szerint a gazdasági rubrikák írásainak szakmaisága eltérő mértékű, mivel azok nemcsak a szakértői közönségnek, hanem egy szélesebb publikumnak is szólnak. Az egyszerűbb nyelvezet főként azokra az írásokra jellemző, amelyek nagyobb érdeklődésre tartanak számot pl. a munkanélküliség alakulása, infláció. A gazdasági rovatok nyelvére jellemző a szakmai kifejezések (pl. Kurserhöhung – árfolyamemelés, Effektenbörse – értékpapír tőzsde), illetve idegen szavak, főként az angol-amerikanizmusok (pl. der Jobhearing, Jobinterview – állásinterjú, der Countdown läuft – a visszaszámlálás megkezdődött) gyakori használata. Az utóbbiaknak sokszor nincs is befogadó nyelvi megfelelője. Tipikus még az ún. „Augenblickskomposita” – pillanatnyi szóösszetételek⁹ (Lüger 1995: 31) alkalmazása (pl. Infarkt-Patient – infarktust elszenvedő páciens), amivel a szövegek rövidítését kívánják elérni.

A mind a magyar, mind a német gazdasági cikkek nyelve gazdag metaforákban, amelyek sokszor az emberi életre, egészségre, játékokra, technikára stb. alapoznak (pl. der Markt erholt sich – újra feléled, felélénkül a piac, Kleinkrieg im Kreditgewerbe – háború dúl a hitelpiacon), és leginkább a szövegek képszerű hatását, a tények szemléltetését segítik. Ezen kívül gyakran találkozhatunk szólásokkal, állandósult szókapcsolatokkal, közhelyekkel, szállóigékkel is (pl. Was gut ist für General Motors ist auch gut für Amerika – Ami jó a General Motorsnak, az jó Amerikának- Charles E. Wilson a General Motors volt elnöke).

Fontos megemlíteni még a személytelen és passzív szerkezeteket. E jellemző a szakszövegek univerzális vonása, nem csupán a gazdasági publicisztika sajátossága (pl. man musste hinnehmen – el kellett fogadni; in Frankfurt gaben die Telekom Aktien nach – a Frankfurti tőzsdén csökkentek a Telekom részvények árai).

Az alábbiakban a Sok pénz válhat még köddé a tőzsdepánikban című HVG cikk alapján szemléltetem a publicisztikai stílus néhány jellemzőjét (pl. figyelemfelkeltő cím, a tudományos és a hétköznapi szóhasználat keveredése, közhelyszerű kifejezések, metaforák alkalmazása, utalások az aktualitásra, valóságra) (vö. Szathmári 1994, Tolcsvai Nagy 1996). A cikk részletekbe menő elemzése nem célja a dolgozatnak, arra a rendelkezésre álló keretek nem elegendőek.

⁹ A szerző saját fordítása

Sok pénz válhat még köddé a tőzsdepánikban¹⁰

Egyelőre hatástalanok a tűzoltó lépések, amelyekkel megállítanák a Kína-pánikot, a kipukkadt tőzsdei lufi maradt, és még mindig ijesztően ereszt.

A kínai tőzsdék már ötödik napja zuhannak, mint a kő, és a kínai jegybank mostanában mindennap bejelent valamilyen vészintézkedést, hogy útját állja a több mint két hónapja tartó részvénypiaci összeomlásnak. Elővesznek a szerszámosládából mindent, ami használható: tegnap kamatot vágtak, ma 140 milliárd jüant (kb. 6 ezer milliárd forintot) toltak a bankközi piacba, két hete globális árfolyamháborút kockáztatva többszöri jüanleértékeléssel próbálták belökni a kínai exportot, csökkentették a bankok tartalékolási kötelezettségét, hogy beindítsák a hitelezést, júliusban a brókercégeket részvényvásárlásokra kényszerítették, a nagyobb részvénytulajdonosoknak pedig megtiltották, hogy eladják a részvényeiket.

A kínai hatóságok tűzoltó lépései hosszabb távon már önmagukban is elég kockázatosak, ráadásul egyelőre hatástalanok is, a kipukkadt tőzsdei lufi maradt, és még mindig enged a levegőt. Csak az elmúlt öt napban a kínai tőzsdék három fő részvényindexe 23 százalékkal került lejjebb a múlt szerdai, utolsó nyereséges naphoz képest, amivel virtuálisan sok százmilliárd dollár tűnt el a kínai cégek részvényeinek értékéből és mindazoknak a befektetőknek a számlájáról, akik ilyen értékpapírokkal szerették volna fialtatni a pénzüket.

Ez persze semmi azokhoz a becslésekhez képest, melyek szerint a pánik miatt csak augusztus eleje óta mintegy 5 ezer milliárd dollár vált köddé a világ tőzsdéin jegyzett papírokból. Ez csak egy része a teljes zakónak, ami június 12. óta összejöhett. Ekkor volt a legnagyobb a kínai tőzsdei lufi, a részvényárak 150 százalékkal voltak magasabbak, mint egy évvel korábban, és azóta szinte folyamatos a lejtmenet. Csak a zuhanás első három-négy hetében nagyjából 4 ezer milliárd dollár tűnt el a kínai tőzsdei cégek részvényeiből. A júniusi csúcshoz képest most több mint 40 százalékos zuhanáson vannak túl.

A publicisztika kedveli a „blikkfangos” címeket (*Sok pénz válhat még köddé a tőzsdepánikban*), a hatásos indítást (*Egyelőre hatástalanok a tűzoltó lépések, amelyekkel megállítanák a Kína-pánikot, a kipukkadt tőzsdei lufi maradt, és még mindig ijesztően ereszt.*), amivel az olvasó figyelmét kívánja felkelteni a cikk iránt.

¹⁰ 2015. augusztus 26., szerda Szerző: hvg.hu

http://hvg.hu/gazdasag/20150826_Sok_penz_valhat_meg_kodde_a_tozsdepanikba Letöltés: 2015.08.27.

Jellemző a heterogén szóhasználat, ami egyrészt lazább, hétköznapi nyelvezetet (*140 milliárd jüant toltak a bankközi piacba, próbálták belökni a kínai exportot, teljes zakó*), ugyanakkor tudományos nyelvi elemek alkalmazását is (*zuhan a tőzsde, részvénypiaci összeomlás, kamatot vágta, bankok tartalékolási kötelezettsége, globális árfolyamháború*) jelenti. Sok az állandósult szókapcsolat, a közhelyszerű kifejezés, a hasonlat, a metafora (*köddé válik, kipukkad a lufi, útját állja, fial a pénz, a tőzsde zuhan, mint a kő, részvénypiaci összeomlás /piac=épület/*), ami a társalgási stílus jegyeit tükrözi.

A szöveg jól átláthatóan tagolt, a lényeges elemeket eltérő betűtípusokkal, betűmérettel emeli ki az újságíró. A mondatok szerkezeti felépítésére a világosság jellemző (11 kijelentő mondat), de ha a téma szükségessé teszi, a bonyolultabb megfogalmazástól sem idegenkedik.

Fontosak az aktualitásra, időszerűsége történő utalások (*öt napja, mostanában, tegnap, ma, két hete, az elmúlt öt napban, múlt szerda, a júniusi csúcshoz képest*), a számadatok használata, amivel a pontosságot, a valóság-hűséget kívánják alátámasztani (*140 milliárd jüan /kb. 6 ezer milliárd forint/, a kínai tőzsdék három fő részvényindexe 23 százalékkal lejjebb került, augusztus eleje óta 5 ezer milliárd dollár vált köddé, június 12. óta*).

Az előbbi példák szemléltetik, hogy a gazdasági szaksajtóban megjelenő cikkek tükrözik az újságírói műfaj jellegzetességeit.

Schneeweiß (2000) a gazdasági zszurnalizmussal kapcsolatban megjegyzi, hogy relatív kis helyen kell az újságírónak komplex eseményeket, részletes információkat tárgyyszerűen saját stílusával megjeleníteni. Ehhez használnak:

- szaknyelvi kifejezéseket (pl. Transaktion – tranzakció, Rezession – recesszió, Prämie – biztosítási díj),
- frazeologizmusokat (pl. nem szaknyelvi frazeologizmusok kibővítése (pl. Computer-Chips tanzen nach US-Handelspeife – a computer-chipek úgy táncolnak, ahogy az amerikai kereskedelem fütyül (vö. Schneeweiß 2000:133),
- neologizmusokat (mindenek előtt az angolból átvett kifejezések pl. Handy – mobiltelefon, Sales Manager – értékesítési vezető, Headhunter – fejdász),
- rövidítéseket (ezek közül sok már önálló szónak tekinthető pl. EU – Europäische Union, BIP – Bruttoinlandsprodukt – GDP, WWU – Wirtschafts- und Währungsunion- Gazdasági- és Valutaunió),

- metaforákat (mindenek előtt címekben, szalagcímekben, feliratokban pl. Pharma-Elefantenhochzeit- két gyógyszeróriás egyesülésével kapcsolatban (vö. Schneeweiß 2000:107).

Zhao (2002) ugyanakkor különbséget tesz a szakfolyóiratok által alkalmazott nyelvezet, amely nyelvileg és tartalmilag is sokkal egzaktabb, és a napilapok gazdasági részében alkalmazott és erőteljes újságírói stílus hatása alatt álló nyelv között.

Kurtán (2003) Szépe György (1982) alapján a szakkifejezésekkel szemben támasztott követelményeket az alábbiakban foglalja össze:

- egyértelműség,
- alkalmasság (kombinálható legyen egyéb kifejezésekkel),
- szemléletesség (mutassa meg az egyes elemek közti kapcsolatot)
- nyelvhelyesség,
- hajlékonyság (lehessen különböző változatokban használni),
- egyöntetűség (rokon elemek ugyanazon elnevezéssel bírnak egy rendszeren belül),
- általános használat (az oktatás és a szabványosítás ezt segítik),
- állandóság, tartósság (minimum egy nemzedéken keresztül el kell érni a történeti folytonosságot és típusállandóságot).

Ezen normák betartásának mértéke sok tényező függvénye. Az írott médiumban például az olvasói közönség, a szaklap színvonala, a cikk írójának tájékozottsága is nagymértékben befolyásolja azt. Egy szűk, szakmai rétegnek szóló sajtó, sokkal inkább használ speciális, magas szakmai kompetenciát feltételező nyelvezetet, mint egy széles olvasói rétegnek írt, inkább tudományos-ismeretterjesztő jellegű cikkeket megjelenítő lap. Ennek ellenére elmondhatjuk, hogy mindkét közönségnek szóló gazdasági lapok az elvárt nyelvi normáknak megfelelnek, terminuskészletük hasonló, azonban az utóbbi kontextusa a köznyelvihez áll közelebb.

Az írott gazdasági szövegek legjellemzőbb ismérveit, amelyek, mint a példák is mutatják, a gazdasági cikkekre is jellemzőek, az alábbi pontokban foglalom össze Ablonczyné (2006) alapján. A példák (a dolgozat témájához kapcsolódóan) német online gazdasági újságokból származnak (vö. wiwo.de, faz.net):

- idegen szavak (főként az angolból átvett) nagyarányú használata (pl. Trainee – gyakornok, Business – üzlet, Comeback – visszatérés, Hacker – számítógép kódfejtő, E-Commers – online kereskedelem, Milliarden-Seller – milliárdos értékesítő, eladó),

- rövidítések, betű-, illetve mozaikszók használata (pl. Kitas-Kindergarten – óvodák, Fed- Federal Reserve Bank – US jegybank, IAA-Internationale Automobil-Ausstellung – Nemzetközi Autókiállítás, SEO-Search Engine Optimization – kereső optimalizálás),
- prefixumok használata (pl. hochbelastet – nagyon leterhelt, Cyberkriminelle – ciberbűnöző, Onlinetauglichkeit – online ügyletre való alkalmasság, Flüchtlingserwartungen – a menekültek elvárásai),
- összetett szavak használata (pl. Spitzenverdiener – legtöbbször kereső, csúcskereső, Wirtschaftsriese – gazdasági óriás, sicherheitstechnisch – biztonságtechnikai szempontból),
- jelentésmódosulások megléte (pl. hochgezüchtete Sportwagen – legfejlettebb szinten kialakított sportautók, Dinosaurier – régi típusú, elavult, kőkorszaki, Zugpferde der Wirtschaft – a gazdaság húzómotorjai, Billigkönig – a legnagyobb diszkont eladó).

A gazdasági cikkekre jellemző a proverbiumok gyakori alkalmazása pl. címekben, mivel ez a figyelemfelkeltés egyik igen hatásos módja (pl. Hier schmeißt der Staat das Geld zum Fenster raus¹¹ – Itt az állam a pénzt az ablakon dobja ki, Diese Politiker haben Ahnung von Geld und Finanzen¹² – Ezeknek a politikusoknak van fogalmuk a pénzről és a pénzügyekről). Előfordulnak még a szöveg elején, felütésként, vagy egy retorikailag fontos helyen, akár a szöveg végén is összegzésként (pl. Selbst im Finanzkrisenjahr 2008 blieben unterm Strich 1,6 Milliarden Euro übrig¹³ – Még 2008-ban, a pénzügyi válság idején is maradt végül 1,6 milliárd euró. Und weil die Polizeien längst nicht so globalisiert sind wie die Wirtschaft und die Dunkelmänner, leben Letztere oft recht ungeniert und nicht selten in Saus und Braus¹⁴ – Mivel a rendőrségek messze nem annyira globalizáltak, mint a gazdaság és családok, az utóbbiak úgy élnek, mint Marci Hevesen.).

A szólások gyakran módosított formában jelennek meg, ami meghökkenti az olvasót, ugyanakkor fel is kelti figyelmét, megmozgatja fantáziáját, élővé teszi az olvasottakat.

A proverbiumok növekvő használata igazodik az amerikai és nyugat-európai újságírói stílushoz, ahol nagyszámú hirdetéssel, reklámmal találkozhatunk. Ezek szövege akkor hatásos, ha nem direkt formában, kevés változtatással alkalmazzák a proverbiumot. Olyan

¹¹ <http://www.wiwo.de/politik/deutschland/steuerverschwendung-hier-schmeisst-der-staat-das-geld-zum-fenster-raus/8946686.html>

¹² <http://www.wiwo.de/politik/deutschland/umfrage-unter-journalisten-diese-politiker-haben-ahnung-von-geld-und-finanzen/11061872.html>

¹³ <http://www.wiwo.de/finanzen/boerse/aktien-anleihen-fonds-die-anlagetipps-der-woche/12332918.html>

¹⁴ <http://www.sueddeutsche.de/digital/kommentar-die-maer-von-der-kaeseglocke-1.2641942>

szerkezeteket használnak, amelyeket ismer a közönség és az ismertségből kifolyólag a mondanivaló az igazság benyomását kelti (pl. Preise gut, alles gut (C&A)- Ende gut, alles gut – Ha jók az árak, minden jó- Minden jó, ha jó a vége) (vö. Szemerkenyi 1994, Csapóné Horváth Andrea 2012).

Heltai (2010) a szakmai kommunikációban gyakran előforduló frazeologizmusok használatát abban az esetben nem tartja indokoltnak az újságok, hírek hasábjain, amennyiben a szakmai kommunikáció laikusok felé irányul, illetve a szakemberek között zajló kommunikációt egy kívülálló (nem szakember) szemszögéből próbáljuk megérteni. Ilyenkor a „szakmai zsargon” nem helyénvaló használatával van dolgunk.

2.5. Részkonklúzió

- A szaknyelvek rövid elemzése megmutatta, hogy az emberi tevékenységekben és a társadalomban bekövetkezett változások mindinkább indokolják a szaknyelvek szerepére, használatára vonatkozó vizsgálatok, kutatások számának emelkedését.
- A szaknyelvek kutatásához a kutatónak egyszerre van szüksége nyelvészeti és a választott szakterületre vonatkozó szakismeretre. Gazdasági háttérismeretek nélkül nem végezhető a gazdasági szaknyelvek nyelvészeti feltárása és leírása.
- A gazdasági újságírást a gazdasági nyelven belül a féltudományos, a tudományos népszerűsítő síkra helyezik a kutatók (Borgulya 1988, Ablonczyné 2006).
- A gazdasági szaknyelv vizsgálatának alapját a szakszövegek alkotják. Az újságírók által használt gazdasági nyelvet a gazdasági jellegű újságcikkekből kiindulva elemezhetjük.
- A gazdasági szaksajtóban megjelenő cikkek tükrözik az újságírói műfaj jellegzetességeit, melyek a következők:
 - ❖ figyelemfelkeltő cím és kezdés,
 - ❖ a tudományos és a hétköznapi szóhasználat keveredése,
 - ❖ közhelyszerű kifejezések, szófordulatok, metaforák alkalmazása,
 - ❖ átlátható, tagolt szövegfelépítés, különböző betűtípusok,
 - ❖ utalások az aktualitásra, valóságra; számadatok felsorolása.
- Az írott média a kommunikáció speciális színtere. Az olvasó, mint befogadó, a cikk írója, mint küldő jelenik meg. A kommunikáció közös háttérismereteket, kulturális tudást feltételez. Csak ezek egyidejű megléte teszi lehetővé a mondanivaló (jelen esetben gazdasági hír) megfelelő interpretálását.
- A gazdasági sajtó ismérveit a fentiek alapján, az alábbi módon foglalom össze:
 - ❖ bennük a szakember, illetve szakíró szélesebb, gazdasági-szakmailag kevésbé iskolázott célcsoporthoz szól,
 - ❖ stílusától nem idegen a redundancia (pl. a fő mondanivalót már tartalmazza a cím, majd megismétlődik a fő mondanivaló a cikkben is).
 - ❖ A gazdasági sajtóban fellelhető nyelvezet kevésbé elvont, mint a tudományos síkon elhelyezett szövegek.

A továbbiakban a német gazdasági szaknyelvnek e nagyon sajátos (a sajtó és a szakírás jegyeit magán viselő) területén belül vizsgálom a frazémák előfordulását és jellemzőit.

3. Német gazdasági frazeologizmusok az írott szaksajtóban

E fejezet a WirtschaftsBlatt, a DER STANDARD, a Neue Zürcher Zeitung, a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a DIE WELT és a WirtschaftsWoche gazdasági lapok online verziójának tükrében elvégzett empirikus kutatással foglalkozik. Bemutatja a vizsgált gazdasági cikkekben előforduló frazeologizmusokat szemantikai és morfológiai jellemzőik alapján.

3.1. Az empirikus kutatás lehatárolása, módszere és a korpusz

Ha a német gazdasági frazémák teljessége képezi egy alkalmazott nyelvészeti kutatás tárgyát, a gazdasági szaknyelvhasználat szinte átfoghatatlanul nagy területe vár a kutatóra. Vizsgálnia kell a gazdasági nyelv hangzó és írott változatának valamennyi rétegét, kezdve az egyszerű értékesítési dialógusoktól az üzleti tárgyalásokon és a gazdasági / üzleti tartalmú blogokon keresztül egészen az elméleti tudományos írásművekig. Egy ilyen nagy ívű kutatás bár végtelenül kihívó, nem lehet egy doktori dolgozat része. Több nézőpontból is túlnő a szűk kereteken, sem elegendő idő, sem megfelelő eszközök nem állnak rendelkezésre. Mivel az élőlőszóban zajló szakmai kommunikáció kutatása (hangfelvételek készítése, azok lejegyzése, elemzése) rendkívül időigényes, a kutatók szívesebben választják az írott forrásokat. Ekkor is kérdés, hogy a B-to-C, a B-To-B, az Th-to-Th (elméleti szakember – az elméleti szakemberhez), vagy a Th-to-NTh (elméleti szakember a nem szakemberhez) kommunikációban keletkezett szövegek képezzék-e a vizsgálat tárgyát. A sajtó szakmai (esetünkben gazdasági, üzleti) tartalmú közlései, a szaksajtó viszonylag jól lehatárolható terület. Az egyes nyomtatott és online formában megjelenő napi/hetilapok nyelvhasználatát azonban számos tényező teszi differenciálttá, többek között a kommunikáció célcsoportjai: az olvasók köre, szakképzettségi szintje, a nyelvterületi különbségek, a megjelenés gyakorisága, a szakterület tágabb vagy leszűkítettebb volta, stb.

A választásomat elsősorban a didaktikai cél motiválta: olyan területre fókuszálni a kutatást, amelytől az idegen nyelv oktatását, illetve a nyelvtudás gyakorlati hasznosíthatóságát egyértelműen támogató eredményeket várhatok. Így szűkítettem a vizsgált szövegek forrásának körét bizonyos, viszonylag gyakran olvasott német nyelvű lapokra.

A kutatás alapjául választott szövegek

A korpusz kiválasztása nehéz döntés a kutató számára. E döntéstől függhet, hogy mennyire általános érvényű megállapításokat vonhat le kutatása tanulsága gyanánt. Minél szélesebb a merítés, annál nagyobb a valószínűsége az általánosíthatóbb következtetéseknek. Azonban minél mélyebb a vizsgálat, annál árnyaltabb a megfigyelés eredménye.

A sajtót alapul vevő nyelvészeti kutatások többek között azért választják ezt a médiumot, mert a sajtó képes reprezentálni az éppen aktuális nyelvhasználatot is (vö. Lüger 1995). Az én választásom a következő hat online lapra esett: *WirtschaftsBlatt*, *DER STANDARD*, *Neue Zürcher Zeitung*, *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, *DIE WELT*, *WirtschaftsWoche*. Azokon belül is a gazdasági témájú cikkekre, melyekben a frazeologizmusok gyűjtését végeztem.

A lapok kiválasztását az alábbiak indokolták:

- széles körű olvasótábornak szólnak (országos megjelenésű újságok online verziói),
- nyelvezetük a legtöbb olvasó számára érthető,
- a cikkek nem korlátozódnak egy szakmai körre (a portfólióban egyebek mellett pénzügyi, tőzsdei, adózási, kulturális, politikai témák szerepelnek),
- példányszámuk / olvasóik száma magas,
- online elérhetők.

A *WirtschaftsBlatt* országos megjelenésű osztrák napilap, amely tőzsdei napokon (hétfőtől péntekig), első ízben 1995-ben jelent meg. Az újság a gazdasági hírekre fekteti a hangsúlyt, nélkülözhetetlen volt a vállalkozásoknak, a bank- vagy a pénzügyi szektorban dolgozóknak, ügyvédeknek, adótanácsadóknak és mindazoknak, akik vállalkozásokkal, tőzsdékkal, befektetésekkel és gazdaságpolitikával foglalkoznak. Olvasóinak száma 0,66 millióra rúgott, ugyanis a print verzió 2016. szeptember 2-án jelent meg utoljára. Az online kiadás (wirtschaftsblatt.at) 2007-ben jelent meg új köntösben, a nyomtatott verzióhoz igazodó tartalommal. Egy tanulmány¹⁵ szerint az online médiumnak 2014-ben közel 546.000 állandó olvasója, 1,4 millió látogatója volt, és 3,21 milliószor hívták le az oldalt. 2016. szeptember elejétől a lap nyomtatott formában már nem kapható, és az online kiadás sem működik tovább 2016. október 28-a óta.

A *DER STANDARD* osztrák napilap nyomtatott verziója 1988-ban jelent meg először, és bár országos terjesztésű (0,396 millió olvasó), mégis erősebben fókuszál Bécsre. A lap

¹⁵ vö. http://diepresse-vermarktung.com/files/pdf/wibl_digital.pdf?v1_backlink=/home/digital_crossmedia/keyfacts_oewa/index.do

önmagát liberálisnak és függetlennek nevezi, azonban a tudósok inkább balliberálisnak tekintik. A nyomtatott verziót 1995-ben első német nyelvű online napilapként a derStandard.at követte. Mindkét kiadvány belföldi és nemzetközi „valós idejű híreket” közvetít, miközben figyelmet fordít gazdasági, tudományos, kulturális és a mindennapi élethez köthető témákra is. A derStandard.at mellett elérhető még többek között a dieStandard.at, mely a feminizmusra és a nőkkel kapcsolatos témákra koncentrálnak, míg a daStandard.at, mely 2010-ben alakult, a migránsok problémáival foglalkozik.

A *Neue Zürcher Zeitung*, mely alapszabálya szerint „szabadelvű-demokratikus”, a legrégebb ma is működő országos terjesztésű svájci napilap. A ma majdnem 160 ezer példányszámban megjelenő újság, a német nyelvű svájci területek vezető lapjai közé tartozik. Első kiadása 1780. január 12-én jelent meg, melyet a gazdasági rész mellett alapos külföldi híradás jellemez, s nagy tiszteletnek örvend a kultúra rovat, amely a nemzetközi művészettel kapcsolatos hírekről is terjedelmesen beszámol.

A *Frankfurter Allgemeine Zeitung* 1949. november 1-én jelent meg és a mai napig az egyik legjelentősebb országos és külföldön a legtöbb példányszámban eladott német napilap, bár 1998 óta 36,2%-kal csökkent az eladott példányok száma. Véleményformáló szerepet játszik sok társadalompolitikai kérdésben is, mint például 1996-ban a Német Helyesírási Reformmal kapcsolatos társadalmi vita esetén, ugyanakkor a kezdetektől arra törekedett, hogy „függetlenként” mutassa fel magát. Cikkeiben olvashatunk politikáról, gazdaságról, tudományról, kultúráról stb. A nyomtatott kiadás mellett 2001 januárja óta az újság rendelkezik egy online verzióval is, amely az internetezők körében a legmagasabb felhasználói számmal (2015-ben 6,55 millió látogató havonta)¹⁶ büszkélkedik Németországban. A 2011-es arculat átalakítás óta az online megjelenés a nyomtatott lap megjelenítésére hasonlít. Az online felület tartalmaz egy archív menüpontot, amelyen 1950-ig visszamenőleg az összes példányszám összes cikke elérhető, ezáltal a faz.net kezeli az egyik legnagyobb újságadatbázist Európában.

A *DIE WELT* német napilap 1946. április 2-án jelent meg először. Jelenleg a világ 130 országában árulják és Európa vezető újságai közé tartozik. Az országos terjesztésű polgári konzervatív lap, mely gazdasági témákban inkább liberális beállítottságú, írásaiban politikával, gazdasággal, pénzügyekkel stb. foglalkozik. Honlapja (welt.de) 1995-ben indult, azonban 2015 januárja óta a hírportálon havonta már csak 20 online-cikk hívható le ingyen, és

¹⁶ <http://meedia.de/2015/08/27/agof-digital-facts-gehen-in-serie-ab-sofort-gemeinsame-zahlen-fuer-herkoemmlisches-web-und-mobile/>

bár ezen felül előfizetés szükséges, mégis 2016 júniusában több mint 75.000 digitális előfizetője volt¹⁷.

A *WirtschaftsWoche* német gazdasági magazint, 1926-ban alapították Der deutsche Volkswirt néven. Azóta számos különböző néven jelent meg (pl. Frankfurter Ökonomist, Zeitung für die neue Wirtschaft, Der Volkswirt), ma is használatos nevét 1973-ben nyerte el. A minden pénteken megjelenő újság, melyet a Handelsblatt Kiadócsoporthoz tartozó szerkesztősége Düsseldorfban találhatók. A lapot a Frankfurter és a Düsseldorfer Wertpapierbörsen kötelező lapjának nevezik, ami azt jelenti, hogy a tőzsdén jegyzett vállalkozásokkal és magával a tőzsdével kapcsolatos releváns információkat köteles megírni. A jelenleg 121.314 példányszámot értékesítő lapnál is megfigyelhető volt az utóbbi években egy több mint 30%-os visszaesés. A *WirtschaftsWoche* online verziója, a nyomtatott lap aktuális témáinak megvitatására is szolgáló színtér, időszerű témákkal, háttér információkkal, elemzésekkel szolgál többek között gazdasági, pénzügyi és technikai kérdésekben. Az online-felhasználók 62%-a férfi, 72%-a 20-29 év között van¹⁸ és 2016/06-os adatok szerint számuk elérte a 1,95 millió főt, a lapot lehívók száma pedig 10,96 milliót tett ki.¹⁹

A kutatáshoz felhasznált szövegek 2014.02.17 és 2016.05.04 közötti online lapszámokból származnak. Összesen 81 cikket vizsgáltam²⁰, amelyekben az össz-szószám 31266 szó, az össz-karakter 226599 leütés volt, ami átlagban 386 szó / cikket jelent.

Figyelemre méltó, hogy a legtöbb frazeologizmust a *WirtschaftsWoche* írásaiban találtam (116), a legkevésbé pedig a DER STANDARD cikkei tartalmazták (82). Amennyiben a gazdasági frazeologizmusok előfordulását nézzük, akkor 51-vel (43,96%-kal) a *WirtschaftsBlatt* áll az első, és 22-vel (19,29%-kal) a *DIE WELT* az utolsó helyen.

Ez azt jelenti, hogy bár a *DIE WELT* relatív sok frazeologizmust használ írásaiban (114), ezeknek mégis csak 13,59%-a gazdasági szókapcsolat. Ezt úgy is értelmezhetjük, hogy a *DIE WELT* a frazeologizmusokat elsősorban az újságírói stílus, a zurnalisztikai hatás eszközeként használja.

Ugyanakkor a *WirtschaftsBlatt* cikkeiben az összes frazeologizmus számát tekintve is az első helyen áll és nagyon magas számmal szerepelnek a gazdasági frazeologizmusok (116/51) is.

¹⁷ https://de.wikipedia.org/wiki/Die_Welt#cite_note-32

¹⁸ <http://www.iqm.de/digital/marken/wirtschaftswoche-online/#607>

¹⁹

https://www.agof.de/download/Downloads_digital_facts/Downloads_Digital_Facts_2016/Downloads_Digital_Facts_2016-07/07-2016_df_Ranking_Gesamtangebote_Internet_10+.pdf?x12921

²⁰ ld. Melléklet

Ez a lap tehát a gazdasági tartalmat közvetítő eszközként nyúl a frazeologizmusokhoz. A vizsgált cikkekhez kapcsolódó további általános számadatokat az 1. sz. táblázat tartalmazza.

A vizsgált frazémákról

Az újságcikkekben fellelhető frazeologizmusokat a disszertáció első fejezetében megadott, definíció alapján gyűjtöttem ki. Frazeologizmusnak tekintem elsősorban a formailag állandó, egy²¹, két vagy több szóból álló, lexéma értékű kifejezéseket (ld. 1. fejezet) (vö. Hessky 1987, Burger 1998, Schneeweiß 2000, Levin-Steinmann 2004, Forgács 2007).

Fontos megjegyezni, hogy bár a frazeologizmusok általános definiálásának egyik kritériuma, hogy a nyelvi egység több szóból áll, és sok kutató el is utasítja azok frazeologizmusként történő értékelését, amelyek nem tesznek eleget e kritériumnak (vö. Burger-Buhofer-Sialm 1982, Fleischer 1997, Keréjártó 2000, Donalies 2009 stb.), mégis találkozhatunk a szaknyelvi frazeologizmusok esetén (is) egy szóból álló kifejezésekkel (Einwortphraseologismen, vö. Michael Duhme 1991). Ezek idiomatikus jelleggel bírnak és egykor több szóból álltak, de mára már szókapcsolatokká zsugorodtak pl.

- Leichtindustrie – leichte Industrie / könnyűipar – könnyű ipar,
- Schwarzmarkt – schwarzer Markt / feketepiac – fekete piac).

A gazdasági frazeologizmusok közelebbi vizsgálata előtt mindenképpen különbséget kell tenni az általános nyelvi és a szaknyelvi frazeologizmusok között.

Duhme (1991) alapján *szaknyelvi frazeologizmusnak tekintem azokat a frazeologizmusokat, melyek tényállásokat, illetve tárgyakat neveznek meg, szakmai karakterrel bírnak, és csak a szaknyelvben jelennek meg állandósult szókapcsolatként. Szakmai karakterük könnyen felismerhető annak következtében, hogy legalább egyik tagjuk szakspecifikus kifejezés* (pl. Verluste schreiben – veszteséget könyvel el/veszteséges).

A gazdasági frazeologizmusok definiálása a mai napig hiányzik a szakirodalomból. Meghatározásuk azért is okoz problémát, mivel a gazdaságinak tekintett frazeologizmusokban gyakran olyan komponensek is szerepelnek, amelyek az általános nyelvben is előfordulnak

²¹ Mivel a vizsgált minta tanulmányozásakor magam is találtam egyszavas frazémákat, így az eredeti definíciót szükségesnek tartottam módosítani és az egy szóból álló kifejezéseket is figyelembe venni a korpusz vizsgálata során.

(pl. Die aktuelle Erholung steht allerdings auf sehr wackligen Füßen. – Az aktuális javulás azonban nagyon gyenge lábakon áll.). Azonban a szöveggörnyezet tanulmányozása után egyértelművé válik a kifejezés gazdasági mivolta (az előbbi példánál a DAX-ról, a német tőzsdeindexről szól a bekezdés).

Dolgozatomban *gazdasági frazeologizmus alatt azokat a kifejezéseket értem, melyek jelentése tipikusan gazdasági tevékenységekkel hozható összefüggésbe, terminológiai szempontból pedig a főnévi-tag terminologizált*, ami a korpusz kiértékelése után bebizonyosodott. A gazdasági tartalmú szókapcsolatok részben idiomatikusak, központjukat szakmai terminusok képezik. A definiálásnál lényeges szempont, hogy *számos frazeologizmus a szakmai (gazdasági) szöveggörnyezet következtében válik gazdaságivá* (pl. Das alles hinterließ auch Spuren in den Bilanzen. – Ez a mérlegben is nyomot hagyott).

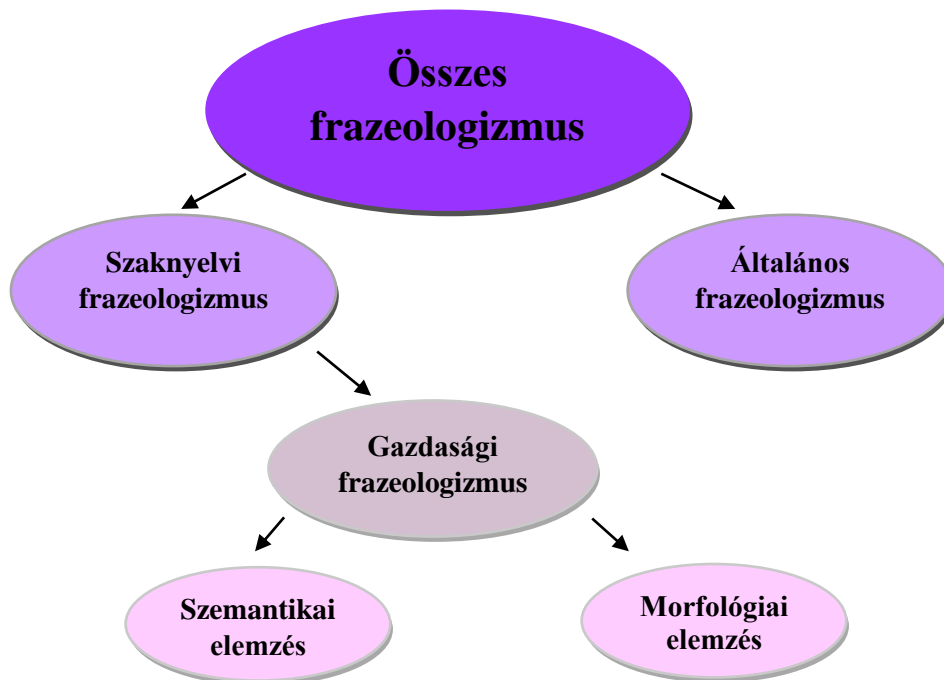
A frazeologizmusok elemzése arra a fontos felismerésre vezetett, hogy számos kifejezésben a gazdasági jelentésű összetétel-elem *csak implicit van jelen*. A szókapcsolat attól válik „gazdasági szaknyelvivé“, hogy a hiányzó összetétel-elemet „beleértjük“. Ezeket a kifejezéseket *rejtetten szaknyelvi frazémá-nak* nevezem. A vizsgált korpuszból a következő gazdasági frazeologizmusok tartoznak ehhez a csoporthoz:

1. (Geschäfts)Daten veröffentlichen – (cég)adatokat nyilvánosságra hoz (WB 2),
2. (Geschäfts)Zahlen liefern – (pénzügyi) adatokkal szolgál (WB 6),
3. (Geschäfts)Zahlen vorlegen – bemutatja az üzleti számadatokat (FAZ 6, FAZ 6),
4. das (Konjunktur)Barometer fällt – a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat (WB 2),
5. (Absatz)Erfolge verzeichnen – sikereket könyvel el az értékesítésben (FAZ 6),
6. (Markt-)Präsenz steigern – (piaci) jelenlétét növeli (WB 1),
7. (Geschäfts)Risiken absichern – (üzleti) kockázatot kivédeni (WB 9),
8. einen (BIP-)Anstieg anpeilen: emelkedést / növekedést céloz meg (WB 14),
9. (Geld)vermögen anhäufen – vagyont halmoz fel (FAZ 5).

A *rejtett szaknyelvi frazémák* jellemzőit a következőképpen foglalom össze:

- a gazdasági jelentésű elem csak implicit van jelen,
- a szöveggörnyezet segítségével egyértelműen meghatározható a rejtett alkotórész,
- a szókapcsolat az implicit taggal együtt válik gazdasági frazeologizmussá.

Az online lapokból nyert korpusz vizsgálatát többlépcsősre építettem fel, melyet az alábbi séma szemléltet (2.sz. ábra):



2.sz. ábra: A korpusz vizsgálatának sémája

Először a vizsgált korpuszban fellelhető valamennyi frazeologizmust gyűjtöttem össze, annak legtágabb értelmezésből kiindulva. Ide értem:

- az egyszavas frazeologizmusokat (pl. Firmengründer – cégalapító, Marktbeherrschung – a piac uralása vö. Fleischer 1997, Duhme 1991, Forgács 2007),
- a referenciális frazeologizmusokat (pl. Trümpfe in der Hand haben – kezében tartja az adut, in den Kinderschuhen stecken – gyerekcipőben jár vö. Burger 1998, Forgács 2007),
- a kommunikatív frazeologizmusokat (pl. in der Tat – valójában, vor allem – mindenek előtt vö. Forgács 2007)
- és a strukturális frazeologizmusokat is (pl. zum Beispiel – például, sowohl als auch – is is vö. Burger 1998, Forgács 2007).

Céлом ezzel a (gazdasági) szövegekben általánosságban előforduló frazeologizmusok gyakoriságának kimutatása volt. A későbbiekben csupán a gazdasági frazeologizmusokkal foglalkoztam. Így azok a szerkezetek, melyek bár a szöveggörnyezet hatására gazdasági

kifejezéssé váltak, ugyanakkor inkább a hétköznapi nyelvre jellemzőek, nem képezték a közelebbi elemzés tárgyát.

A 1.sz. táblázat a WirtschaftsBlatt, a DER STANDARD, a Neue Zürcher Zeitung, a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a DIE WELT és a WirtschaftsWoche gazdasági lapok online verziójából nyert korpuszban előforduló cikkek statisztikai adatait mutatja be.

	Cikkek száma	Összes szósám	Összes karakterszám²²	Összes frazeologizmus	Frazeologizmusok átlagos száma az egyes cikkekben
WirtschaftsBlatt	14	5232	32701/37821	103	7 (7,35)
DER STANDARD	15	5440	34429/39761	82	5 (5,46)
Neue Zürcher Zeitung	9	5380	34988/40301	104	12 (11,55)
Frankfurter Allgemeine Zeitung	12	6260	40233/44255	102	9 (8,5)
DIE WELT	9	5555	34608/40090	114	13 (12,6)
WirtschaftsWoche	22	3399	21030/24371	116	5 (5,27)
Összesen	81	31266	197989/ 226599	621	8 (7,66)

1.sz. táblázat: A vizsgált cikkek statisztikai adatai

A 31266 szóból álló, 226599 karakterszámú vizsgált korpuszban összesen 621 frazeologizmust találtam. Ez laponként átlagban kerekítve 104 frazeologizmust jelent. Amennyiben egy szókapcsolat többször is előfordult, azt a számolásnál is többször vettem figyelembe. Legkevesebb frazeologizmust a DER STANDARD 15 cikke tartalmazta összesen: 82, a legtöbbet pedig a WirtschaftsWoche 22 cikke: 116. Jóllehet a Frankfurter Allgemeine Zeitung karakterszáma és össz-szószáma a legmagasabb (44255 illetve 6260), és a WirtschaftsWoche-é a legalacsonyabb (24371 illetve 3399), a frazeologizmusok száma (102 illetve 116) már nem tükrözi ezt a különbséget. Cikkenként átlag 386 szóval talákoztam

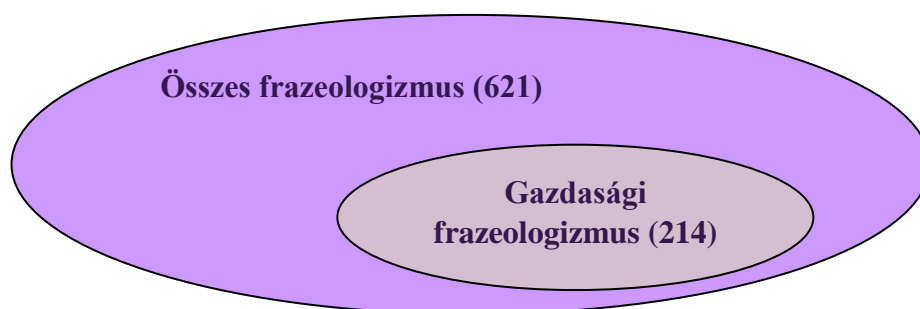
²² szóköz nélkül / szóközzel

(31266 össz-szósám 81 cikkben), ezekben cikkenként közel 8 frazémát számoltam meg, ami didaktikai nézőpontból mérve magasnak tekinthető.

Alapul véve az 1.1.4. alfejezetben bemutatott frazéma típusokat, szintaktikai szempontból az alábbi frazeologizmus fajtákat tudtam azonosítani:

- egyszavas (pl. Knochenarbeit – kőkemény, igen nehéz munka),
- mondatrésztértékű (pl. sowohl als auch – is is) és
- mondatértékű frazeologizmusok (pl. Die Branche steckt in den Kinderschuhen. – Az ágazat gyerekcipőben jár.).

A frazeologizmusok kigyűjtését követően leszűkítettem a kifejezéseket gazdasági frazeologizmusokra. Ezek előfordulása is igen jelentősnek bizonyult az eredeti újságcikkekben.



3.sz. ábra: Frazeologizmusok eloszlása a korpuszban

Mint azt a 3.sz. ábra szemlélteti, a szövegekben fellelhető 621 frazeologizmusból 214 tekinthető gazdasági frazeologizmusnak, ez 34,4%-nak felel meg, azaz cikkenként átlagban közel három gazdasági szókapcsolat fordul elő.

A 214 előfordulásban 185 különböző báziselemet²³ (pl. adat, árfolyam, kereslet, pénz, üzlet, vagyon) találtam.

A gazdasági frazeologizmusok előfordulásának ez a magas aránya (34,4%) alátámasztja ezen szókapcsolatok oktatásának fontosságát a szaknyelvi órákon, hiszen az autentikus gazdasági szövegek feldolgozása során mindenképpen találkoznak a hallgatók ezekkel a nyelvi elemekkel. Elsajátításuk fontos szerepet játszik az eredeti cikkek megértésében, a szövegek közvetítésében, illetve fordításában, azaz a szaknyelvi órákon alkalmazott feladatok legtöbbszörében.

²³ Fleischer (1997) értelmében a báziskomponensek a frazeológiai egység állandó részét képező elemek.

A kutatás ezen eredményei alapján elmondható, hogy a gazdasági témájú újságcikkekben gyakran alkalmaznak gazdasági frazeologizmusokat (cikkenként átlagban 3 szerkezet az átlagos 5211 szószámmal).

Bár az elméleti áttekintésben külön is kitértem a frazeologizmusok vertikális és horizontális tagozódására és ezek ismérveire, azonban a korpusz elemzésekor a gazdasági frazeologizmusok tematikus tagozódására és morfológiai elemzésére helyeztem a hangsúlyt.

3.2. A mintában előforduló gazdasági frazeologizmusok szemantikai elemzése

Következő lépésként szemantikai és morfológiai szempontok alapján különböző csoportokba soroltam a frazeologizmusokat. A jelentéstani aspektus oldaláról történő osztályozáskor elsősorban az idiomatikus jelleget vizsgáltam, ami a leggyakrabban említett kritérium a frazeologizmusok elhatárolásánál.

Mint az 1.2. alfejezetben bemutattam, a kutatók többsége nem idiomatikus, részben idiomatikus és teljesen idiomatikus kifejezéseket említ. Amennyiben egy nyelvi egység jelentése nem adható meg az egyes elemek jelentéséből, idiomatikus jelentésről beszélünk. Minél nagyobb különbség van a kifejezés szó szerinti és frazeológiai jelentése között, annál nagyobb a szó szerkezet idiomatizáltsági foka (vö. Fleischer 1997, Burger 1998, Keréjártó 2000, Forgács 2007, Donalies 2009). Teljes idiomatizmusról beszélünk olyan állandósult szókapcsolatok esetén, amelyek még a részleges jelentésutalást sem tartalmazzák. (vö. Földes/Kühnert 1992, Fleischer 1997, Forgács 2007). Ilyenek például:

- in den Kinderschuhe stecken – kezdetleges állapotban van,
- die Eule nach Athen tragen – felesleges dolgot csinálni,
- unter aller Sau – nagyon rossz,
- hinters Licht führen – becsap.

A gazdasági frazeologizmusok definiálásakor (3. fejezet 1.1. pont) utaltam arra, hogy azokat a szókapcsolatokat sorolom a gazdaságiak közé, melyek tipikusan a gazdasági tevékenységgel hozhatók összefüggésbe, illetve amelyeknél a főnévi-tag terminologizált. Jellemzőnek tekintem továbbá, hogy a szaknyelvben a szakmai összefüggéseket, tényállásokat egyértelműen határozzák meg. A szaknyelvi frazeologizmusok központját szakmai terminusok képezik, és, mint fentebb szó esett erről, a gazdasági jelentésű összetétel-elem néha csak implicit van jelen. Ezen meghatározások alapján leszögezhetjük, hogy a

gazdasági frazeologizmusok között igen ritka az a kifejezés, amelyik teljesen idiomatikus. A vizsgált korpuszban sem volt ilyen.

A részleges idiómák közé azok az állandósult szókapcsolatok tartoznak, amelyek egyik alkotója az eredeti jelentést tükrözi, míg a másik legtöbbször átvitt értelemben használatos (1. fejezet 2.3. pont). A szókapcsolatok komponensei egy új, átvitt értelmű jelentést hívnak elő (vö. Duhme 1991, Földes/Kühnert 1992, Fleischer 1997). Például:

- sich die Zähne putzen – fogat mos,
- kein Blatt vor dem Mund nehmen – nem tesz lakatot a szájára,
- blinder Passagier – potyautas,
- grünes Licht geben – zöld utat ad.

A gazdasági nyelv területe igen gazdag az ilyen szófordulatokban, tulajdonképpen egy a gazdasági nyelvre jellemző frazeologizmus kialakulása figyelhető meg. A vizsgált korpuszban is számtalan példát találtam erre:

- der Preiswettbewerb tobt – az árverseny tombol,
- die Zahl sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza,
- die Exporte brachen ein – az export visszaesett,
- die Zeichen stehen auf Stagnation – a stagnálás jelei mutatkoznak.

Die Exporte brechen ein – az export visszaesik kifejezésben például az export szó eredeti jelentésben van jelen, míg az einbrechen – betör vki vhoiva elem, csak a gazdasági környezetben, illetve szókapcsolatokban veszi fel a visszaesik jelentést.

A nem idiomatikus kifejezésekre az általam gyűjtött gazdasági frazeologizmusok²⁴ között csupán néhány példát találtam, ezek a bei einem Wert von, illetve im Wert von – értékben, mértékben kifejezések. Igaz a Wert – érték sem egyértelműen gazdasági terminus, mivel más tudományterületen is előfordulhat (pl. filozófia, pszichológia, matematika). Azonban implicit módon, a szövegkörnyezet hatására beleértjük pl. Markt – piac vagy akár a Marke – márkát, és így a Marktwert – piaci érték, vagy a Markenwert – a márkát értéke szókapcsolatok már egyértelműen gazdaságinak számítanak.

A nem idiomatikus összetételekkel kapcsolatban fontos megemlíteni az ún. *frazeológiai terminusokat* is, melyek főként mondatrésztértékű frazémák, s a tágabban értelmezett

²⁴ A gazdasági frazeologizmusok listáját ld. Melléklet

frazeologizmusok közé sorolhatók (vö. Fleischer 1997, Forgács 2007). Egy elhatárolt szakmai rendszerben értelmezett olyan tárgyat, összefüggést határoznak meg, mely normalizált és egyértelműen definiálható. „A legalább két szóból álló szaknyelvi kifejezések” (Forgács 2007:92) úgy viselkednek, mint bármelyik egy szóból álló szakkifejezés, azaz jelentésük kötött és csak egy bizonyos szakmai alrendszeren belül értelmezhető (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Duhme 1991, Burger 1998, Forgács 2007). A frazeológiai terminusok, mint nem idiomatikus kifejezések szintén nagy számban fordultak elő a vizsgált anyagban.

Leginkább a főnév + melléknév:

- eine leichte Belebung – enyhe javulás,
- fauler Kredit – kockázatos hitel,
- flau Konjunktur – gyenge emelkedés, gyenge konjunktúra,
- stille Reserve – rejtett tartalék,
- laufende Geschäfte – jelenlegi ügyletek;

illetve a főnév + ige összetételek jelentek meg:

- Bankdaten preisgeben – kiadni a banki adatokat,
- die Preise purzeln – az árak zuhannak,
- einer Pleite entkommen – megmenekül a csődtől / elkerüli a csődöt,
- den Markenwert steigern – a márka értékét javítani,
- die Konjunktur ankurbeln – felélénkíti / beindítja a konjunktúrát.

A korpusz elemzése során nyilvánvalóvá vált, hogy szemantikai megközelítésben a gazdaság egyes szegmenseihez kötődnek a kigyűjtött frazeologizmusok. Ilyen szegmensek:

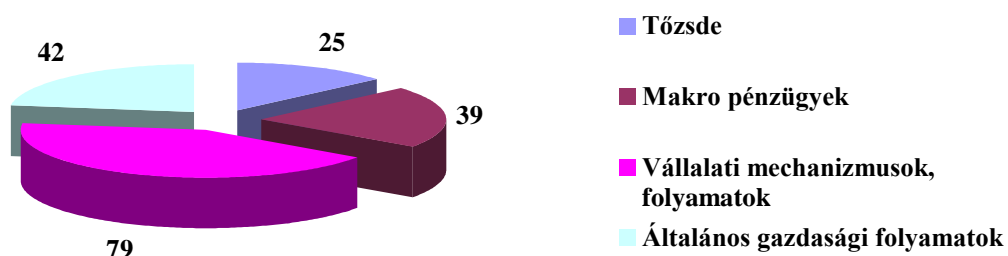
- a tőzsde,
- a makro pénzügyek,
- az általános gazdasági folyamatok (pl. piac, kereskedelem), és
- a vállalati mechanizmusok, folyamatok.

Az egyes szegmensekbe történő besorolás nem mindig egyszerű. Vannak olyan kifejezések, amelyeket több szegmenshez is lehetne sorolni pl.

- Geld in Aktien anlegen – pénzt fektet be részvényekbe: tartozhat a tőzsde vagy a pénzügyek fogalomköréhez is, vagy

- az einen Rückgang der Nachfrage verzeichnen (Zeitung) – visszaesést ér el / visszaesik a kereslet (újság) kifejezés besorolható a vállalatok / cégek vagy akár a gazdasági folyamatok témakörébe is.

A 1.sz. diagram az egyes szegmensekhez tartozó kifejezések számát mutatja az összes gazdasági frazeologizmust tekintve. Láthatjuk, hogy a legtöbb kifejezés (79) a vállalati mechanizmusok, folyamatok csoporthoz, míg a legkevesebb (25) a tőzsde témához kapcsolódott. A makro pénzügyek (39) és az általános gazdasági folyamatok (42) számadatai nagyjából megegyeznek. A vállalatok a gazdaság mozgatórugói, a gazdaság legfontosabb szereplői közé tartoznak. Éppen ezért gyakran alanyai a gazdasági témájú újságcikkeknek is.



1.sz. diagram: Az egyes gazdasági szegmensekhez tartozó gazdasági frazeologizmusok

A következőkben az egyes szegmensekhez tartozó frazeologizmusokkal foglalkozom behatóbban. A gazdasági szegmensek elnevezéseit magyarul, a hozzájuk tartozó bázisszavakat - a dolgozat nyelvére tekintettel - először magyarul, majd az előfordulás eredetijében, németül tüntetem fel.

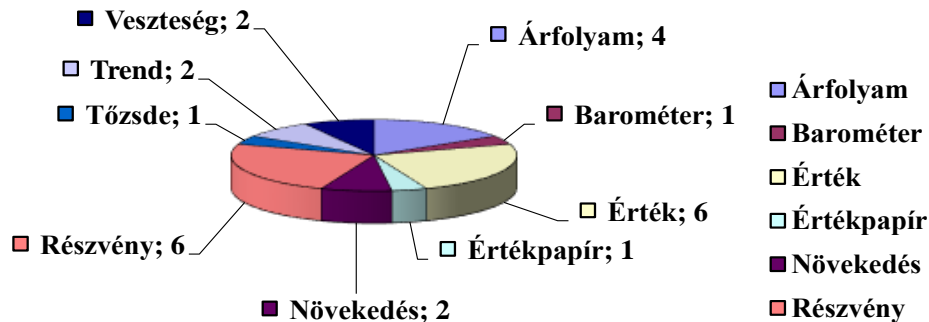
A kifejezések mögött álló jelölések a következők:

- **Források:** WirtschaftsBlatt (WB), DER STANDARD (DS), Neue Zürcher Zeitung (NZZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), DIE WELT (DW), WirtschaftsWoche (WIWO)
- **1-22 számok:** az egyes lapok adott cikkeit jelölik.²⁵

A tőzsdei kifejezések közé soroltam az árfolyam, a (tőzsdei hangulatot jelző) barométer, az emelkedés, az érték, az értékpapír, a növekedés és a veszteség (árfolyamot tekintve), a

²⁵ A cikkeket ill. a kigyűjtött kifejezéseket ld. Melléklet

részvény, a tőzsde és a trend szavakat tartalmazó kifejezéseket. A 25 szókapcsolatban megtalálható kifejezés számszerűsített eloszlását ld. 2.sz. diagram.



2.sz. diagram: Egyes tőzsdei kifejezések előfordulása

Látható, hogy az érték (Wert) és a részvény szavakkal találtam a legtöbb szókapcsolatot (6-6):

- die (10.000-Punkte-)Marke knacken – átlépi / túlszárnyalja a határt / értéket (FAZ 9),
- auf ein Jahrestief fallen – az éves legalacsonyabb értékre esik (FAZ 9),
- auf ein Rekordtief fallen (an der Börse) – legalacsonyabb szintre / értékre esik (tőzsdén) (WB 13),
- ein Rekordhoch markieren (DAX) – rekord magas eredményt ér el (DW 5),
- den Rekordhoch knacken – túlszárnyalja az eddigi rekord eredményt / értéket (értékpapír) (WIWO 1),
- (der Goldpreis) ist auf dem höchsten Stand – (az arany ára) a legmagasabb értéken / szinten van (DW 5),

részvény (Aktie)

- Aktien ausgeben – részvényt kibocsájt (DS13),
- in Aktien anlegen – részvényekbe fektet be (FAZ 8, FAZ 8),
- Geld in Aktien anlegen – pénzt fektet be részvényekbe (FAZ 8),
- die Aktie handeln - részvénnel kereskedik (WIWO 1),
- Aktien zeichnen – részvényt jegyez (WIWO 6)
- in Aktien investieren – részvényekbe fektet be (FAZ 8).

Az árfolyam báziskomponenshez négy különböző kifejezést találtam:

árfolyam (Kurs)

- die Aktienkurse rutschen ab – a részvényárfolyamok csökkennek, zuhannak (WB 2),
- Kurseinbruch (der Kurs bricht ein) – árfolyam visszaesés (NZZ 8, NZZ 8),
- der Kurs rutschte ab – az árfolyam visszaesett (WB 5),
- (der Kurs) schnell in die Höhe – egekbe szökik az árfolyam (NZZ 8).

A növekedés, a trend és a veszteség 2-2 összetételben fordult elő:

növekedés (Belebung, Plus)

- eine leichte Belebung melden (an der Börse = Börsenbelebung) – enyhe élénkülés / javulás / növekedés jelentkezik (WB 2),
- ins Plus drehen (Börse = Börsenplus) – nyereséges lesz (WB 13),

trend (Trend)

- den Trend bestätigen – a trendet / fejlődést igazolja, bizonyítja (WB 2),
- der Trend bestätigt sich – a trend beigazolódik (WB 2),

veszteség (Minus, Verlust)

- im Minus schließen (Börse) – veszteséggel zár (DW 5),
- einen Verlust verzeichnen (Börse) – veszteséget könyvel el (DW 5).

Érdekes viszont, hogy konkrétan a tőzsde szakszóhoz csupán egy kifejezést találtam:

- an die Börse gehen – tőzsdére megy / részvényeket ad el a tőzsdén (FAZ 10),

éppúgy, mint a barométer szóhoz:

- Börsenbarometer – a tőzsdei befektetési kedvet jelző adat (DW 5).

Az érték, az árfolyam, a részvény, a növekedés, a trend, a veszteség és a tőzsde szavak tipikusan a gazdasághoz kötődnek, míg a barométer-t általában az időjárással kapcsolatban alkalmazzák (igaz ott is az előrejelzést szolgáló műszer neve).

A makropénzügyi szegmenshez soroltam többek között a bank, az adózás, az árak alakulása, az érték (mint mennyiség), a fizetéssel, a hitelekkel, a kamatokkal, a pénzzel, a tőkével és a vagyonnal kapcsolatos frazeologizmusokat. A 39 kifejezésben összesen 20 báziskomponenst találtam, melyek számszerűsített eloszlását az 3.sz. diagram mutatja be.

A makropénzügyek szegmenshez tartozó összetételek közül egyértelműen kiemelkednek a pénzzel kapcsolatosak, ami nem meglepő a témakört tekintve.

Öt szókapcsolatban is szerepelt a pénz (Geld) szó:

- Geld abknöpfen – pénzt gombol le róla (DW 9),
- Geld anlegen – pénzt fektet be (FAZ 8),
- Geld verdienen – pénzt keres (WB 4, NZZ 9, FAZ 3),
- Geld verschlingen – elnyeli a pénzt (DW 4),
- das Geld wert sein – megéri a pénzét (NZZ 6).

A második helyen négy kifejezéssel az ár (Preis) báziskomponens áll:

- den Preis entrichten – kifizeti az árat (DW 6),
- die Preise kippen ins Negative – veszteséggé válik, mínuszba fordulnak az árak (NZZ 9),
- die Preise purzeln – az árak zuhannak (DW 9),
- der Preis schießt nach oben – az ár az egekbe szökik (DW 5).

Ezt követik az adat, az érték, a hitel, a fizet fogalomkörök 3-3 kifejezéssel:

adat (Daten)

- Bankdaten hinterlegen – banki adatokat letétbe helyez (FAZ 10),
- Bankdaten preisgeben – kiadni a banki adatokat (FAZ 10),
- (Onlinebank)Daten eingeben – online banki adatokat megad (FAZ 10, FAZ 10).

Látható, hogy az adat báziskomponens esetén mindhárom kifejezés a bankkal kapcsolatos, ami a pénzügyi szektor egyik legfontosabb eleme.

érték (Wert)

- bei einem Wert von – értékben (WB 7),
- im Wert von – értékben, mértékben (WB 7, WB 10, DS 4, DS 4, FAZ 4),
- (der Rubel) an Wert einbüßen – veszít az értékéből (DW 5),

hitel (Kredit)

- einen Kredit aufnehmen – hitelt vesz fel (DS 13),
- Kredite sind unter Wasser – elborít, előnt itt: bedől (hitel) (WB 5),
- fauler Kredit – kockázatos hitel (WB 10),

fizet

- den Geldbeutel zücken – fizet (előhúzza pénztárcáját) (NZZ 7),
- jmdn zur Kasse bitten – kifizettet (DS 13),
- per Vorkasse zahlen – előre fizet (WIWO 5).

Ezután a vagyon báziskomponens következik 2 kifejezéssel:

vagyon (Vermögen)

- (Geld)vermögen anhäufen – vagyont halmoz fel (FAZ 5),
- Vermögen besitzen – vagyonnal rendelkezik (WB 7).

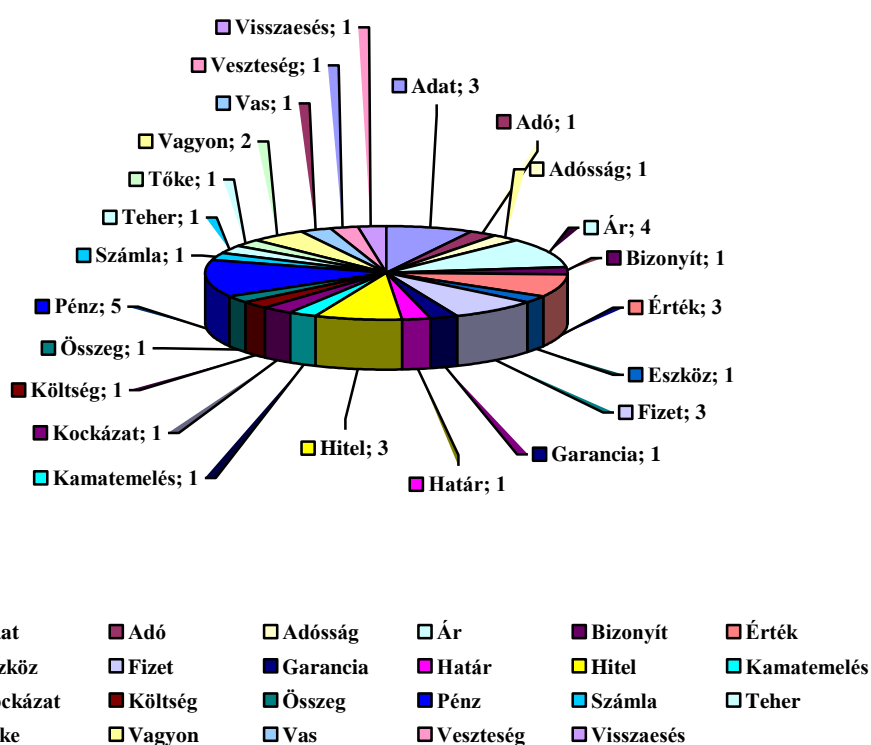
Végül az adó, az adósság, a bizonyít, az eszköz, a garancia, a határ, a kamatemelés, a kockázat, a költség, az összeg, a számla, a teher, a tőke, a vas, a veszteség és a visszaesés báziselemekkel 1-1 kifejezést találtam a makro pénzügyek szegmensen belül:

- Steuer erheben – adót vet ki (NZZ 1),
- Schulden tilgen – törleszti az adósságot (FAZ 5),
- unter Beweis stellen (Bank) – (be)bizonyít (WIWO 21),
- Mittel freigeben (Euro-Gruppe) – eszközöket rendelkezésre bocsát (Euró-övezet) (NZZ 3),
- Garantie gewähren (bei Anleihen) – garanciát nyújt (kötvényeknél) (WB 9),
- die Grenze überschreiten – átlépi a határt (kiadások) (WIWO 8),
- eine Zinserhöhung rückt in weite Ferne – a kamatemelés eltávolodik, a távolba veszik, távolinak tűnik (WB 2),
- Risiken tragen (Versicherungen) – kockázatot visel (biztosító) (NZZ 6),
- Kosten übernehmen (Versicherung) – átvállalja a költséget (biztosító) (DW 8),
- die Summe berechnen (Versicherung) – kiszámítja az összeget (biztosító) (DW 8),
- das Konto plündern – kifosztja a számlát (FAZ 10),
- die Lasten tragen – terheket visel (WIWO 8),
- Kapital aufbringen – tőkét előteremt (DS 13),
- Millionen im Feuer haben – milliókat fektetett be, tart a tűzben (több vasat tart a tűzben) (WB 9, WB 9),
- Verluste hinnehmen – veszteséget elfogad (WB 7),

visszaesés (Einbruch):

- (Gewinn)Einbruch erleiden (Bank) – visszaesést szenved el / ér meg, csökkenő nyeresége van (WB 9).

Az előbbi kifejezések legtöbbje megfelel a makropénzügyi szegmenssel kapcsolatos tevékenységeknek, és a szegmens elemeinek úgymint az adózás, a bankok, a biztosítók és a fizetés.



3.sz. diagram: A makropénzügyek szegmensbe tartozó báziselemek

A vállalati mechanizmusok, folyamatok szegmenséhez tartozónak tekintetem egyebek mellett az (üzleti) adatokkal, az alkalmazottakkal/munkahelyekkel, a csóddal, az értékcsökkenéssel, a nyereséggel, a sztrájjal és a veszteséggel összefüggésben álló kifejezéseket. Mindezek összefüggésbe hozhatók egy vállalat mindennapi működésével, tevékenységeinek lebonyolításával. Ide tartozott a legtöbb frazeologizmus, szám szerint 79 (ld. 4.sz. diagram). Ez véleményem szerint tükrözi azt, hogy a gazdasági élet legfontosabb szereplői a cégek, így a gazdasági témájú cikkek legtöbbje is róluk szól. Összesen 44 báziskomponenst állapítottam meg.

A munkahely és a nyereség fogalomhoz tartozott a legtöbb kifejezés (6-6), a megbízás és a veszteség báziskomponensek szintén igen magas előfordulással voltak jelen (5-5), ami nem meglepő, hisz egy vállalat működésében ezek a legfontosabb dolgok:

munkahely (Arbeitsplatz, Stelle)

- Arbeitsplätze abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8),
- Jobs abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8),
- Stellenabbau (Stellen abbauen) – munkahelyek megszüntetése (DS 8),
- Stellen abbauen – munkahelyeket épít le (DS 11),
- Stelle(n) entstehen – munkahely(ek) jön(nek) létre (FAZ 12),
- Stelle(n) schaffen - munkahelye(ke)t hoz létre (FAZ 12, FAZ 12),

nyereség (Gewinn)

- Gewinn abwerfen – nyereséget könyvel el / ér el (NZZ 9),
- Gewinn einfahren – nyereséget ér el (FAZ 6),
- einen Gewinn erwirtschaften – nyereséget ér el (NZZ 4),
- Gewinn erzielen - nyereséget ér el (WIWO 1),
- Gewinn machen – nyereséget ér el (FAZ 6, FAZ 6),
- Gewinne realisieren – nyereséget ér el (NZZ 6),

veszteség (Verlust)

- Einbußen hinnehmen – veszteséget könyvel el (NZZ 7),
- rote Zahlen – veszteség (DS 6),
- rote Zahlen schreiben – veszteséget könyvel el (DW 1),
- einen Verlust ausweisen (Zeitung) – veszteséget könyvel el / veszteséges
- (NZZ 7),
- Verluste schreiben (bauMax) – veszteséges, veszteséget könyvel el (DS 9).

4-4 összetétellel szerepeltek az adat és a vállalat összetevők:

adat (Daten)

- Daten erheben – adatot rögzít (NZZ 7),
- (Geschäfts)Daten veröffentlichen – (cég)adatokat nyilvánosságra hoz (WB 2),
- (Geschäfts)Zahlen liefern – (üzleti) számokkal / adatokkal szolgál (WB 6),
- (Geschäfts)Zahlen vorlegen – bemutatja az üzleti számadatokat (FAZ 6, FAZ 6),

vállalat

- Betrieb einstellen – bezárja a céget / vállalatot (WIWO 6)
- dicht machen – bezár (vállalatot, céget) (WIWO 6)
- das Unternehmen führen – vállalatot vezet (WIWO 1)
- auf ein Unternehmen setzen – egy vállalatba befektetni (WIWO 1).

Az osztalék (3), a cégalapító (3), a cég (2), az eredmény (2), érték (2), az értékesítés (2), a költség (2), a nyomás (2), az üzlet (2) és a verseny (2) báziskomponenseken kívül az összes többi összetevő csupán 1-1 szókapcsolattal szerepelt:

osztalék

- Dividendenausschüttung (Dividende ausschütten) – osztalék kiosztás (WIWO 19),
- Dividende ausschütten – osztalékot oszt ki (WIWO 19),
- Dividende zahlen – osztalékot fizet (WIWO 19),

cégalapító

- Firmengründer (Firmen gründen) – cégalapító (DS 6, DS 6, DS 6),

cég

- Briefkastenfirmen – csak egy postaládát üzemeltető cégek (NZZ 4),
- ein Geschäft eröffnen – céget alapít (DS 6),

eredmény

- auf der Strecke bleiben – negatív eredményt ér el (cég) (WIWO 20),
- Ergebnisse veröffentlichen – eredményeket nyilvánosságra hoz (WIWO 21),

érték

- beim Markenwert zulegen – erősödik a márka értéke (WB 1),
- den Markenwert steigern – a márka értékét javítani (DS 7),

értékesítés

- einen hohen Absatz erzielen – magas számú értékesítést csinál (FAZ 6),
- (Absatz)Erfolge verzeichnen – sikereket könyvel el az értékesítésben (FAZ 6),

költség

- Kosten entstehen – felmerül a költség (WIWO 4),
- Kosten sparen – költséget takarít meg (WIWO 2),

nyomás

- Druck ausüben – nyomást gyakorol (WIWO 9),

- unter (Verkaufs)druck stehen – értékesítési kényszer / nyomás alatt áll (WB 13),

üzlet

- Geschäfte machen – működik, tevékenykedik (WIWO 9),
- Laden betreiben – üzletet működtet (WB 3),

verseny

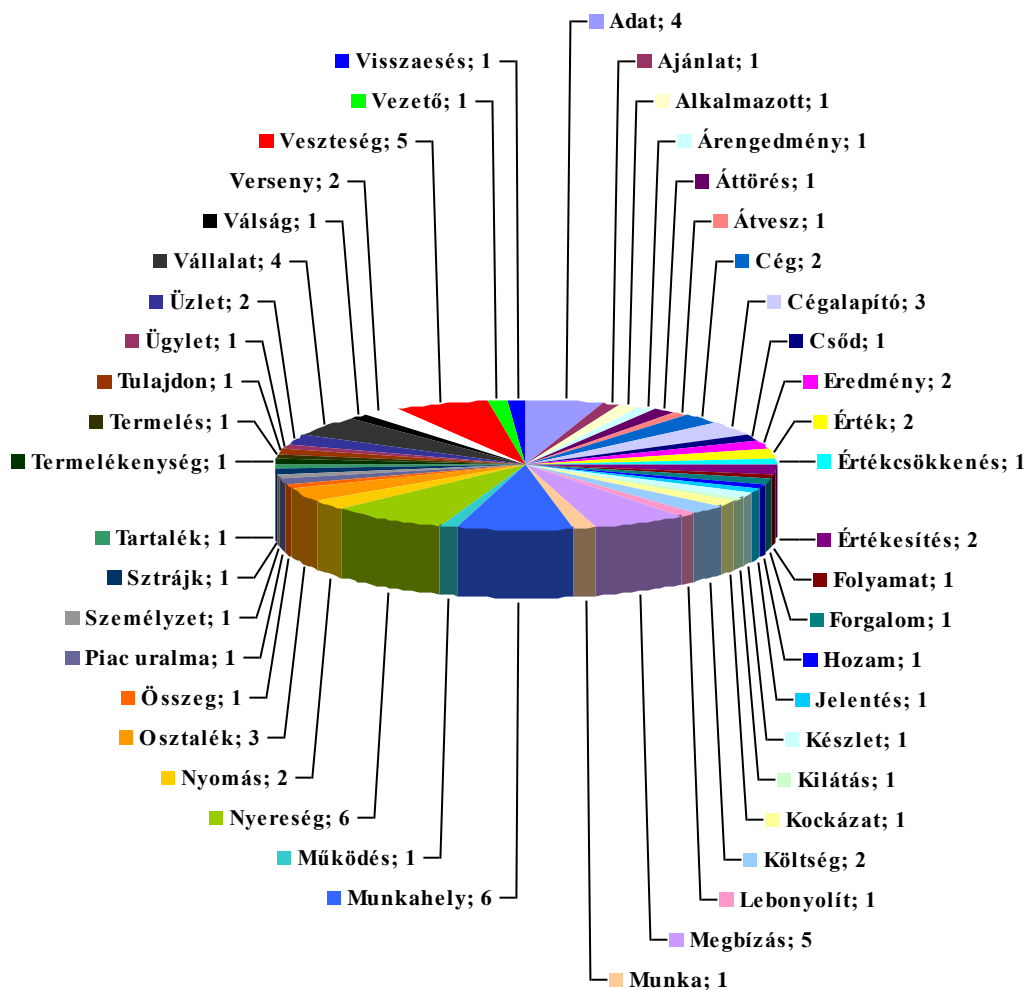
- Konkurrenz machen – versenyhelyzetet teremt, konkurenciát csinál (FAZ 10),
- im Wettbewerb stehen – versenyben van / áll (cégek) (WIWO 2),

ajánlat, alkalmazott, árengedmény, áttörés, átvesz, cégalapító, csőd, eredmény, értékcsökkenés, folyamat, forgalom, hozam, jelentés, készlet, kilátás, kockázat, lebonyolít, munka, működés, összeg, piac uralma, személyzet, sztrájk, tartalék, termelékenység, termelés, tulajdon, ügylet, válság, vezető, visszaesés

- Angebot unterbreiten – ajánlatot tesz (WIWO 3),
- Angestellten entlassen – felmond az alkalmazottaknak (FAZ 7),
- den Rabatt kürzen – kedvezményt csökkent (WIWO 2),
- den Durchbruch schaffen – áttörést ér el (termékkel) (WIWO 13),
- in Empfang nehmen – átvesz (WIWO 11),
- Firmengründer (Firmen gründen) – cégalapító (DS 6),
- einer Pleite entkommen – megmenekül a csődtől / elkerüli a csődöt (DS 6),
- auf der Strecke bleiben – negatív eredményt ér el (cég) (WIWO 20),
- eine Abschreibung vornehmen – leírást / értékcsökkentést hajt végre (WB 9, NZZ 9),
- dumm gelaufen – balul sült el (vállalat tevékenysége) (WIWO 9),
- einen Umsatz verbuchen – forgalmat ér el (WIWO 18),
- Rendite erwirtschaften – hozamot ér el (NZZ 6),
- Bericht vorlegen – jelentést nyújt be (NZZ 5),
- im Bestand haben – készleten van (WB 9),
- (Geschäfts)Risiken absichern – (üzleti) kockázatot kivédeni (WB 9),
- unter Dach und Fach bringen (Firmenübernahme) – tető alá visz, lebonyolít (cégátvétel) (WIWO 16),
- ohne Job da stehen – munkanélküli (WB 11),
- den (Flug)betrieb lahmlegen – megbénítja az üzem működését (DS 11),
- unter (Verkaufs)druck stehen – értékesítési kényszer / nyomás alatt áll (WB 13),

- in Summe – összegben kifejezve (DS 14),
- Marktbeherrschung (den Markt beherrschen) – piac uralma (DS 9),
- Personal abbauen – leépíti a személyzetet, elbocsájt embereket (DS 6),
- zum Streik aufrufen – sztrájkra szólít fel (DS 11, DS 11),
- stille Reserve – rejtett tartalék (NZZ 4),
- die Produktivität legt zu – nő a termelékenység (WB 6),
- die Produktion stagniert – a termelés stagnál (WB 8),
- in den Besitz gelangen – tulajdonába kerül (WB 10),
- laufende Geschäfte – jelenlegi ügyletek (WB 2),
- in die Krise geraten (Versicherer) – válságba kerül (FAZ 8),
- Konkurrenz machen – versenyhelyzetet teremt, konkurenciát csinál (FAZ 10),
- den Chef berufen – kinevezi a vezetőt (DW 3),
- einen Rückgang der Nachfrage verzeichnen (Zeitung) – a kereslet visszaesést ér el / visszaesik (NZZ 7).

A csoport báziskomponenseit közelebbről megnézve látható, hogy azok a vállalatok szokásos tevékenységeivel vannak összefüggésben. A két leggyakoribb báziselem, a munkahely és a nyereség (6-6 szókapcsolat), valamint a szintén nagy számmal előforduló megbízás és veszteség (5-5) összetevők, éppúgy, mint, az adat, a vállalat, az osztalék, a verseny, a tartalék, a kockázat, a költség, a megbízás, a termelés, a hozam stb. fogalmak is fontosak a cégek mindennapjaiban.



- | | | | | |
|-------------|-------------|-------------|------------|----------------|
| Adat | Ajánlat | Alkalmazott | Árendemény | Áttörés |
| Átvesz | Cég | Cégalapító | Csőd | Eredmény |
| Érték | Értékesítés | Értékesítés | Folyamat | Forgalom |
| Hozam | Jelentés | Készlet | Kilátás | Kockázat |
| Költség | Lebonyolít | Megbízás | Munka | Munkahely |
| Működés | Nyeresség | Nyomás | Munka | Munkahely |
| Piac uralma | Személyzet | Sztrájk | Tartalék | Termelékenység |
| Termelés | Tulajdon | Ügylet | Üzlet | Vállalat |
| Válság | Verseny | Veszteség | Vezető | Visszaesés |

4.sz. diagram: A vállalati mechanizmusok, folyamatok szegmenshez tartozó frazeologizmusok báziselemei

Az általános gazdasági folyamatokhoz kapcsolódó szókapcsolatok köre elég sokszínű (ld. 5.sz. diagram). A 42 kigyűjtött frazeologizmus között megtalálhatók voltak az egyes gazdasági mutatókkal kapcsolatos kifejezések, úgymint GDP, konjunktúra, munkanélküliség, piac, versenyhelyzet, növekedés, recesszió és válság. A fogalomcsoporthoz tartozó összetételek tükrözik a piaci eseményekhez, gazdasági ágazatokhoz köthető legfontosabb gazdasági szókapcsolatokat is, mint pl.

- (die Branche) steckt in den Kinderschuhen – (az ágazat) gyerekcipőben jár (NZZ 9),
- der Preiswettbewerb tobt – az árverseny tombol (FAZ 6),
- die Exporte brachen ein – visszaesett az export (DS 4),
- der (wirtschaftliche) Nutzen fällt gering aus – alacsony a (gazdasági) haszna (NZZ 1).

A négy szegmens közül ebben van a második legtöbb frazeologizmus, ami a kifejezések tág keretét tükrözi. Több olyan szókapcsolat is van, ami ugyanazzal a báziskomponenssel áll összefüggésben, illetve szinoním jelentéssel bír pl.:

konjunktúra

- Ankurbelung der Konjunktur – a konjunktúra fellendítése (WB 13),
- flaue Konjunktur – gyenge emelkedés, gyenge konjunktúra (WB 11),
- die Konjunktur ankurbeln – felélénkíti / beindítja a konjunktúrát (WB 12),

növekedés

- einen (BIP)Anstieg anpeilen – emelkedést / növekedést céloz meg (WB 14),
- ein (leichtes) Plus verzeichnen (bei Arbeitslosenzahl) – (kis/enyhe) nyereséget jegyez / könyvel el (WB 11),
- Wachstum erzielen – növekedést ér el (DS 4, FAZ 5),
- auf Wachstumskurs bleiben – tovább növekszik (WB 2),
- einen leichten Zuwachs verzeichnen – kisebb növekedést ér el (DS 4),
- einen Zuwachs erzielen – növekedést ér el (DS 4),
- Zuwachs verbuchen – növekedést ér el (FAZ 5).

Az előbbi két báziselem volt a legtöbb szókapcsolatban megtalálható, mégpedig a konjunktúra 3 és a növekedés 7 kifejezéssel.

Az érték, az ingatlanpiac és a piac szavak 2-2 szókapcsolattal, míg az összes többi komponens csupán 1-1 összetétellel volt jelen:

érték

- das Wachstum rutscht unter die Marke – a növekedés egy bizonyos szint / érték alá esik (WB 14),
- die Zahl (der Armen) sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza (DS 1),

ingatlanpiac

- die Immobilienblase platzt – kidurran/kipukkad az ingatlanpiaci buborék (FAZ 7, FAZ 7),
- den (Immobilien)markt beleben – felélénkíti az (ingatlan)piacot (WB 12),

piac

- auf den Markt bringen – piacra dob (WIWO 3),
- den Markt sättigen – a piac telítődik (WIWO 22),

ágazat, árverseny, barométer, csökkenés, energia, export, felelős, figyel, GDP, haszon, jel, jelenlét, kártérítés, kereslet, kérvény, kockázat, költségvetés, norma, növekedési szint, ráfordítás, recesszió, stagnálás, tartalék, teljesítmény, trend, válság

- (die Branche) steckt in den Kinderschuhen – (az ágazat) gyerekcipőben jár (NZZ 9),
- der Preiswettbewerb tobt – az árverseny tombol (FAZ 6),
- das (Konjunktur)Barometer fällt – a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat (WB 2),
- auf (Schrumpf)kurs bleiben – marad / tart a csökkenő tendencia (WB 2),
- erneuerbare Energie – megújuló energia (DW 1, DW 1, DW 2, DW 9),
- die Exporte brachen ein – visszaesett az export (DS 4),
- verantwortlich machen – felelőssé tesz (FAZ 12),
- im Visier haben – szemmel tart / figyel (WIWO 10),
- das Bruttoinlandsprodukt (BIP) schrumpfte – a GDP csökkent (WB 8),
- der (wirtschaftliche) Nutzen fällt gering aus – alacsony a (gazdasági) haszna (NZZ 1),
- die Zeichen stehen auf Stagnation – a stagnálás jelei mutatkoznak (WB 2),
- (Markt-)Präsenz steigern – (piaci) jelenlétét növeli (WB 1),
- einen Schadenersatz zahlen – kártérítést fizet (DS 6),
- einen Nachfragepull auslösen – keresleti nyomást okoz (WB 3),

- einen Antrag stellen – kérvényt nyújt be (DS 2),
- Risiko minimieren – kockázatot minimalizál (FAZ 10),
- den Haushalt verabschieden – költségvetést elfogad (NZZ 3),
- Normen einhalten – betartja az normákat, irányelveket (FAZ 3),
- unter der Wachstumsschwelle liegen – a növekedési szint alatt van (WB 14),
- keinen Aufwand scheuen – nem sajnál semennyi ráfordítást, „semmi sem drága” (NZZ 4),
- in die Rezession abrutschen – recesszióba esik, zuhan (WB 8),
- eine Stagnation signalisieren – stagnálást jelez (WB 2),
- (Kapazitäts)reserve einrichten – tartalékot képez (DW 1),
- die Wirtschaftsleistung geht zurück – a gazdasági teljesítmény visszaesett (WB 8),
- ein (Aufwärts)trend zeichnet sich ab – fellendülési trend figyelhető meg, rajzolódik ki (WIWO 3),
- in der Krise stecken (Länder) – válságban van (DW 5).

A három leggyakoribb szókapcsolat az érték (13), a növekedés (10) és a veszteség (8) báziskomponenssel állók voltak, ami bizonyítja, hogy a gazdasági tevékenységgel (legyen az egy vállalkozás, az állam vagy akár a tőzsde) kapcsolatban ezek a fogalmak igen fontos szerepet játszanak.

A legmagasabb számú érték báziselem mindegyik szegmensben megtalálható volt (13 szókapcsolatban), igaz a tőzsde szegmensében majdnem annyi összetétel volt (6), mint a másik három szegmensben összesen (makro pénzügyek: 3, általános gazdasági folyamatok: 2, vállalati mechanizmusok, folyamatok: 2).

A növekedés összetevő 8-szor fordult elő az általános gazdasági folyamatok szegmensében és 2-szer a tőzsde szegmensében.

A veszteség elem pedig legtöbbször a vállalati mechanizmusok, folyamatok szegmensében (5-ször), 2-szer a tőzsde szegmensében és 1-szer a makro pénzügyi szókapcsolatok között volt jelen. Emellett 1-1 összetevővel számos szókapcsolatot találtam (pl. adó, ajánlat, ágazat, csőd, eredmény, eszköz, export, haszon, hozam, kereslet, működés, tőke, vezető stb.).

3.3. A mintában előforduló gazdasági frazeologizmusok morfológiai elemzése

A morfológiai elemzés során az egyes frazeologizmusok belső struktúráját vizsgáljuk. A kutatók különböző megközelítési módokat részesítenek előnyben. Van aki a szintaktikai és a morfológiai kritériumokat külön tárgyalja (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Duhme 1991, Fleischer 1997, Forgács 2007). Fleischer (1997) a morfológiai megközelítésnél megemlíti, hogy a frazeologizmusok összetevői között autoszemantika és szinszemantika különböztethető meg. Az autoszemantika, másnéven báziskomponensek a frazeológiai egység állandó részét képezik, míg a szinszemantika ún. kapcsolódó elemeket jelentenek. Autoszemantika a főnév, a melléknév, a határozó vagy az ige, szinszemantika pedig az előjárószó, a prepozíció, a kötőszó vagy a névelő.

Ez alapján megkülönböztethetők:

- főnévi,
- melléknévi,
- határozói és
- igei frazeologizmusok.

A dolgozatban Fleischer (1997) szemléletét alapul véve első sorban a báziselemek szófajok szerinti besorolását végeztem el.

Bár az újságcikkekből kigyűjtött 621 frazeologizmus között bizonyára mind a négy kategóriára vannak példák, azonban az általam vizsgált gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok (185 különböző szókapcsolat) körében a főnévi és az igei frazeologizmusok vannak jelen. Megoszlásuk: 16 főnévi és 169 igei frazeologizmus (ld. 6.sz. diagram).



6.sz. diagram: Igei-főnévi gazdasági frazeologizmusok eloszlása

3.3.1. Főnévi frazeologizmusok

A főnévi frazeologizmusoknál a báziskomponens egy főnév, és nem tartalmaznak kötelezően igét (vö. Duhme 1991, Fleischer 1997). A gyűjtött csoportban, melybe 16 gazdasági frazeologizmus tartozott, különböző alcsoportokat is létrehoztam, amelyeket a 7.sz. diagram mutat be. Ezek a következők voltak:

egy szóból álló kifejezések

- Kurseinbruch – árfolyamvisszaesés (NZZ 8, NZZ 8),
- Börsenbarometer – a tőzsdei befektetési kedvet jelző adat (DW 5),
- Briefkastenfirmen – csak egy postaládát üzemeltető cégek (NZZ 4, WIWO 9),
- Dividendenausschüttung (Dividende ausschütten) – osztalék kiosztás (WIWO 19)
- Firmengründer – cégalapító (DS 6, DS 6, DS 6),
- Marktbeherrschung (den Markt beherrschen) – piac uralma (DS 9),

főnév + előjárószó összetételek

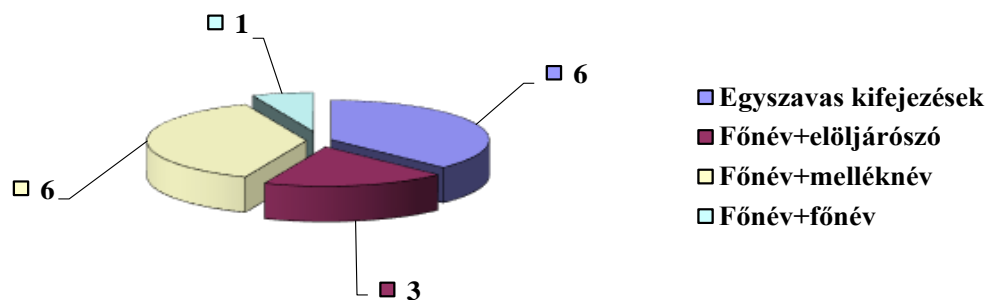
- bei einem Wert von – értékben (WB 7),
- im Wert von – értékben, mértékben (WB 7, WB 10, DS 4, DS 4, FAZ 4),
- in Summe – összegben kifejezve (DS 14),

főnév + melléknév szókapcsolatok

- erneuerbare Energie – megújuló energia (DW 1, DW 1, DW 2, DW 9),
- fauler Kredit – kockázatos hitel (WB 10),
- flaue Konjunktur – gyenge emelkedés, gyenge konjunktúra (WB 11),
- stille Reserve – rejtett tartalék (NZZ 4),
- laufende Geschäfte – jelenlegi ügyletek (WB 2),
- rote Zahlen – veszteség (DS 6), illetve

főnév + főnév kifejezés (az egyik főnév birtokos esetben áll, de mindkettő ragozatlan)

- Ankurbelung der Konjunktur – a konjunktúra fellendítése (WB 13).



7.sz. diagram: Főnévi frazeologizmusok

Látható, hogy a főnévi frazeologizmusok között az egyszavas kifejezésekből és a főnév + melléknév összetételből van a legtöbb (6-6).

Az egyszavas kifejezések (Einwortphraseologismen) eredetileg több szóból álltak, később azonban összeolvadtak pl.

- Firmengründer /eine Firma gründen – cégalapító /céget alapít,
- der Kurseinbruch /der Kurs bricht ein – árfolyamvisszesés /az árfolyam visszaesik,
- Marktbeherrschung /den Markt beherrschen – piacuralom /a piacot uralni.

Ebben az alcsoportban egy manapság nagyon gyakran alkalmazott, divatos neologizmust is találtam: Briefkastenfirmen²⁶ – postafiókcég /kizárólag adóelkerülés céljából alapított cég/.

A melléknév + főnév összetételek magas száma azzal magyarázható, hogy ezek a kifejezések a frazeológiai terminusokhoz tartoznak, amelyek (mint fentebb már említettem) jellemző kifejezései a gazdasági szaknyelvnek pl.

- stille Reserve – rejtett tartalék,
- laufende Geschäfte – jelenlegi ügyletek,
- rote Zahlen – veszteség.

3.3.2. Igei frazeologizmusok

Az igei frazeologizmusok esetén a báziselem egy ige, azonban számos variáció figyelhető meg egyéb szófajokkal (pl. melléknév, határozó, főnév) (ld. 8.sz. diagram).

²⁶ William J. Gibbons, Tax Factors in Basing International Business Abroad: A Study of the Law of the United States and of Selected Foreign Countries, 1957

Ez alapján a következő alkategóriákat állapítottam meg:

ige + főnév (a két szófajon kívül más nem szerepel az összetételben)

Az igei frazeologizmusok nagyobb részét (169 kifejezésből 117-t) ezek a kapcsolatok teszik ki (69,23% \approx 70%):

- Daten erheben – adatot rögzít (NZZ 7),
- Bankdaten hinterlegen – banki adatokat letétbe helyez (FAZ 10),
- Bankdaten preisgeben – kiadni a banki adatokat (FAZ 10),
- (Geschäfts)Daten veröffentlichen – (cég)adatokat nyilvánosságra hoz (WB 2),
- (Geschäfts)Zahlen liefern – (pénzügyi) adatokkal szolgál (WB 6),
- (Geschäfts)Zahlen vorlegen – bemutatja az üzleti számadatokat (FAZ 6, FAZ 6),
- (Onlinebank)Daten eingeben – online banki adatokat megad (FAZ 10, FAZ 10),
- Steuer erheben – adót vet ki (NZZ 1),
- Schulden tilgen – törleszti az adósságot (FAZ 5),
- Angebot unterbreiten – ajánlatot tesz (WIWO 3),
- Angestellten entlassen – felmond az alkalmazottaknak (FAZ 7),
- den Preis entrichten – kifizeti az árat (DW 6),
- die Preise purzeln – az árak zuhannak (DW 9),
- Rabatt kürzen – kedvezményt csökkent (WIWO 2),
- die Aktienkurse rutschen ab – a részvényárfolyamok csökkennek, zuhannak (WB 2),
- der Kurs rutsche ab – az árfolyam visszaesett (WB 5),
- (der Kurs) schnell in die Höhe – egekbe szökik az árfolyam (NZZ 8),
- der Preiswettbewerb tobt – az árverseny tombol (FAZ 6),
- den Durchbruch schaffen – áttörést ér el (termékkel) (WIWO 13),
- das (Konjunktur)Barometer fällt – a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat (WB 2),
- ein Geschäft eröffnen – céget alapít (DS 6),
- auf (Schrumpf)kurs bleiben – marad / tart a csökkenő tendencia (WB 2),
- einer Pleite entkommen – megmenekül a csődtől / elkerüli a csődöt (DS 6),
- Ergebnisse veröffentlichen – eredményeket nyilvánosságra hoz (WIWO 21),
- die Exporte brachen ein – visszaesett az export (DS 4),
- die (10.000-Punkte-)Marke knacken – átlépi / túlszárnyalja a határt / értéket (FAZ 9),
- den Markenwert steigern – a márka értékét javítani (DS 7),
- ein Rekordhoch markieren (DAX) – rekord magas eredményt ér el (DW 5),

- den Rekordhoch knacken – túlszárnyalja az eddigi rekord eredményt / értéket (WIWO 1),
- eine Abschreibung vornehmen – leírást / értékcsökkentést hajt végre (WB 9, NZZ 9),
- (Absatz)Erfolge verzeichnen – sikereket könyvel el az értékesítésben (FAZ 6),
- Qualitätswerte aufspüren – minőségi értékpapírt talál (WIWO 1),
- Mittel freigeben (Euro-Gruppe) – eszközöket rendelkezésre bocsát (NZZ 3),
- den Geldbeutel zücken – fizet (előhúzza pénztárcáját) (NZZ 7),
- einen Umsatz verbuchen – forgalmat ér el (WIWO 18),
- Garantie gewähren (bei Anleihen) – garanciát nyújt (WB 9),
- das Bruttoinlandsprodukt (BIP) schrumpfte – a GDP csökkent (WB 8),
- die Grenze überschreiten – átlépi a határt (WIWO 8),
- einen Kredit aufnehmen – hitelt vesz fel (DS 13),
- Rendite erwirtschaften – hozamot ér el (NZZ 6),
- die Immobilienblase platzt – kidurran / kipukkad az ingatlanpiaci buborék (FAZ 7, FAZ 7),
- den (Immobilien)markt beleben – felélénkíti az (ingatlan)piacot (WB 12),
- (Markt-)Präsenz steigern – (piaci) jelenlétét növeli (WB 1),
- Bericht vorlegen – jelentést nyújt be (NZZ 5),
- einen Schadenersatz zahlen – kártérítést fizet (DS 6),
- einen Nachfragepull auslösen – keresleti nyomást okoz (WB 3),
- einen Antrag stellen – kérvényt nyújt be (DS 2),
- Risiken tragen (Versicherungen) – kockázatot visel (NZZ 6),
- Risiko minimieren – kockázatot minimalizál (FAZ 10),
- (Geschäfts)Risiken absichern – (üzleti) kockázatot kivédeni (WB 9),
- die Konjunktur ankurbeln – felélénkíti / beindítja a konjunktúrát (WB 12),
- Kosten entstehen – felmerül a költség (WIWO 4),
- Kosten sparen – költséget takarít meg (WIWO 2),
- Kosten übernehmen (Versicherung) – átvállalja a költséget (DW 8),
- den Haushalt verabschieden – költségvetést elfogad (NZZ 3),
- ein Auftragsminus verbuchen – megbízások terén negatív csúcsot ér el, nincsenek megbízások (FAZ 1),
- Aufträge bleiben aus – elmaradnak a megbízások (FAZ 7),

- (Neu)Auftrag erhalten – megbízást kap (FAZ 1, FAZ 1),
- einen Auftrag erteilen – megbízást ad (WIWO 12),
- Arbeitsplätze abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8),
- Jobs abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8),
- Stellenabbau (Stellen abbauen) – munkahelyek megszüntetése (DS 8),
- Stellen abbauen – munkahelyeket épít le (DS 11),
- Stelle(n) entstehen – munkahely(ek) jön(nek) létre (FAZ 12),
- Stelle(n) schaffen – munkahelye(ke)t hoz létre (FAZ 12, FAZ 12),
- den (Flug)betrieb lahmlegen – megbénítja az üzem működését (DS 11),
- Normen einhalten – betartja az normákat / irányelveket (FAZ 3),
- einen (BIP-)Anstieg anpeilen: emelkedést / növekedést céloz meg (WB 14),
- Wachstum erzielen – növekedést ér el (DS 4, FAZ 5),
- einen Zuwachs erzielen – növekedést ér el (DS 4),
- Zuwachs verbuchen – növekedést ér el (FAZ 5),
- Gewinn abwerfen – nyereséget könyvel el / ér el (NZZ 9),
- Gewinn einfahren – nyereséget ér el (FAZ 6),
- einen Gewinn erwirtschaften – nyereséget ér el (NZZ 4),
- Gewinn erzielen – nyereséget ér el (WIWO 1),
- Gewinn machen – nyereséget ér el (FAZ 6, FAZ 6),
- Gewinne realisieren – nyereséget ér el (NZZ 6),
- Druck ausüben – nyomást gyakorol (WIWO 9),
- Dividende ausschütten – osztalékot oszt ki (WIWO 19),
- Dividende zahlen – osztalékot fizet (WIWO 19),
- die Summe berechnen (Versicherung) – kiszámítja az összeget (DW 8),
- Geld abknöpfen – pénzt gombol le róla (DW 9),
- Geld anlegen – pénzt fektet be (FAZ 8),
- Geld verdienen – pénzt keres (WB 4, NZZ 9, FAZ 3),
- Geld verschlingen – elnyeli a pénzt (DW 4),
- das Geld wert sein – megéri a pénzét (NZZ 6),
- keinen Aufwand scheuen – nem sajnál semennyi ráfordítást, „semmi sem drága” (NZZ 4),
- den Markt sättigen – a piac telítődik (WIWO 22),

- Aktien ausgeben – részvényt kibocsájt (DS13),
- die Aktie handeln – részvénnel kereskedik (WIWO 1),
- Aktien zeichnen – részvényt jegyez (WIWO 6),
- eine Stagnation signalisieren – stagnálást jelez (WB 2),
- das Konto plündern – kifosztja a számlát (FAZ 10),
- Personal abbauen – leépíti a személyzetet, elbocsájt embereket (DS 6),
- (Kapazitäts)reserve einrichten – tartalékot képez (DW 1),
- die Lasten tragen – terheket visel (WIWO 8),
- die (Wirtschafts)leistung geht zurück – a gazdasági teljesítmény visszaesett (WB 8),
- Produktivität legt zu – nő a termelékenység (WB 6),
- die Produktion stagniert – a termelés stagnál (WB 8),
- Kapital aufbringen – tőkét előteremt (DS 13),
- (Aufwärts)trend zeichnet sich ab – fellendülési trend figyelhető meg, rajzolódik ki (WIWO 3),
- den Trend bestätigen – a trendet / fejlődést igazolja, bizonyítja (WB 2),
- der Trend bestätigt sich – a trend beigazolódik (WB 2),
- Laden betreiben – üzletet működtet (WB 3),
- Geschäfte machen – működik, tevékenykedik (WIWO 9),
- (Geld)vermögen anhäufen – vagyont halmoz fel (FAZ 5),
- Vermögen besitzen – vagyonnal rendelkezik (WB 7),
- Betrieb einstellen – bezárja a céget / vállalatot (WIWO 6),
- das Unternehmen führen – vállalatot vezet (WIWO 1),
- Konkurrenz machen – versenyhelyzetet teremt, konkurenciát csinál (FAZ 10),
- Einbußen hinnehmen – veszteséget könyvel el (NZZ 7),
- einen Verlust ausweisen (Zeitung) – veszteséget könyvel el / veszteséges (NZZ 7),
- Verluste hinnehmen – veszteséget elfogad (WB 7),
- Verluste schreiben (bauMax) – veszteséges, veszteséget könyvel el (DS 9),
- einen Verlust verzeichnen (Börse) – veszteséget könyvel el (DW 5),
- den Chef berufen – kinevezi a vezetőt (DW 3),
- (Gewinn)Einbruch erleiden (Bank) – visszaesést szenved el / ér meg, csökkenő nyeresége van (WB 9),

ige + főnév (a főnévi tag melléknévvel egészül ki)

- einen hohen Absatz erzielen – magas számú értékesítést csinál (FAZ 6),
- eine leichte Belebung melden (an der Börse) – enyhe élénkülés / javulás / növekedés jelentkezik (WB 2),
- ein leichtes Plus verzeichnen – kis / enyhe nyereséget jegyez/könyvel el (WB 11),
- einen leichten Zuwachs verzeichnen – kisebb növekedést ér el (DS 4),
- rote Zahlen schreiben – veszteséget könyvel el (DW 1),

ige + főnév (a szókapcsolat prepozícióval egészül ki, ami határozói értelmű)

- in Empfang nehmen – átvesz (WIWO 11),
- unter Beweis stellen – (be)bizonyít (WIWO 21),
- auf der Strecke bleiben – negatív eredményt ér el (WIWO 20),
- auf ein Rekordtief fallen – legalacsonyabb szintre / értékre esik (WB 13),
- an Wert einbüßen – veszít az értékéből (DW 5),
- auf ein Jahrestief fallen – az éves legalacsonyabb értékre esik (FAZ 9),
- beim Markenwert zulegen – erősödik a márka értéke (WB 1),
- im Visier haben – szemmel tart / figyel (WIWO 10),
- jmdn zur Kasse bitten – kifizettet (DS 13, WIWO 10),
- per Vorkasse zahlen – előre fizet (WIWO 5),
- im Bestand haben – készleten van (WB 9),
- in Aussicht stellen – kilátásba helyez (FAZ 11, WIWO 7, WIWO 15),
- in Auftrag geben – megbízást ad (WIWO 14),
- ohne Job da stehen – munkanélküli (WB 11),
- ins Plus drehen – nyereséges lesz (WB 13),
- auf Wachstumskurs bleiben – tovább növekszik (WB 2),
- unter der Wachstumsschwelle liegen – a növekedési szint alatt van (WB 14),
- unter (Verkaufs)druck stehen – értékesítési kényszer / nyomás alatt áll (WB 13),
- auf den Markt bringen – piacra dob (WIWO 3),
- in die Rezession abrutschen – recesszióba esik, zuhan (WB 8),
- in Aktien anlegen – részvényekbe fektet be (FAZ 8, FAZ 8),
- in Aktien investieren – részvényekbe fektet be (FAZ 8),
- zum Streik aufrufen – sztrájkra szólít fel (DS 11, DS 11),

- an die Börse gehen – tőzsdére megy (FAZ 10),
- in den Besitz gelangen – tulajdonába kerül (WB 10),
- auf ein Unternehmen setzen – egy vállalatba befektetni (WIWO 1),
- in die Krise geraten – válságba kerül (FAZ 8),
- in der Krise stecken – válságban van (DW 5),
- im Wettbewerb stehen – versenyben van / áll (WIWO 2),
- im Minus schließen – veszteséggel zár (DW 5),

ige + főnév (a kifejezés kiegészül egy melléknévvel, illetve egy határozói értelmű prepozícióval)

- der Preis schießt nach oben – az ár az egekbe szökik (DW 5),
- (der Goldpreis) ist auf dem höchsten Stand – legmagasabb értéken / szinten (DW 5),
- der (wirtschaftliche) Nutzen fällt gering aus – alacsony a (gazdasági) haszna (NZZ 1),
- eine Zinserhöhung rückt in weite Ferne – a kamatemelés eltávolodik, a távolba vész, távolinak tűnik (WB 2),

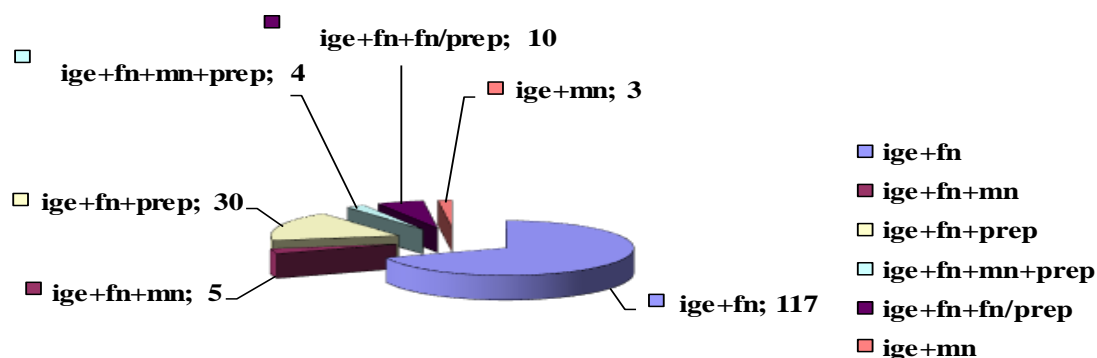
ige + főnév (az összetételben még egy főnév, illetve prepozíció található)

- die Branche steckt in den Kinderschuhen – az ágazat gyerekcipőben jár (NZZ 9),
- die Preise kippen ins Negative – veszteségessé válik, mínuszba fordulnak az árak (NZZ 9),
- das Wachstum rutscht unter die Marke – a növekedés egy bizonyos szint / érték alá esik (WB 14),
- die Zahl sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza (DS 1),
- Kredite sind unter Wasser – elborít, elönt itt: bedől (hitel) (WB 5),
- die Zeichen stehen auf Stagnation – a stagnálás jelei mutatkoznak (WB 2),
- unter Dach und Fach bringen (Firmenübernahme) – tető alá visz (cégátvétel) (WIWO 16)
- Geld in Aktien anlegen – pénzt fektet be részvényekbe (FAZ 8),
- Millionen im Feuer haben – milliókat fektetett be (több vasat tart a tűzben) (WB 9, WB 9),

- einen Rückgang der Nachfrage verzeichnen (Zeitung) – visszaesést ér el / visszaesik (NZZ 7),

ige + melléknév (az igei báziskomponens mellett egy határozói értelemben használt melléknév van)

- dicht machen – bezár (céget) (WIWO 6),
- verantwortlich machen – felelőssé tesz (FAZ 12),
- dumm gelaufen – balul sült el (vállalat tevékenysége) (WIWO 9).



8.sz. diagram: Igei frazeologizmusok

Látható, hogy az ige + főnév alcsoport igen magas számmal (117) szerepelt a vizsgált korpuszban. Az ún. funkcióiígés szerkezetek (Funktionsverbgefüge) használata jellemző a gazdasági újságírássra.

Ige + főnév + melléknév csoportba tartozónak mindösszesen 5 szókapcsolatot találtam. Ez kissé meglepő eredmény volt, ha azt nézzük, hogy a frazeologizmusok használatának éppen a nyomatékosítás, az egyes folyamatok, események felerősítése a célja, amit egy megfelelő melléknév beszúrásával (is) el lehet érni.

Az ige + főnév + melléknév + prepozíció kategória hasonló az előző csoporthoz, viszont itt a szerkezet prepozícióval is kiegészül. A melléknév és a határozói értelemben használt prepozíció alkalmazásával még nyomatékosabbá válik egy-egy kifejezés.

Az ige + főnév + prepozíció kifejezésekből 30-t találtam. Ezeknél a szerkezeteknél a prepozíció vagy kötelező igei vonzatként van jelen pl.

- jmdn zur Kasse bitten – kifizettet (DS 13),
- in Aktien investieren – részvényekbe fektet be (FAZ 8),
- zum Streik aufrufen – sztrájkra szólít fel (DS 11, DS 11),
- in der Krise stecken – válságban van (DW 5),

vagy határozói szerepet tölt be pl.

- der Preis schießt nach oben – az ár az egekbe szökik (DW 5),
- unter der Wachstumsschwelle liegen – a növekedési szint alatt van (WB 14),
- im Minus schließen – veszteséggel zár (DW 5).

Az ige + főnév + főnév/prepozíció összetételekben az egyértelműsítés miatt az újságírók két főnevet használtak, ami által a kifejezések félreérthetetlenül gazdasági értelmű szókapcsolattá váltak, mint pl.

- die Branche steckt in den Kinderschuhen – az ágazat gyerekcipőben jár (NZZ 9),
- die Preise kippen ins Negative – veszteséggé válik, mínuszba fordulnak az árak (NZZ 9),
- die Zahl sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza (DS 1).

3.3.3. Szinonimák és antonimák a vizsgált korpuszban

A gazdasági nyelv gyakran nyúl szinonimákhoz, illetve antonimákhoz, amelyekkel az egyes szókapcsolatok nyomatékosíthatók. Fleischer (1997) frazeológiai antonimáknak nevezi azokat a kifejezéseket, amelyeknél ellentétes jelentést figyelhetünk meg, míg a frazeológiai szinonimák esetén ugyanazzal vagy hasonló jelentéssel van dolgunk.

Az általam vizsgált korpuszban számos példát találtam mind az antonimákra, mind a szinonimákra. Az ellentétes szókapcsolatok szintaktikai felépítésüket tekintve hasonlóak, elsősorban ugyanazon főnévi báziskomponens mellett az ellentétes értelmű ige cserélődik, de van, ahol a szerkezet ellentétes irányt jelölő határozószóval is kiegészül pl.

ár

die Presse kippen ins Negative – veszteségesseé válik, mínuszba fordulnak az árak (NZZ 9), die Preise purzeln – az árak zuhannak (DW 9) ↔ der Preis schießt nach oben – az ár az egekbe szökik (DW 5),

árfolyam

der Kurs rutschte ab – az árfolyam visszaesett (WB 5) ↔ der Kurs schnell in die Höhe – egekbe szökik az árfolyam (NZZ 8),

pénz

Geld verschlingen – (el)nyeli a pénzt (DW 4) ↔ Geld verdienen – pénzt keres (WB 4, NZZ 9, FAZ 3),

ugyanakkor antoním jelentésű főnek és ellentétes jelentésű igék kombinációjára is találtam példát:

ein Rekordhoch markieren (DAX) – rekord magas eredményt ér el (DW 5) ↔ die Zahl sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza (DS 1).

A frazeológiai szinonimák esetén a hasonló értelmet egy vagy több elem jelentésekvivalenciája adja. Vannak kifejezések, amelyeknél a főnévi elem azonos, csupán az igei tag cserélődik:

növekedés

- ins Plus drehen (Börse) – nyereséges lesz (WB 13), ein (leichtes) Plus verzeichnen – (kis/enyhe) nyereséget jegyez/könyvel el (WB 11),
- einen leichten Zuwachs verzeichnen – kisebb növekedést ér el (DS 4), einen Zuwachs erzielen – növekedést ér el (DS 4), Zuwachs verbuchen – növekedést ér el (FAZ 5),

nyereség

- Gewinn abwerfen – nyereséget könyvel el / ér el (NZZ 9), Gewinn einfahren – nyereséget ér el (FAZ 6), einen Gewinn erwirtschaften – nyereséget ér el (NZZ 4), Gewinn machen – nyereséget ér el (FAZ 6, FAZ 6), Gewinne realisieren – nyereséget ér el (NZZ 6),

veszteség

- einen Verlust ausweisen – veszteséget könyvel el / veszteséges (NZZ 7), Verluste hinnehmen – veszteséget elfogad (WB 7), Verluste schreiben (bauMax) – veszteséges, veszteséget könyvel el (DS 9), einen Verlust verzeichnen (Börse) – veszteséget könyvel el (DW 5),

illetve vannak olyanok, ahol a szókapcsolat egésze adja az azonos értelmet:

növekedés

- einen Anstieg anpeilen – emelkedést / növekedést céloz meg (WB 14), eine leichte Belebung melden (an der Börse) – enyhe élénkülés / javulás / növekedés jelentkezik (WB 2), Wachstum erzielen – növekedést ér el (DS 4, FAZ 5), auf Wachstumskurs bleiben – tovább növekszik (WB 2),

veszteség

- im Minus schließen – veszteséggel zár (DW 5), rote Zahlen schreiben – veszteséget könyvel el (DW 1),

visszaesés

- (Gewinn)Einbruch erleiden – (nyereség)visszaesést szenved el / ér meg, csökkenő nyeresége van (WB 9), einen Rückgang der Nachfrage verzeichnen – visszaesést ér el / visszaesik (NZZ 7).

A következő fejezet (ld. 4. Német gazdasági frazeologizmusok a gazdasági szaknyelv oktatásában – empirikus kutatás) az ebben a fejezetben vizsgált gazdasági frazeologizmusokat veszi alapul. Különösen nagy hangsúlyt fektetve az *igei frazeologizmusokra* a vizsgált korpuszban fellelhető kimagasló számuk miatt, hiszen a 185 különböző báziskomponensű frazeologizmusból 117-nél ige volt a báziselem (63,24%).

3.4. Részkonklúzió

- A gazdasági szaksajtó egyszerre hordozza a gazdasági, az éppen aktuális nyelvhasználat jegyeit (pl. szaknyelvi kifejezések, rövidítések, neologizmusok, frazeologizmusok), ugyanakkor zsurnalisztikai jellemzőkkel is bír. Az újságírók célja ugyanis nemcsak a száraz tények közlése, egy-egy gondolat kiemelése, hanem az olvasók szórakoztatása, figyelmük felkeltése is.
- A gazdasági nyelvre jellemző frazeologizmusok vizsgálatakor különbséget kell tenni a benne előforduló általános nyelvi és a szaknyelvi frazeologizmusok között. A szaknyelvi frazeologizmusok szakmai tényállásokat neveznek meg, szakmai tartalommal bírnak, és csak a szaknyelvben jelennek meg állandósult szókapcsolatként (vö. Duhme 1991).
- A szaknyelvi frazeologizmusokon belül a dolgozat a gazdasági frazeologizmusokkal foglalkozik. Ez alatt azokat a kifejezéseket értem, melyek jelentése tipikusan gazdasági tevékenységekkel hozhatók összefüggésbe, illetve a főnévi-tag terminologizált. A definiálásnál lényeges szempont, hogy számos frazeologizmus a szakmai (gazdasági) szövegkörnyezet következtében válik gazdaságivá.
- A vizsgált 31266 össz-szószámú, 81 cikkből álló korpuszban összesen 621 frazeologizmus volt. Ez átlagban 8 frazeologizmus cikkenként és egyértelműen a frazeologizmusok gyakori használatáról tanúskodik.
- A szövegekben fellelhető 621 frazeologizmusból 214 tekinthető gazdasági frazeologizmusnak, amelyek között 185 különböző báziskomponenst azonosítottam. Ez 34,4%-nak felel meg, ami cikkenként átlagban 3 (2,9) gazdasági szókapcsolatot jelent. Ez a magas arány is alátámasztja a frazeologizmusok oktatásának fontosságát a gazdasági szaknyelvi órákon, mivel az autentikus gazdasági szövegek feldolgozása során mindenképpen találkoznak a hallgatók ezekkel a nyelvi elemekkel.
- A gazdasági frazeologizmusok szemantikai szempontok alapján történő osztályozáskor elsősorban az idiomatikus jelleg volt a vizsgálat tárgya, ami a leggyakrabban említett kritérium a frazeologizmusok elhatárolásánál.
- A vizsgált szövegekben nem fordult elő teljesen idiomatikus kifejezés, és a nem idiomatikus kifejezésekre is csupán néhány példát hozott a vizsgált anyag. Ugyanakkor részleges idiómákban, illetve frazeológiai terminusokban, mint nem idiomatikus kifejezésekben az elemzett cikkek igen gazdagok voltak.

- A szövegek vizsgálata során rejtetten szaknyelvi frazémákat is azonosítottam. Ezeknél a gazdasági szaknyelvi tartalom csak a szövegekörnyezet következtében (implicit módon) válik gazdaságivá.
- A szemantikai megközelítésnél különböző gazdasági szegmensekhez kapcsolódó összetevők, a tőzsde, a makro pénzügyek, a vállalati mechanizmusok, folyamatok, illetve az általános gazdasági folyamatok körébe tartozó szókapcsolatok kristályosodtak ki.
- A szemantikai elemzés megmutatta, hogy a gazdasági életben fontos események, a gazdasági alanyokhoz kapcsolódó kifejezések voltak jelen a vizsgált korpuszban. A legtöbb frazeologizmus (79) a vállalati mechanizmusok, folyamatok csoporthoz, míg a legkevesebb (25) a tőzsde témához kapcsolódott. A makro pénzügyek (39) és az általános gazdasági folyamatok (42) szegmensek számadatai nagyjából megegyeznek.
- A morfológiai elemzés során megállapítottam, hogy a vizsgált gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok körében a főnévi, illetve az igei frazeologizmusok vannak jelen.
- A főnévi frazeologizmusok csupán csekély számban voltak jelen a vizsgált korpuszban (16). Egyszavas kifejezésekből és főnév + melléknév összetételből 6-6, míg a főnév + előjárószo kapcsolatból 3-t, és a főnév + főnév szókapcsolatból csak 1-t találtam.
- Az ige + főnév alcsoport igen magas számmal (117), az ige + főnév + prepozíció 30 szókapcsolattal szerepelt a vizsgált korpuszban. Az ige + főnév + főnév + prepozíció (10), az ige + főnév + melléknév (5), az ige + főnév + melléknév + prepozíció (4) és az ige + melléknév csoport csupán 3 szókapcsolattal voltak jelen.
- A vizsgált korpuszban gyakoriak a szinonimák, illetve az antonimák. Elsősorban a főnévi báziskomponenssel és változó igei elemmel álló kifejezések voltak jellemzőek.
- Tehát: az ige + főnév komponensekből álló szókapcsolatok kimagasló száma azt mutatja, hogy a gazdasági szaknyelvi órákon első sorban ezen összetevőkből álló frazeologizmusok oktatása javasolt. A vizsgált korpusz elemzése megmutatta, hogy minden cikkben minimum egy (117/81=1,44) funkciógés szerkezet szerepel.
- A szövegminták elemzése alapján a gazdasági tartalmú sajtóközlemények fontos jellemzői kristályosodtak ki:
 - ❖ A szemantikai szempontot tekintve a *részleges idiómák fordulnak elő a legnagyobb számban*. (Tulajdonképpen egy a gazdasági nyelvre jellemző frazeologizmus kialakulása figyelhető meg.)

- ❖ *Frazeológiai terminusok*, mint nem idiomatikus kifejezések, szintén *nagy számban* voltak jelen.
- ❖ A szövegek tartalmaznak *rejtetten szaknyelvi frazémákat*, melyeknél a gazdasági szaknyelvi tartalom csak a szövegkörnyezet következtében (implicit módon) válik gazdaságivá.
- ❖ A morfológiai-szintaktikai aspektust tekintve *kiemelkedő számú ige + főnév kapcsolódás* (117) figyelhető meg.
- ❖ *A szinonimák és antonimák*, ezeken belül pedig főként a *főnévi báziskomponenssel és változó igei elemmel álló kifejezések* jellemzőek.

Ezen sajátosságok számbavétele után az oktatás nézőpontjából fordulok a gazdasági tárgyú sajtó cikkeihez.

4. Német gazdasági frazeologizmusok a gazdasági szaknyelv oktatásában

Mint az előző fejezet világossá teszi, a német napilapok gazdasági hasábjai, a német gazdasági szaklapok egymástól ugyan eltérő mennyiségben, de összességükben jellemzően nagyszámú frazeologizmust, közöttük tekintélyes számú gazdasági frazeologizmust tartalmaznak. Ezekben egy-egy bizonyos báziskomponenssel képzettek igen gyakoriak. Az érték, a növekedés és a veszteség szavakkal alkotott frazeologizmusokat az újságírók megkülönböztetett gyakorisággal használják.

Ebben a fejezetben ezért arra a kérdésre keresem a választ, hogy a gazdasági felsőoktatásban tanuló hallgatók körében mennyire ismertek a gazdasági frazeologizmusok, azokat milyen szinten tudják alkalmazni, illetve reprodukálni.

A kérdés megválaszolása céljából elvégeztem egy felmérést, mellyel a gazdasági frazeologizmusok használatával kapcsolatos hipotéziseimet kívántam igazolni.

4.1. A kutatás célja, hipotézisek

A gazdasági felsőoktatásban a kötelező szakmai idegen nyelv tanulás keretein belül a hallgatók megismerkednek a gazdasági szaknyelv legfontosabb témaköreivel, kifejezéseivel. A speciálisan az adott szakterületre készített tankönyvek témái, feladatai és szókincse is igyekszik naprakész tartalommal, szóösszetételekkel szolgálni. A tankönyvek törekednek arra, hogy mind tartalmilag, mind nyelvileg tükrözzék a gazdaság és az azt leképező szaknyelv aktuális állapotát és folyamatait, azonban ezek kiegészítéseként az oktatók nagy része szívesen nyúl autentikus újságcikkekhez, melyek akár elektronikus, akár nyomtatott formában ma már mindenki számára könnyen elérhetők.

A gazdasági témájú lapokon keresztül a hallgatók nemcsak az aktuális gazdasági eseményekről, folyamatokról informálódhatnak, hanem ízelítőt kaphatnak a pillanatnyi gazdasági nyelvhasználatból is.

A hallgatók körében elvégzett kutatás elsődleges célja a gazdasági frazeologizmusokkal kapcsolatos ismeretek feltérképezése volt. Arra voltam kíváncsi, hogy milyen jellemzőkkel bíró frazeologizmusok okozzák a legnagyobb fennakadásokat az értésben, illetve a produktív nyelvhasználatban, és a feltárt nehézségek alapján milyen típusú

előfordulásokat kell az oktatás során kiemelt hangsúllyal gyakoroltatni a magasabb nyelvtudásszint elérése érdekében.

Feltételezésem szerint a hallgatók körében sokszor már a természetes nyelvhasználati célok elsajátítása terén is tapasztalhatók problémák. Az idegen nyelvű szöveg(ek) megértése, lefordítása, illetve közvetítése, az önálló szöveg(ek) alkotása is nehézséget okoz, nem beszélve a gazdasági szókinccsel, frazeologizmusokkal bővített szakszövegek feldolgozásáról.

Az elvégzett felmérés vonatkozásában hipotéziseim a következők voltak:

- az egybefüggő német nyelvű szöveg megértése és kiegészítése során a legmagasabb a hibaszázalék (I.1. feladat),
- a legjobb eredményt a magyar nyelvű frazeologizmusok megadásakor érik el a hallgatók (II. feladat),
- a német nyelvű kifejezések német nyelvű magyarázatainak összepárosítása nehézségekbe ütközik a hallgatók körében (III. feladat),
- a funkciógés szerkezetek esetén problémát okoz a megfelelő igei tag kiválasztása (IV. feladat).

4.2. A minta

Egy általam összeállított papír alapú kérdőívet tölttettem ki 200, a gazdasági felsőoktatásban tanuló hallgatóval. Azonban a kiértékelésnél csupán 163 feladatsort tudtam figyelembe venni, mivel 37 kérdőív használhatatlan volt a felmérés szempontjából.

A válaszadók 18-21 év közti fiatal felnőttek, akik a Pécsi Tudományegyetem Közgazdaságtudományi Karán, a Széchenyi István Egyetem Kautz Gyula Gazdaságtudományi Karán és a Budapesti Gazdasági Egyetem Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Karán, Külkereskedelmi Karán, illetve Pénzügyi és Számviteli Karán tanulnak német gazdasági szaknyelvet. A megkérdezettek között Kereskedelem és marketing, Turizmus-vendéglátás, Nemzetközi gazdálkodás, Nemzetközi tanulmányok, Pénzügy-számvitel, Gazdálkodási és menedzsment, illetve Emberi erőforrások alapképzési szakon tanuló hallgatók szerepeltek. A kérdőív kitöltése anonim módon történt, a vizsgálat szempontjából a hallgatók neve nem játszott szerepet.

4.3. Az eljárás

A feladatsor elkészítéshez az harmadik fejezetben elvégzett empirikus kutatás során a DER STANDARD, a Neue Zürcher Zeitung, a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a DIE WELT és a WirtschaftsWoche című gazdasági lapok online verziójából nyert frazeologizmusokat használtam fel.

Az előző fejezetben kigyűjtött 185 különböző báziskomponensű gazdasági frazeologizmusból a feladatsor összeállításához 40 szókapcsolatot használtam fel, a második, a harmadik, a negyedik és az ötödik feladathoz. A hangsúlyt az igei frazeologizmusok kimagasló száma miatt (169) azokra fektettem. 20 funkcióiágés szerkezetet (főnév + ige), 14 ige + főnév + prepozícióból álló és 6 egyéb (ige + főnév + melléknév, ige + főnév + melléknév + prepozíció, ige + főnév + főnév + melléknév, ige + melléknév) szókapcsolatot használtam fel a kérdőív elkészítésekor.

A frazeologizmusok kiválasztása random módon történt, a gazdasági szaknyelv oktatása során gyakran előforduló szóösszetételekre fókuszálva.

A 163 értékelhető feladatlapból 36-nál minden válasz németül, míg 127 esetén a I/2. feladatnál (Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch. – Mit jenen Worten in dem Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch.)²⁷ magyarul történt a válaszadás²⁸. A két különböző kategória („Magyar”/”Német”) megjelenítését azért tartottam lényegesnek, mivel azt feltételeztem, hogy a mindenhol német választ adó hallgatók eredményei jobbak, mint a magyarul is válaszolóké (ez a feltételezésem a kérdőívek kiértékelésekor be is igazolódott). A magyar és német válaszokkal kiegészített variációkat külön-külön is elemeztem, és a végén egy összesített eredményt is készítettem.

A felmérés, mely öt fő kérdésből és egy alkérdésből állt, gazdasági tárgyú szövegeket használt. Minden egyes kérdés (illetve alkérdés) 10 pontot ért, így összesen 60 pontot érhetnek el a mindenre helyesen válaszolók.

Az első feladat egy német nyelvű lyukas szöveg volt, amelybe a megadott német kifejezéseket kellett beilleszteni, majd ennek a feladatnak a második részében ezen szóösszetételek jelentésére is kíváncsi voltam.

²⁷ A teljes feladatsort a Melléklet tartalmazza

²⁸ A továbbiakban a „Magyar”, a „Német”, ill. az „Összes” elnevezéseket használom a különböző kategóriák megjelenítésére.

I.1. Ergänzen Sie den Text mit den Ausdrücken aus dem Kasten!

Edel in Australien, billig in Deutschland

hat gute Gründe	im Laufe der Zeit	in Grundzügen
kein Mittel gefunden	mischt die Supermarkt-Landschaft auf	
spart Kosten	Filialen betreiben	steht die Welt Kopf
	verfolgt eine neue Strategie	vergleichsweise

In Australien (a): Aldi macht auf edel. In vier Filialen an der Ostküste der Händler teilweise bei Ausstattung und Angebot (b): Die Gänge sind hell und breit. Das Obst-Sortiment ist überraschend groß und liegt in hölzernen Kisten statt in billig wirkenden Plastikbehältern.

..... (c) ist das typische Aldi-Design zwar immer noch zu erkennen, berichtet die Branchen-Seite supermarktblog.com, aber eigentlich ist Aldi mit dem Gegenteil groß geworden: Die Auswahl (d) klein, der Service kaum vorhanden. Die Ausstattung der Läden wird möglichst auf ein Minimum reduziert.

Auch die Vereinheitlichung (e): Deutschlandweit ähneln die Läden einander. Alle sind gleich aufgebaut, damit der Kunde stets dieselben Produkte nach dem gleichen Muster shoppt. Aldi Nord und Süd (f) in je neun Ländern rund 10.000 weltweit.

In Großbritannien Aldi derzeit (g) und nimmt Branchengrößen wie Tesco, Asda und Sainsbury immer mehr Kunden weg. Natürlich hat Aldi seine Produktpalette (h) angepasst. Zu Deutsch darf es dann auch nicht sein.

Gegen das Konzept der deutschen Billiganbieter hat die Konkurrenz im Ausland bislang (i) . Dass Aldi jetzt ausgerechnet in Australien einen anderen Kurs ausprobiert, dennoch (j).

I.2. Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch!

- a) hat gute Gründe:
- b) im Laufe der Zeit:
- c) in Grundzügen:

- d) kein Mittel gefunden:
- e) mischt die Supermarkt-Landschaft auf:
- f) spart Kosten:
- g) Filialen betreiben:
- h) die Welt steht Kopf:
- i) verfolgt eine neue Strategie:
- j) vergleichsweise:

A második feladatban tíz német mondatban gazdasági értelmű funkciószerű szerkezeteket kellett magyarul, szintén frazeologizmusokkal megadni.

II. Was bedeuten die unterstrichenen Ausdrücke? Schreiben Sie die ungarischen phraseologischen Entsprechungen hinzu! (Beispiel: Die Firma schließt den Vertrag noch heute ab. – A cég még ma megkötö a szerződést.)

- a) Herr Stolz führt das Unternehmen seit 20 Jahren.:
- b) Die GmbH hat letztes Jahr einen Gewinn erzielt.:
- c) Bitte unterbreiten Sie uns noch diese Woche ein Angebot!:
- d) Beim Hausbau entstehen verschiedene Kosten.:
- e) Der HR Manager führt das Gespräch mit dem Bewerber.:
- f) In Ungarn konnten mehrere deutsche Firmen letztes Jahr Fuß fassen.:
- g) Dieser Lieferant hat die besten Preise, so wurde ihm der Auftrag erteilt.:
- h) Die OTP AG war sehr erfolgreich und schüttet deshalb eine Dividende aus.:
- i) Der Abteilungsleiter übt Druck aus, damit das Produkt rechtzeitig fertig ist.:
- j) Mit dieser Neuerung hat das Unternehmen den Durchbruch geschafft.:

A következő kérdésnél német frazeologizmusok szinonim értelmű német megfelelőihez kellett párosítani.

III. Ordnen Sie den Wendungen die passenden Bedeutungserklärungen zu!

- | | |
|--------------------------------|---------------------------------|
| a) rote Zahlen schreiben: | 1. dasselbe Ziel verfolgen |
| b) auf ein Unternehmen setzen: | 2. einen Rekord erreichen |
| c) nach oben schießen: | 3. etwas ist schlecht gelungen |
| d) das Rekordhoch knacken: | 4. negatives Ergebnis erreichen |
| e) auf der Strecke bleiben: | 5. aufgeben müssen |

- | | |
|----------------------------|-----------------------------------|
| f) an einem Strang ziehen: | 6. schließen |
| g) dumm gelaufen: | 7. jemanden / etwas beobachten |
| h) im Visier haben: | 8. das beste Ergebnis übertreffen |
| i) dicht machen: | 9. in eine Firma investieren |
| j) Sanktionen verhängen: | 10. eine Strafe anordnen |

A negyedik feladat során szintén funkciógés szerkezetekkel volt dolguk a hallgatóknak. Itt a német főnévi taghoz kellett a német igei tagot rendelni.

IV. Ergänzen Sie die Wendungen mit den angegebenen Verben!

- | | |
|------------------|-------------------|
| a) zur Kasse | 1. bringen |
| b) den Rabatt | 2. zahlen |
| c) im Wettbewerb | 3. stellen |
| d) auf den Markt | 4. bitten |
| e) per Vorkasse | 5. tragen |
| f) die Lasten | 6. nehmen |
| g) die Grenze | 7. stehen |
| h) in Empfang | 8. geben |
| i) in Auftrag | 9. kürzen |
| j) unter Beweis | 10. überschreiten |

Az utolsó feladatnál az első feladathoz hasonlóan lyukas szöveg szerepelt, azonban itt nem egy összefüggő szöveg, hanem tíz önálló mondat kiegészítése volt a cél.

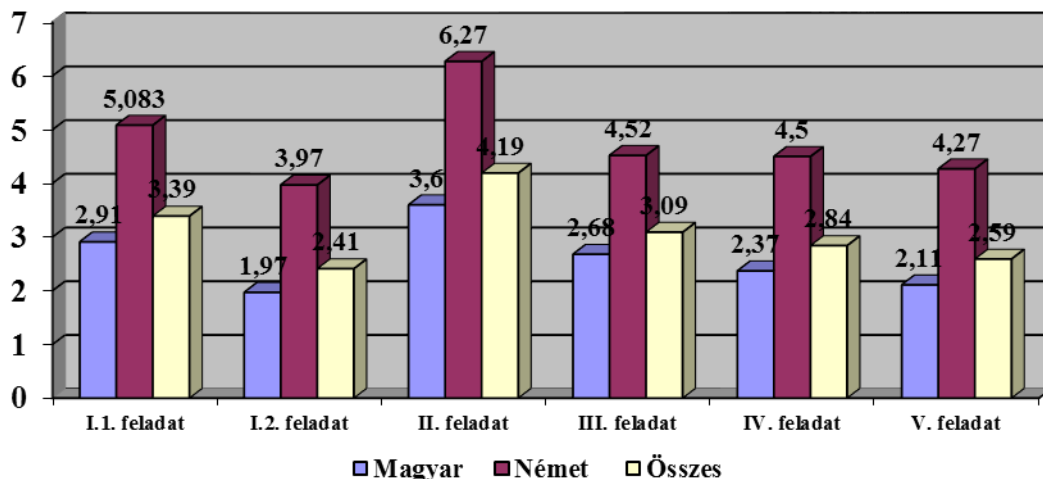
V. Ergänzen Sie die Sätze mit den (im Kasten) angegeben Ausdrücken!

an der Spitze stehen	den Kürzeren ziehen	den Sprung wagen	den Weg freizumachen
die Zustimmung einholen	einen Umsatz verbuchen	in Aussicht stellen	
unter anderem	über die Bühne gehen	verantwortlich machen	

- a) Seit Jahren ist das Unternehmen sehr erfolgreich. Jetzt es sogar im Wettbewerb.
- b) Der Siemens-Rivale letztes Jahr von 1,6 Milliarden Euro.

- c) Allstrom hatte zugestimmt, bei der Energiesparte für 12,4 Milliarden Euro für das Angebot von GE
- d) Zur Zeit man der Aufsichtsbehörden für den Deal
- e) Mitsubishi und Siemens haben gegen den Wunschkandidaten
- f) Es ist nicht genug, dass Gesetze modernisiert werden, muss es einfacher werden, als Taxifahrer zu arbeiten.
- g) Google hat für dieses Jahr die Einführung eines neuen Produktes
- h) Für den Fehler man den Generaldirektor
- i) Microsoft stellt seine neueste dreidimensionale Brille vor, mit der es großen Damit kapituliert das Unternehmen in die Zukunft.
- j) Der Zusammenschluss der zwei Firmen soll bis August

A 9.sz. diagram az egyes feladatokra kapott pontszámok átlagát mutatja be.



9.sz. diagram: Az egyes feladatokra kapott pontok átlaga

A legmagasabb átlagpontszámot a második feladatnál kapták a hallgatók (II. Was bedeuten die unterstrichenen Ausdrücke? Schreiben Sie die ungarischen phraseologischen Entsprechungen hinzu! – Mit jelentenek az aláhúzott kifejezések? Írja melléjük a magyar frazeológiai megfelelőket!). Az elért eredmények („Magyar”: 3,6 pont / ”Német”: 6,27 pont / ”Összes”: 4,19 pont az elérhető 10 pontból) arról tanúskodnak, hogy a feladatsor megoldásakor a német frazeologizmusok magyar nyelvű megfelelőjének megadása ment a legkönnyebben a hallgatóknak. Amennyiben az egyes kifejezésekben szereplő szavakat vagy

szavak valamelyikét ismerték, akkor a magyar megfeleltetés sem okozott problémát számukra.

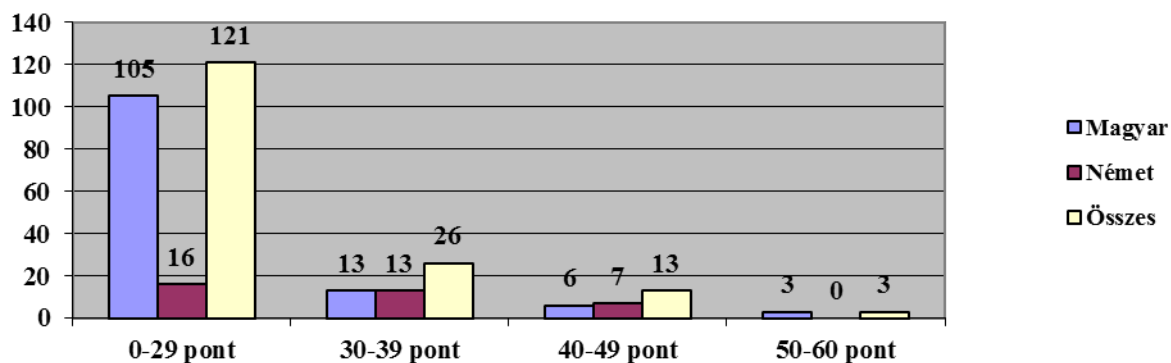
Ugyanakkor a legalacsonyabb pontokat („Magyar”: 1,97 pont / „Német”: 3,97 pont / „Összes”: 2,41 pont az elérhető 10 pontból) az I.2. feladatnál érték el a hallgatók (I.2. Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch! – Mit jelentenek a szövegben ezek a kifejezések? Magyarázza meg őket németül!). Ez azt jelenti, hogy a kifejezések megmagyarázása okozta a legtöbb a nehézséget a válaszadóknak, és azt is, hogy a hallgatók nem rendelkeznek megfelelő szókinccsel ahhoz, hogy bizonyos szóösszetételeket németül meg tudjanak magyarázni, ezért adtak 127-en magyar nyelvű válaszokat.

4.4. A kutatás eredményei

A felmérés során képet kaptam a hallgatóknak különösen sok problémát okozó feladattípusokról. Az eredmények tükrében elmondható, hogy „Német” csoporthoz tartozó hallgatók (tehát akik az I.2. feladatnál németül magyarázták meg a kifejezéseket) minden feladatnál jobban teljesítettek, mint a „Magyar” csoport (akik az I.2. feladatnál magyar nyelvű magyarázatokat adtak) tagjai. Az „Összes” elnevezéshez az összes értékelhető feladatlap eredményei tartoznak, a „Német” és a „Magyar” csoportok eredményeit együttvéve.

Az egyes feladatoknál és részfeladatnál is 10-10 pontot ért a hibátlan megoldás, így a maximálisan elérhető pontszám 60 volt. Az abszolút legmagasabb és legalacsonyabb pontszámot is a „Magyar” csoportból kaptam (56 ↔ 0 pont), míg a „Német” csoportban már nem volt ekkora a szórás (49 ↔ 6 pont).

Az 10.sz. diagram az elért pontszámok eloszlását mutatja. Látható, hogy az egész feladatsor adatait nézve az 50%-ot el nem érők aránya a legmagasabb 121 fő, azaz 74,23%. 30-39 pontot 26-an teljesítettek ez 31,9 %, 40-49 pont között 13 hallgató volt, míg a legmagasabb pontszámot érő tartományban (52, illetve 56 ponttal, ami 86%, illetve 93%) csupán három hallgató áll. Eszerint a hallgatók közel 3/4-e (74,23%) a feladatsor kitöltésekor még az 50%-ot sem érte el, és a szaknyelvi nyelvvizsgákon, illetve féléves dolgozatoknál az elégséges (2) osztályzathoz általában szükséges 60%-os minimumküszöböt a kitöltők csupán 31,9%-a szerezte meg.



10.sz. diagram: „Magyar”, „Német”, „Összes” csoportok pontszámái

Az 2.sz. táblázatban az látható, hogy az egyes feladatoknál az egyes pontokat összesen hány hallgató érte el („Összes”). Ez alapján elmondható, hogy a leggyengébben sikerült feladat az I.2. feladat²⁹ volt. Itt 64-en kaptak 0 pontot (39,26%) és senki nem ért el 10 pontot. Ez azt jelenti, hogy a hallgatók közel 40%-a nem vagy teljesen rosszul oldotta meg a feladatot, és csupán 11 főnek sikerült legalább 60%-ot elérni (6,7%). A 163 főből 14-en érték el 70-90%-ot, ami 8,58%-nak felel meg.

	I.1. feladat	I.2. feladat	II. feladat	III. feladat	IV. feladat	V. feladat
0 pont	42	64	19	38	37	48
1 pont	23	19	17	21	36	33
2 pont	26	9	12	20	22	23
3 pont	15	15	22	26	25	11
4 pont	7	19	19	18	8	6
5 pont	7	12	23	12	6	13
6 pont	7	11	17	7	5	12
7 pont	3	4	8	3	4	2
8 pont	11	8	11	5	6	7
9 pont	1	2	10	0	0	0
10 pont	21	0	5	13	14	8

2.sz. táblázat: Az egyes pontszámokat elért hallgatók száma a hat feladattípusnál

²⁹ I.2. Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch! – Mit jelentenek a szövegben ezek a kifejezések? Magyarázza meg őket németül!

A legsikeresebb az II. feladat³⁰ volt, ahol bár csak 5-en (3,06%) oldották meg hibátlanul a feladatot és értek el 10 pontot, azonban a többi pont eloszlása nagyjából egyenletes volt. Az 1-9 pont közé eső tartományba 139 fő (85,27%) tartozott, ami az egyes pontszámokat tekintve átlagban 15,4 főt jelentett, igaz ennél a feladatnál is született 19db 0 pontos megoldás.

A kérdőív első gyakorlatának első részében (I.1. feladat)³¹ egy összefüggő hiányos német nyelvű szöveget kellett előre megadott, az adott szövegrészbe illő kifejezésekkel kiegészíteni. Az ALDI diszkonthálozatról szóló cikkbe a funkcióiágás szerkezeteken túl strukturális frazeologizmusokat is be kellett illeszteni pl.

- gute Gründe haben – jó oka van,
- Filialen betreiben – fióküzletet működtet,
- vergleichsweise – összehasonlítva,
- in Grundzügen – alapvetően.

A feladatnál a hallgatók receptív készségén volt a hangsúly (olvasásértés). Az alacsony eredményt tekintve (átlag „Összes”: 3,39 pont ld. 9.sz. diagram) elmondható, hogy ez a készség mindenképpen fejlesztést igényel. Az olvasásértés fejlettsége / fejletlensége nagy mértékben befolyásolja a tananyag elsajátítását, az új kifejezések megtanulását és ezáltal az önálló szövegalkotást is.

Meg kell azonban jegyezni, hogy amennyiben az összes feladatnál elért pontokat nézzük, az I.1. feladatnál a legmagasabb a 10 pontot elért hallgatók száma (21 fő), ugyanakkor a 3. legtöbben vannak a 0 pontot elérők is (42 fő). Ebből következik, hogy a valószínűleg fejlett olvasásértés készséggel rendelkező hallgatóknak nem okozott problémát a megadott kifejezések beillesztése a szövegbe, míg akiknél ez a készség nem eléggé fejlett, azok a feladat megoldásakor is nehézségekbe ütköztek.

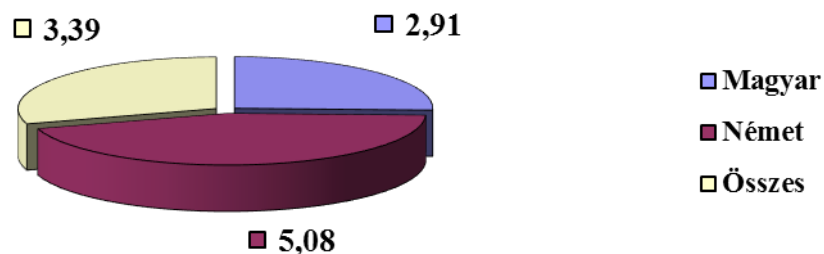
³⁰ II. Was bedeuten die unterstrichenen Ausdrücke? Schreiben Sie die ungarischen phraseologischen Entsprechungen hinzu! – Mit jelentenek az aláhúzott kifejezések? Írja melléjük a magyar frazeológiai megfelelőket!

³¹ I.1. Ergänzen Sie den Text mit den Ausdrücken aus dem Kasten! – Egészítse ki a szöveget a keretben levő kifejezésekkel!

Számtalan példa tükrözi a szöveg meg nem vagy félreértését. Ez azért is probléma, mert a szövegértés hiánya miatt nem képesek a hallgatók a szövegek önálló feldolgozására és ebből kifolyólag (valószínűleg) a szavak és kifejezések pontos megtanulására sem. Ezen felül számos, a nyelvtani szabályok figyelmen kívül hagyása is helytelen megoldásokhoz vezetett pl.

- ige hiánya: Gegen das Konzept der deutschen Billiganbieter hat die Konkurrenz im Ausland bislang *in Grundzügen.,
- állítmány halmozása: *Filialen betreiben ist das typische Aldi-Design zwar immer noch zu erkennen, ...; Aldi Nord und Süd *steht die Welt Kopf; in je neun Ländern rund 10.000 *kein Mittel gefunden weltweit.

Az 11.sz. diagramból kiolvashatók a feladatban elért pontok átlagai. A „Magyar” csoport a „Német”-nél rosszabban teljesített (átlag „Magyar”: 2,91 ↔ átlag „Német”: 5,08 pont), de mivel ennél a feladatnál mindkét csoportnak németül kellett válaszolnia, így az „Összes” átlagot (3,39 pont) kell figyelembe venni. A legmagasabb pontszám mind a „Magyar”, mind a „Német” csoportnál a 10 volt, míg a legalacsonyabb is megegyezett (0 pont).



11.sz. diagram: I.1. feladatban elért átlagpontszámok

A feladat második részében (I.2. feladat)³² az előzőleg (I.1. feladat)³³ beillesztett kifejezéseket kellett elmagyarázni. A megoldók két variációt adtak be. Mint már említettem, 36 fő németül magyarázta el a szóösszetételeket, míg 127-en, magyarul adták meg a megoldásokat. Bár egyik csoport átlaga sem tekinthető magasnak („Magyar”: 1,97 pont ↔ „Német”: 3,97 pont),

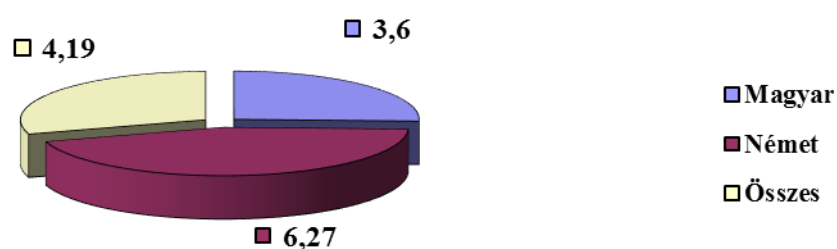
³² I.2. Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch! – Mit jelentenek a szövegben ezek a kifejezések? Magyarázza meg őket németül!

³³ I.1. Ergänzen Sie den Text mit den Ausdrücken aus dem Kasten! – Egészítse ki a szöveget a keretben levő kifejezésekkel!

mégis a „Német” csoport eredménye több mint, a duplája a „Magyar” csoporténak. Ez a különbség a hallgatók nyelvtudásának tudható be, mivel akinek magasabb szintű a nyelvtudása, az inkább vállalkozik a német nyelvű magyarázatra, mint az, aki nincs a megfelelő szinten.

Ha az összes feladatra kapott pontszámokat hasonlítjuk össze, a kapott eredmény mindkét csoportot tekintve itt a legalacsonyabb, itt volt a legtöbb 0 pontos megoldás („Magyar”: 61 fő/ „Német”: 3 fő/ „Összes”: 64 fő) és egy sem volt, ahol 10 pontot értek volna el. Ahogy már említettem, az összes feladat közül ez sikerült a leggyengébben, itt volt a legtöbb teljesen rossz megoldás, és 138 fő (84,66%) a 1-5 pontos tartományba esett, tehát még a pontok 50%-át sem érte el.

A második feladat³⁴, ahol 10 frazeologizmussal bővített mondatnak kellett a magyar nyelvű frazeológiai megfelelőjét megadni, hozta a legjobb eredményeket. A produktív feladat átlagainak megtekintésekor látható, hogy az összes pontátlag viszonyában azok ennél a feladatnál a legmagasabbak: „Magyar”: 3,6 pont – „Német”: 6,27 pont – „Összes”: 4,19 pont (ld. 12.sz. diagram).



12.sz. diagram: A II. feladatban elért átlagpontszámok

A hallgatók passzív szókincse nyilvánvalóan fejlettebb, mint az aktív, így a megértett kifejezések magyar nyelven történő megadása sem okozott számukra problémát.

Ennek ellenére itt is talákoztam 19 főnél 0 pontos megoldással, emellett a 10 pontos megoldások száma is igen csekély maradt (5 fő). A hibák legtöbbször abból adódtak, hogy a válaszadók a gazdasági frazeologizmusokat még magyarul sem ismerték vagy hibásan tudták.

³⁴ II. Was bedeuten die unterstrichenen Ausdrücke? Schreiben Sie die ungarischen phraseologischen Entsprechungen hinzu! – Mít jelentenek az aláhúzott kifejezések? Írja melléjük a magyar frazeológiai megfelelőket!

Így például:

- Die GmbH hat letztes Jahr einen Gewinn erzielt. – A Kft. tavaly nyereséges volt/nyereséget ért el.
*A GmbH múlt évben a győzelmet célozta./sikert ért el/elérte célját/A GmbH az utolsó évben sikerről számolt be.
- Bitte unterbreiten Sie uns noch diese Woche ein Angebot! – Kérem még a héten tegyen nekünk ajánlatot!
*Még a héten kérek Öntől egy ajánlatot./Kérjük, javasoljanak nekünk is ezen a héten egy ajánlatot./Kérem, adjon nekünk még a mai hétre egy ajánlatot/bővítse az ajánlatot.
- In Ungarn konnten mehrere deutsche Firmen letztes Jahr Fuß fassen – Magyarországon tavaly több német cég meg tudta vetni a lábát.
*Magyarországon előző évben több német szerződést veszni hagytak./Több cég tönkrement/csődbe ment/lábát adja/lábon áll/talpon van/betelepült.

A következő feladat³⁵ során tíz német frazeologizmushoz kellett szinonim értelmű német kifejezéseket rendelni. A párosítandó szóösszetételek esetén frazeologizmusok, egyszavas igék és körülírások szerepeltek. Az eredményeket tekintve a „Magyar” csoport 2,68 pontot ért el átlagosan, míg a „Német” 4,52 pontot, az „Összes” pedig 3,09 pontot. Ezek az értékek közepesnek felelnek meg, az összes feladat eredményeit tekintve a 3. helyen vannak.

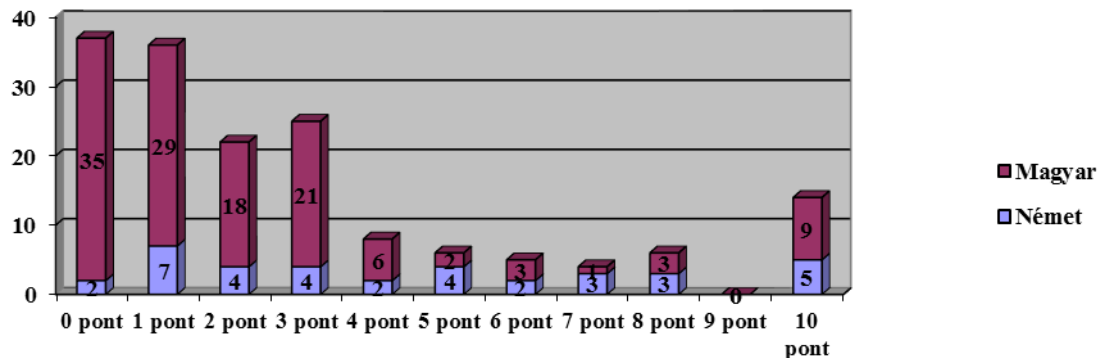
Ennél a feladatnál a nehézség abban volt, hogy nemcsak a frazeologizmusokat kellett megérteni a hallgatóknak, hanem a szinonim megfelelőket is. Így amennyiben számukra ismeretlen szavakkal találkoztak valamelyik oldalon, akkor ahhoz a párt sem tudták megtalálni. Éppen ezért elengedhetetlen, hogy a szaknyelvi órákon, az egyes kifejezések megtanítása / megtanulása során a tanár szinonim szóösszetételekkel is megismertesse a hallgatókat, hogy kommunikációjuk választékosabb, szókincsük gazdagabb legyen.

Funkcióigés szerkezetekkel volt kapcsolatos a negyedik feladat³⁶. Mind a főnévi, mind az igei tag meg volt adva, a párok megtalálása volt a cél. Az eredmények tükrében

³⁵ III. Ordnen Sie den Wendungen die passenden Bedeutungserklärungen zu! – Rendelje hozzá a szófordulatokat a megfelelő jelentésmagyarázatokhoz!

³⁶ IV. Ergänzen Sie die Wendungen mit den angegebenen Verben! – Egészítse ki a szófordulatokat a megadott igékkel!

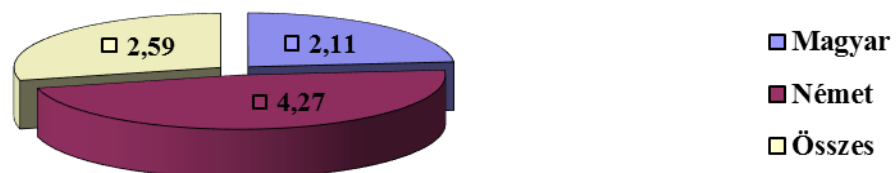
elmondható, hogy az elsődleges nehézséget az adott szerkezetek hiányos vagy nem meglévő ismerete jelentette.



13.sz. diagram: A IV. feladatban elért pontszámok

A 13.sz. diagramból látható, hogy a „Magyar” csoportnál a 0-3 pontot elért hallgatók száma igen magas (86 fő a 127-ből), ez 67,7%-a csoportnak, ugyanakkor a 10 pontot szerzettek száma is kiemelkedő (9 fő). A „Német” csoport által szerzett pontok eloszlása nagyjából egyenletes, náluk az 1 pontot elérték vannak a legtöbben (7 fő), 10 pontot közülük 5-en értek el. 9 pontos megoldás nem volt, mivel minden főnévhez tartozott ige, így egy tévesztés két hibát vont maga után. Érdekes volt megfigyelni, hogy még a jobban szereplő „Német” csoportnál is voltak olyan típushibák, melyet többen is elkövettek pl.

- igei tagok felcserélése: den Rabatt *tragen, die Lasten *kürzen (helyesen: den Rabatt kürzen – árengedményt csökkent, die Lasten tragen – terheket visel),
- helytelen ige használata: zur Kasse *stehen (helyesen: zur Kasse bitten – fizettet), in Auftrag *bitten (helyesen: in Auftrag geben – megbízást ad).



14.sz. diagram: Az V. feladatban elért pontok átlaga

Az utolsó feladat³⁷ ismét egy lyukas szöveg volt, azzal a különbséggel, hogy itt nem egy összefüggő szövegbe, hanem tíz önálló mondatba kellett beilleszteni a kifejezéseket.

Az eredmények is tükrözik a hasonlóságot az első feladathoz, ugyanis itt érték el a válaszadók a második legkevesebb pontot (ld. 9.sz. diagram). A kis pozitív különbség annak tudható be véleményem szerint, hogy a független mondatok megértése kevesebb nehézséget okozott a hallgatóknak, mint az összefüggő szövegé.

Az V. feladat számadataiból kiderül, hogy a „Német” csoport átlaga kétszer olyan magas, mint a „Magyaré” (ld. 14.sz. diagram), ami egyáltalán nem meglepő, hisz a „Német” csoport minden feladatnál jobban szerepelt.

³⁷ V. Ergänzen Sie die Sätze mit den (im Kasten) angegebenen Ausdrücken! – Egészítse ki a mondatokat (a keretben) megadott kifejezésekkel!

4.5. Részkonklúzió

- A legrosszabban sikerült feladatoknál (I.2.³⁸ és az V.³⁹ feladat), a hallgatók receptív készségére volt szükség. A direkt módszerrel mért (lyukas szöveg) olvasásértés készsége az eredmények tükrében a válaszadóknál igen fejletlen. Ez azért is probléma, mert az írott szöveg értése az egyik legfontosabb nyelvhasználati készség, ami mind a mindennapi kommunikáció, mind az intézményesített szaknyelvoktatás és nem utolsósorban a szakmai nyelvvizsga feladatok szerves részét képezi.
- A II. feladatnál, amelynek átlagai bár a legmagasabbak voltak, szintén találok hibás megoldásokkal. Ezek legtöbbször abból adódtak, hogy a válaszadók a gazdasági frazeologizmusokat még magyarul sem ismerték vagy hibásan tudták. Ez a tény alátámasztja a gazdasági frazeologizmusok (nem csak idegen nyelvű) oktatásának fontosságát a szaknyelvi órákon.

A német nyelvű frazeologizmusok magyar nyelvű megfelelőinek megadása kevesebb problémát okozott a válaszadóknak, ami a fejlettebb passzív szókincsüknek tudható be. Klaudy Kinga (1988) a frazeologizmusok fordításával kapcsolatban leszögezi, hogy azoknál a szóösszetételeknél, amelyeknél nem áll össze automatikusan az egész jelentése az elemek jelentéséből, azokat nem fordítjuk, hanem „megfeleltetjük” az adott célnyelvi kifejezéssel. Erre a hallgatók figyelmét is feltétlenül fel kell hívni, különben könnyen szembe találják magukat „tükörfordításokkal”, a másik nyelvben nem létező kifejezésekkel, és mindez nyelvi interferenciát okozhat.

- A németül választ adó csoport értékei minden esetben jobbak voltak, mint a magyar nyelven válaszoló csoportéi. Ennek hátterében az eleve magasabb szintű nyelvtudás áll. A valószínűleg jobb nyelvi teljesítménnyel bíró hallgatók a gazdasági frazeologizmusokkal kapcsolatos feladatokban is jobban szerepeltek, mivel az általános nyelvi ismeretek sok esetben a szakmai nyelvi feladatok megoldásában is segítségükre voltak. Ebből következik, hogy a gazdasági szaknyelvi órákon nem elegendő az egyes idegen nyelvű szaknyelvi frazeologizmusok magyar nyelvű megfelelőjét megadni, hanem azokat mindig egy gazdasági témájú szövegbe ágyazva kell megtanítani.

³⁸ I.2. Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch! – Mit jelentenek a szövegben ezek a kifejezések? Magyarázza meg őket németül!

³⁹ V. Ergänzen Sie die Sätze mit den (im Kasten) angegebenen Ausdrücken! – Egészítse ki a mondatokat (a keretben) megadott kifejezésekkel!

- A szinonim értelmű kifejezések összepárosítása sem ment zökkenőmentesen, az elért eredmények közepesek. Ez is alátámasztja, hogy a szaknyelvi órákon, az egyes kifejezések megtanítása / megtanulása során létfontosságú, hogy a tanár szinonim szóösszetételekkel is megismertesse a hallgatókat, hogy kommunikációjuk választékosabb, szókincsük gazdagabb legyen.
- A gazdasági frazeologizmusok között nagy számban fordulnak elő funkcióiágés szerkezetek (ld. 3. fejezet 3.2. pont). Az ezzel kapcsolatos feladatban elért eredmények tükrében leszögezhetjük, hogy a hallgatók ismeretei meglehetősen hiányosak. Még a jobban teljesítő németül válaszoló csoportnál is találkozhattunk típushibákkal, úgymint az egyes igei tagok felcserélése, az ige helytelen használata.

Az előzőek alapján leszögezhetem, hogy az általam felállított hipotézisek beigazolódtak. Az összefüggő gazdasági lyukas szöveg kiegészítése adta a legalacsonyabb pontszámot (I.2. feladat), míg a magyar nyelvű megfelelések beírása a legmagasabbat (II. feladat). A német nyelvű kifejezések német nyelvű magyarázatainak összepárosítása nehézségekbe ütközött a hallgatók körében éppúgy, mint a funkcióiágés szerkezeteknél a megfelelő igei tag kiválasztása.

- A feladatokban keresett szóösszetételek többsége funkcióiágés szerkezet. A választást a gazdasági szaknyelvi újságcikkekben fellelhető igei frazeologizmusok gyakorisága támasztja alá (621 frazeologizmusból 214 gazdasági, ebből 117 a funkcióiágés szerkezet ld. 3. fejezet).
- A teszt kitöltésének gyenge eredményei alapján kijelenthető, hogy a hallgatók nem rendelkeznek megfelelő ismeretekkel a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok terén. Az összes válaszadó 74,2%-a (121 fő) nem érte el a megszerezhető 60 pont 50%-át sem. A legmagasabb, 50-60 pont közötti sávba csupán három eredmény tartozott (ld. 10.sz. diagram).
- Tehát: a gazdasági szaknyelvi órákon a receptív készségeken belül nagy hangsúlyt kell fektetni az olvasott szöveg értés készségének fejlesztésére autentikus gazdasági újságcikkek segítségével is, mivel a receptív készségek közvetetten a produktív készségeket is fejlesztik.
- Az olvasott szöveg értésének gyakorlása mindenképp előtt autentikus gazdasági újságcikkekkel valósítható meg. Ezek nyomtatott és elektronikus formában is elérhetőek, így akár önálló tanulási segédeszközként is szolgálhatnak. Az eredeti, szövegek olvasása és feldolgozása nem csupán a naprakész, gazdasággal kapcsolatos

hírek, hanem az aktuális nyelvhasználat megismerése miatt is elengedhetetlen. A mai globalizált világban már nem elég az ideg nyelvű tananyagok ismerete, sokkal inkább szükség van az élő nyelvet birtokló egyénekre. Éppen ezért nagy felelősség hárul a szaknyelvet oktatókra, hogy segítséget nyújtsanak a hallgatóknak a természetes nyelvhasználati célok (szövegek megértése, fordítása, önálló alkotása), és a magasabb szintű szakmai nyelvtudás elérésében.

- Az idegen nyelv oktatásának célja, hogy egy a mindennapi életben jól használható nyelvtudást biztosítson a tanulóknak. Különösen igaz ez a felsőfokú intézményekben oktatott szaknyelvre, hisz a munkaadók többsége a problémamegoldó készség, a csapatmunka vagy a kommunikációs készségek mellett a kulcskompetenciák közé sorolja az idegen nyelv tudását is (vö. Komor Levente 2001). Ezt segítő szükség van a tantárgyi követelményekhez igazodó tanulási / tanítási módszerek kiválasztására, fejlesztésére, a tanárok előzetes felkészülésére. A kérdőív kiértékelése egyértelművé tette, hogy szükség van a gazdasági szaknyelvi órákon történő idegen nyelvi gazdasági frazeologizmusok oktatására. A gazdasági frazeologizmusok értése, illetve használata sokszor már magyar nyelven is problémát okoz, így azok elmagyarázása, megtanítása is gyakran az idegen nyelvet tanító tanárookra hárul.

5. Frazeodidaktikai helyzetjelentés

Az előző fejezetekben bemutatott empirikus kutatások a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok több nézőpontú vizsgálatával foglalkoztak. Az elméleti eredmények gyakorlatban történő hasznosíthatóságához azonban mindenképpen szükség van a frazeologizmusok oktatásának jelenlegi helyzetének ismeretére is. A következő fejezet ebbe nyújt bepillantást.

5.1. A frazeodidaktika a szaknyelvek oktatásában

„A kutatás, ..., olyan módszeresen folytatott alkotómunkát jelent, amely a meglévő ismeretanyag bővítésére szolgál – beleértve az emberről, a kultúráról és a társadalomról szerzett ismereteket is –, valamint arra, hogy ezt az ismeretanyagot új alkalmazások kidolgozására használjuk fel.” (Frascati kézikönyv, OECD 2002, Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal, 2004:25). A frazeológiai kutatások egyik indítéka kétségtelenül az, hogy a szerzett ismeretanyagot az idegen nyelvek oktatásában hasznosítsuk, e hasznosítást jelölő terminusunk a frazeodidaktika.

A frazeodidaktika kifejezést Wolfgang Eismann említi elsőként 1979-es cikkében az orosz „frazeodidaktika” terminusból kiindulva (idézi Stefan Ettinger 2007). A frazeodidaktika meghatározás a frazeológia azon részterületét jelenti, amely az anyanyelv-, illetve idegen nyelv oktatása során a frazeologizmusok átadásával foglalkozik (vö. Hanna Bergerová 2010, Ettinger 2007, Erla Hallsteinsdóttir 2011, Saša Jazbec és Milka Enčeva 2012). Igaz, a nemzetközi frazeológiai kutatásokban mindig is jelen voltak az idegen nyelvek oktatásával foglalkozó tanulmányok. Ennek is köszönhető, hogy az 1990-es években egyre több tankönyv és tananyag szentel teret a frazeologizmusok tanításának (vö. Lüger 1997a).

Kühn mégis azt írta 1992-es cikkében: „Es scheint, als dämmere die primär- und sekundärsprachliche Didaktik weiterhin im phraseologischen Dornröschenschlaf.” (Kühn 1992:169). Azaz, úgy tűnik, az anyanyelvi, illetve idegen nyelvi frazeodidaktika még Csipkerózsika álmát alussza.⁴⁰ Bár (mint alább bemutatom) ez mára megváltozni látszik, a mai tantervek sem szentelnek akkora figyelmet a frazeologizmusok oktatásának (főként a német, mint idegen nyelv vonatkozásában), mint az szükséges lenne.

⁴⁰ A szerző saját fordítása

Hans-Jürgen Krumm (1990) szerint a tanárok és az oktatók eddig olyan témákkal, szövegekkel foglalkoztak a nyelvoktatásban, amelyekkel maguk is találkoztak saját tanulmányaik során (pl. irodalom- és nyelvtudomány, pedagógia). Krumm mellett foglal állást, hogy a technika, a szociális tudományok, a természettudományok, a matematika stb. területének szaknyelvét is vonják be a tananyagba. Így a tanulók olyan kifejezésekkel, szófordulatokkal is találkoznak majd, amelyek későbbi munkájukban segítségükre lehetnek.

A megváltozott „fogyasztói” elvárásoknak és követelményeknek megfelelően, a német, mint idegen nyelv oktatása is átstrukturálódott. Ennek következményeként a német szaknyelvek tanítása immáron az egyik legfontosabb részét képezi a nevezett tantárgy oktatásának. Annak alátámasztására, hogy a frazeologizmusoknak a szaknyelvek és ezen belül a gazdasági szaknyelv oktatásában feltétlen helye van, számos szerző közleményében találunk megállapításokat:

- Mivel a frazeologizmusok nyelvspecifikusak és nem mindig felelnek meg szóról szóra a hasonló funkcióval és jelentéssel bíró célnyelvi egységeknek, elsajátításuk sokszor problematikus. Ebből kifolyólag tudatosításuk és gyakoroltatásuk a szaknyelvi oktatás szerves részét kell képezze (Heltai 2010).
- Muráth Judit (1991) felhívja a figyelmet arra, hogy a német gazdasági szövegek magyarra fordításakor nagy nehézséget jelent, hogy bizonyos, ugyanazon denotatív jelentéssel bíró szavak, kifejezések, amilyenek a frazeologizmusok is, a két nyelvben eltérő konnotációval bírnak, és vagy különböző, vagy semmilyen asszociációt nem váltanak ki.
- Az eredeti (gazdasági) szakmai szövegekben fellelhető frazeologizmusok megtanulása a helyes idegen nyelvi nyelvhasználat egyik alappilléreként értelmezhető (Laurent Gautier 2008).
- Az idegen nyelvet tanulók gyakran követik el azt a hibát, hogy az anyanyelv egyes elemeit gondolkodás nélkül átviszik az idegen nyelvbe. Ez a frazeologizmusokra is érvényes. Az anyanyelvi frazeológiai sémát tudatosan vagy nem tudatosan átviszik az idegen nyelvi frazeologizmusokra, ennek következtében nem létező vagy hibás szóösszetételeket „kreálnak” idegen nyelven (döntést hoz /Entscheidung *bringen treffen helyett/). Amennyiben egy frazeologizmus szerepel a tanuló mentális lexikonában, azt az anyanyelvi transzfer segítségével meg tudja érteni. Az anyanyelvi ismereteken kívül az általános ismeretek, a lexikai tudás, az asszociációk, az élettapasztalat is hozzájárulnak az idegen nyelvű frazeologizmusok megértéséhez.

Mindezek segítségével kialakítanak egy idegen nyelvi (az anyanyelvvel szorosan összefüggő) frazeológiai kompetenciát⁴¹.

Ez azt is jelenti, hogy a nem anyanyelvi tanulók egy másfajta megértési folyamatot alkalmaznak, mint az anyanyelvi (vö. Hallsteinsdóttir 2001, 2011, Vida Jesenšek 2006a).

5.2. A frazeologizmusok szerepe az idegen nyelvek oktatásában

Hessky (1997) szerint eltérők a vélemények a frazeologizmusoknak az idegen nyelv oktatásában betöltött szerepéről. A frazeológiai egységek egyrészt elengedhetetlen tartozékai a nyelvnek, s ezáltal a nyelvoktatásnak is, másrészt csupán „Rosinen” (mazsolák ld. csemegék⁴², Hessky 1997:139) egy nyelvben, amelyeket csupán a haladó nyelvtanulóknak ildomos megtanítani.

Az alábbi áttekintés (részben) eltérő véleményeket sorakoztat fel:

- Vannak szerzők, akik a frazeologizmusokat az idegen nyelvek oktatása során problémaként értelmezik. Olyan nyelvi elemnek tartják, amely a nem anyanyelvi tanuló számára csupán nehezen érthető és állandó hibaforrást jelent (vö. Lüger 1997b, Bergerová 2010).
- Az utóbbi években azonban egyre több szakember véli úgy, hogy a frazeologizmusok elengedhetetlen részét képezik az idegen nyelven folyó kommunikációnak, ennek következtében az idegen nyelv oktatásának is. Annál is inkább, mivel a frazeologizmusok nem tekinthetők csupán egyetlen nyelv sajátosságának, nyelvi univerzálék, azaz minden nyelvben fellelhető nyelvi elemek. (vö. Hessky 1997, Hallsteinsdóttir 2001 2011, Jesenšek 2006a).
- Fleischer (1997) szerint a frazeologizmusok nélkülözhetetlenek az idegen nyelv tanulása / tanítása során: az idegen nyelven történő korrekt kommunikáció szerves részei, így azokat az idegen nyelvek oktatásából nem lehet kihagyni.
- Lüger (1997a) tovább viszi a gondolatot: a frazeológiai kifejezések éppúgy hozzá tartoznak egy nyelvhez, mint például a partikulák, a metaforák vagy egyéb szituáció-,

⁴¹ Frzeológiai kompetencia alatt az anyanyelvi kompetencia azon részét értem, ami a frazeologizmusokkal kapcsolatos tudást foglalja magában. Ez a tudás egyrészt a gyakori frazeologizmusokat, másrészt a releváns speciális frazeológiai szemantikai és szintaktikai jellemzőket jelenti. A frazeológiai kompetencia segítségével a beszélők a frazeologizmusokat felsimerik, megértik, és aktívan tudják alkalmazni (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Hallsteinsdóttir 2001).

⁴² A szerző saját fordítása

illetve csoportfüggő megnyilvánulások. Oktatásuk éppen ezért elengedhetetlen, még ha sokszor nehéznek is tűnő vállalkozás.

- Hasonló véleményen van Jesenšek is: A frazeologizmusok a természetes nyelvek lexikai eszköztárához tartoznak és a nyelvhasználatot döntően befolyásolják. Éppen ezért az anyanyelvi, illetve az idegen nyelven történő nyelvoktatásban megfelelő figyelmet kell nekik szentelni. Mind a passzív, mind az aktív frazeológiai kompetenciát fejleszteni kell, hogy az idegen nyelv oktatás főbb céljainak (pl. szituatív kommunikáció) megfeleljünk (Jesenšek 2006a). Jesenšek (2007) a frazeologizmusok oktatásának szükségességét több tényezőben látja. A frazeologizmusok mind a beszélt, mind az írott nyelv szerves részét képezik, a nyelvhasználatot a különböző szövegekörnyezetben alakítják. Ez nemcsak az anyanyelven, hanem az idegen nyelven történő kommunikációra is igaz. A frazeológia segítségével kifejezhetjük, hogyan viszonyulunk önmagunkhoz és környezetünkhöz, hogyan dolgozzuk fel észleléseinket és hogyan fejezzük ezt ki nyelvileg (vö. Jesenšek 2006a 2006b, Hessky 1992a). A szókincs szerves részeként a beszélő emlékezetébe vésődtek az anyanyelv elsajátítás korai szakaszában, ugyanúgy, mint a szavak. Az idegen nyelv tanulása során is a szavakkal párhuzamosan kell elsajátítani azokat. Az idegen nyelvű frazeológiai ismeretek mintegy értékmérői és alapjai az idegen nyelvtudás szintjének. Minél több frazeologizmust ismer egy idegen nyelvet tanuló, annál jobb idegen nyelven a nyelvi kompetenciája (vö. Földes/Kühnert 1992, Häcki Buhofer 1997, Hessky 1997, Karin Aguado 2002, Jesenšek 2007, Hallsteinsdóttir 2011).
- A frazeologizmusok, szemantikailag és szintaktikailag rögzült elemek, azért is fontos részei az idegen nyelv oktatásának, mert jelentésük nem következtethető ki egyes elemeik jelentéséből. Ezen felül olyan kultúrafüggő tudást igényelnek, amellyel az idegen nyelvet tanuló sokszor nem rendelkezik, arra meg kell őt tanítani (Nadine Rentel 2011).
- A frazeolodidaktika egyik hiányosságát Kühn (1992) abban látja, hogy a frazeológiai feladatok feldolgozása a tudományos frazeológiai osztályozáshoz, illetve problémákhoz igazodik. Hiányzik tehát egy kommunikáció és gyakorlatorientált didaktikai megközelítés.

- Kathrin Steyer szerint a frazeologizmusok elsajátítási fokától függ a megfelelő kommunikáció képessége: „Der Grad ihrer Beherrschung spiegelt die Fähigkeit wider, kulturell angemessen zu kommunizieren”. (Steyer 2004:91)⁴³
- A frazeologizmusok oktatásakor az oktatóknak mindenképpen hangsúlyt kell fektetni a nyelvi interferencia kérdésére is. A feladatmegoldások során ugyanis a hallgatók legtöbbször a forrásnyelv (magyar) használata közben szerzett tapasztalataikat próbálják meg a célnyelvre (német) átvinni. Misad Katalin (2009) szerint ez az átvitel lehet hasznos vagy ellenkező esetben okozhat nyelvi interferenciát is. Amennyiben a forrás- és a célnyelvi jelenségek megegyeznek, akkor pozitív transzferrel van dolgunk, hisz az átvitel megkönnyíti az új nyelv tanulását. Azonban ha az átvitel miatt sérülnek a célnyelv normái, akkor negatív transzferrel állunk szembe.

Mint a fentiekből kitűnik, számos érv szól a frazeologizmusok oktatása mellett a szaknyelvek területén is, mindezek ellenére a frazeodidaktikát a mai napig nem sikerült teljes mértékben az idegen nyelv tanításába integrálni, a tankönyvek legtöbbje nem foglalkozik alaposan a frazeologizmusokkal, némelyik pedig egyáltalán nem tekinti feladatának tanításukat. Amennyiben figyelmet is fordít rájuk az adott tananyag, a frazeologizmusokat legtöbbször a szókincs alá rendelik, és az idegen nyelv sajátosságaként értelmezik (vö. Muráth Ferenc/Muráth Ferencné/Heves Ferenc 1978, Muráth Ferenc/Muráth Ferencné 1982, Markóné Dr. Bácskai Anna/Ghiczy Erzsébet/Gorove Lászlóné/Lenkei Ernőné 1990, Maros Judit/Szitnyainé Gottlieb Éva 1994, Maros Judit 1998, 1999, Dr. Ernst Häckel 2000).

A következő évek legfontosabb feladatai közé tartozik az olyan tankönyvek, tananyagok kifejlesztése, melyek a frazeológiai kifejezéseknek kellő teret szentelnek és megfelelően közvetítik azokat (vö. Kühn 1992, Peter Ďurčo 2007, Ettinger 2007, Jesenšek 2006a 2007 2011, Suzana Jurin/Aneta Stojič 2007, Hallsteinsdóttir 2011, Jazbec/Milka 2012, Joanna Targońska 2014).

5.3. A frazeologizmusok tanításának időzítése az idegen nyelvek oktatásában

Eltérő véleményekkel találkozunk akkor is, ha arra a kérdésre keressük a választ, hogy az idegen nyelv oktatásának melyik szakaszában érdemes a frazeologizmusokkal foglalkozni.

⁴³ A szerző saját fordítása

Kühn (1992) és Jesenšek (2006b) úgy vélik, hogy a frazeologizmusokat kezdettől fogva be kell építeni az idegen nyelv oktatásába. Az anyanyelvi frazeologizmusok esetében már a nyelvtanulás korai szakaszában megtörténik elsajátításuk, s az idegen nyelv tanulása során sincs ez másként. Hessky szerint az idegen nyelv és az anyanyelv viszonylatában teljes ekvivalenciával bíró frazeologizmusok (unter vier Augen /négy szemközt/, zwei Fliegen auf einen Schlag /Két legyet egy csapásra/) már az idegen nyelv oktatás korai szakaszába is beiktathatók. Ezek ugyanis kevesebb felismerési és tanulási nehézséget okoznak, mint a bonyolultabb, részleges, illetve nulla ekvivalenciával bíró kifejezések (die Eule nach Athen tragen – *a baglyot Athénba vinni – /felesleges dolgot csinálni/). A nyelvtanulók analógia alapján akár a szövegek környezetéből is ki tudják találni az egyes szóösszetételek jelentését, még akkor is, ha azok a passzív szókincsük részei is. Ez sikerélményt nyújt már az idegen nyelv tanulás kezdeti időszakában is (Hessky 1992a).

Lüger (1997a) szerint a frazeologizmusok elsajátítása hosszabb folyamat része. Ezzel részben a frazeologizmusok az idegen nyelv tanítás korai szakaszába történő integrálása mellett érvel. Ugyanakkor az elsajátításhoz szükséges olyan gyakorlatok alkalmazásáról ír, melyek teljesítéséhez elengedhetetlen a magasabb szintű idegennyelv-tudás, ez ellentmond előző gondolatának.

Jurin/Stojič (2007) egy német szakos egyetemisták körében végzett kutatásukban kimutatták, hogy a felsőbb évfolyamba járók gyakrabban alkalmazzák a frazeologizmusokat, mint az alsóbb évfolyamosok. Minél fejlettebb a nyelvi kompetencia, annál magasabb a frazeologizmusok használati aránya (vö. Ettinger 2007). Ez az eredmény arra enged következtetni, hogy habár a hallgatók felismerik a frazeologizmusokat, aktívan használni csak egy fejlettebb nyelvi szinten kezdik.

A fenti álláspontokból is kiderül, hogy a frazeologizmusok tananyagba történő beépítésének idejéről differenciáltak a vélemények. Tapasztalatom szerint azonban már a szaknyelvtanulás korai szakaszában foglalkozni kell a frazeologizmusokkal. Fő érvem az, hogy autentikus szövegek (pl. újságcikkek, éves beszámolók, mérlegek stb.) olvasása és feldolgozása során a tanuló óhatatlanul találkozik velük, felismerésük, megértésük szükséges a szövegek megértéséhez és a nyelvtudás fejlesztéséhez.

5.4. A tanítandó frazeologizmusok kiválasztása tanítás módszere

Felmerül az kérdés is, hogy mit és hogyan tanítsunk frazeologizmus címszó alatt. A megközelítési módok eltérőek, egyetértés figyelhető meg azonban abban, hogy a szituáció, a tanulási cél és partner nagyban befolyásolják ezirányú döntéseinket.

A frazeologizmusok kiválasztása a német mint idegen nyelv oktatása során sokszor a tanár személyes érdeklődésének a függvénye vagy, ahogy Hessky (1992a) fogalmaz: „dem Zufall überlassen” (a véletlen szülötte)⁴⁴.

A frazeologizmusok univerzális mivoltából következik, hogy az egyes nyelvekben sok frazeologizmus megegyezik (pl. testrészekkel kapcsolatos, közös kulturális alapokon vagy klasszikus irodalmi forrásokon nyugvó szókapcsolatok). Ez az idegen nyelv elsajátítása során a tanulók segítségére válhat, hisz akár tudatosan, akár tudat alatt az anyanyelvét veszi alapul minden idegen nyelvet tanuló, és ezt nemcsak a nyelvsajátítás korai szakaszában teszi.

Az anyanyelven már ismert frazeologizmusokhoz köti az idegen nyelven elsajátított szóösszetételeket és a két nyelvi rendszer ezután már egymás mellett, párhuzamosan működik tovább (vö. Häcki Buhofer 1997, Hallsteinsdóttir 2001 2007, Jesenšek 2006a 2006b 2007, Bergerová 2011).

Az idegen nyelvet tanulók gyakran követik el azt a hibát, hogy az anyanyelvi elemeket gondolkodás nélkül átviszik az idegen nyelvbe. Ez a probléma frazeologizmusokkal is így van, azaz nem létező vagy hibás szóösszetételeket „kreálnak” idegen nyelven (döntést hoz – Entscheidung *bringen treffen helyett). Az anyanyelvi frazeológiai kompetenciát tudatosan vagy nem tudatosan átteszik az idegen nyelvi frazeologizmusokra. Amennyiben egy frazeologizmus szerepel a tanuló mentális lexikonában, azt az anyanyelvi transzfer segítségével meg tudja érteni. Az anyanyelvi ismereteken kívül a lexikai tudás, az asszociációk, az élettapasztalat és az általános történelmi ismeretek is hozzájárulnak az idegen nyelvű frazeologizmusok megértéséhez. Mindezek segítségével kialakítanak egy idegen nyelvi (az anyanyelvivel szorosan összefüggő) frazeológiai kompetenciát, ami azt jelenti, hogy a nem anyanyelvi tanulók egy másfajta megértési folyamatot alkalmaznak, mint az anyanyelvi tanulók (vö. Hallsteinsdóttir 2001 2011, Jesenšek 2006a).

A tanulandó frazeologizmusok meghatározása történhet számítógépes gyakorlati vizsgálattal is, mint azt több kutató meg is tette (vö. Hessky 1992a, Monika Šajánková 2007, Hallsteinsdóttir 2011, Hollós Zita 2014). Azonban ez az eljárás nem minden esetben célra vezető, hisz a pragmatikai és a kommunikatív funkciókat illetve az interkulturalitást nem

⁴⁴ A szerző saját fordítása

minden esetben veszik figyelembe, s a vizsgált korpusz gyakran „csupán” szótárokon alapszik. Csak a gyakorisági vizsgálatok eredményeit alapul venni sem helyénvaló Hessky (1992a) szerint, ugyanis a tanárnak még ezekből is szelektálnia és strukturálnia kell további kritériumok alapján.

Emellett az egyes szaknyelvekben használt speciális frazeologizmusok (Phraseoterminologie) kisebb gyakorisággal fordulnak elő, ami azt eredményezi, hogy a tanár (esetleg) nem veszi fel azokat az oktatandó kifejezések közé (vö. Ettinger 2007, Hessky 1992a 2007, Šajánková 2007). Amennyiben a kommunikációs értékből és alkalmazhatóságból indulunk ki, a frazeologizmusok bizonyos „peremterületei” kerülnek előtérbe. Ilyenek pl. a szituatív klisék (Grüß Gott! – Jó napot!, Mit freundlichen Grüßen – üdvözlettel), a funkcióiág szerkezetek (Angebot erteilen – ajánlatot tesz), az állandósult szókapcsolatok (Tag für Tag – napról napra), illetve kollokációk (die Grenze passieren – határt átlépni, sich die Nase putzen – orrot fúj) (vö. Hessky 1992a).

A kutatók nemzetközi összehasonlító vizsgálatok alapját képező frazeológiai korpuszokat hoztak létre pl.

- <http://corpora.informatik.uni-leipzig.de/>,
- www.ephras.org,
- <http://www.sprichwort-plattform.org>,
- <http://corpora.ids-mannheim.de>,
- <http://www.kollex.hu/> stb.

Ezek az anyagok az idegen nyelv oktatásában is segítségül hívhatók és sok korábbi, a német mint idegen nyelv oktatásában fennálló problémára (legalábbis részben) megoldást kínálnak (pl. gyakorló feladatok nyelvtudás szerint szintezve) (vö. Hallsteinsdóttir 2007, Jesenšek 2011, Nataša Kralj és Brigita Kacjan 2011).

Mindenképpen figyelembe kell venni az ún. frazeológiai minimum/optimum kérdését is. Több kutató tett már javaslatot arra, mely kifejezéseket ajánlott az említett kategóriákba felvenni. Többek szerint az anyanyelvet alapul véve, kontrasztív alapon kell az optimumot kiválasztani a célkitűzéseket, a tanulók nyelvi tudásszintjét stb. figyelembe véve. Ugyanakkor hangsúlyozzák a kutatók, hogy ha lenne is frazeológiai minimum, azt nem lehet kritika nélkül és mindenhol „alpnak” tekinteni, hisz eltérő szintek tapasztalhatók a tanulók nyelvtudásában, mások a célok, a szövegek fajtái és nehézségei. Hessky előnyben részesíti a frazeológiai optimum megnevezést, mert az jobban kifejezi az egyes tanulócsoportok tananyagai közti különbséget. A részleges vagy nulla ekvivalenciával bíró kifejezéseket nem szükséges a

minimumba felvenni, azonban ötleteket, technikákat kell adni a tanulóknak azok megfejtéséhez, elsajátításához is. (vö. Ettinger 2007, Hessky 1992a 1997 2007, Jesenšek 2007, Hallsteinsdóttir 2011).

Erla Hallsteinsdóttir/Monika Šajanková/Uwe Quasthoff 2006-ban végzett nagyszabású kutatásában két vizsgálatot végzett el a német, mint idegen nyelv oktatása során felhasználható frazeológiai optimummal kapcsolatban. A frazeológiai optimum kijelölésére a lexikográfiai anyagok egységes frazeológiai alapjának meghatározása és a ritkábban használatos, illetve ismeretlen frazeologizmusok kiszűrése miatt van szükség, holott a megfelelő előkészítéssel és tanári munkával akár ezeket is be lehet vonni az elsajátítandó kifejezések közé, ha szükségesek. Megállapították, hogy minél gyakoribb egy frazeologizmus, annál többen használják azt aktívan. Az általuk javasolt optimum nyitott felsorolás, a tanulók célja, anyanyelvi ismerete stb. alapján ki lehet egészíteni és a különböző szövegfajták szerint differenciálni lehet. Az elkészült gyűjteményt azonban soha nem lehet egy a tanár által végzett didaktikai elemzés nélkül alkalmazni.

A frazeologizmusok „helyes” használatát az idegen nyelv oktatásába a megfelelő helyen és időben kell beiktatni, véli Hessky (2007). Meg kell tanítani, hogy alkalmazásukat a kommunikációs helyzethez, a témához illetve a partnerhez kell igazítani. Fontos, hogy a frazeologizmusok elsajátítását egy a tanár általi tudatos szelektálás előzze meg, hogy pragmatikai és szemantikai szempontból is a legmegfelelőbb frazeologizmusokkal ismertessük meg a tanulót. Ehhez leginkább autentikus szövegek, és kommunikációs szituációk elemzése járul hozzá. A tanulónak mindenképpen útmutatót kell adni, hogy mely szóösszetétel mely szituációban és szövegekörnyezetben használatos és helyénvaló (vö. Jesenšek 2007, Stolze 2007, Bergerová 2011).

Bár az előzőekkel Ettinger (2007) is egyetért, azt is hangsúlyozza, hogy a frazeologizmusokat csupán szövegek alapján tanítani nem túl gazdaságos és az idegen nyelv oktatására vonatkoztatva nem is reális elképzelés. Ehhez kapcsolódik Hallsteinsdóttir (2011), mikor a frazeológiai alapszókincs kiválasztásának szempontjairól ír. Úgy véli, szem előtt kell tartani az aktualitást és a relevanciát is. A frazeologizmusokat gyakorisági elemzéssel, illetve kérdőívek alapján kell kijelölni és a KER-ben (Közös Európai Referenciakeret) szereplő témákhoz és szintekhez kell igazítani (vö. Jesenšek 2006b).

Egyetértek azoknak a véleményével, akik az autentikus szövegekben fellelhető, ún. élő nyelvben alkalmazott frazeologizmusok oktatását helyezik előtérbe. A hallgatónak azt kell elsajátítania, amivel az anyanyelvi beszélővel létrejött kommunikációs szituációban és eredeti nyelvű forrásokban találkozhat.

5.5. A frazeológiai tanítás módszere

A frazeologizmusok elsajátítására a kutatók (vö. Hessky 1997, Ettinger 2007, Šajánková 2007, Stolze 2007, Hallsteinsdóttir 2011, Rentel 2011, Targońska 2014) Peter Kühn (1992) alapján egy többlépcsős modellt tartanak irányadónak:

- 1. szint. A frazeologizmus felismerése, azonosítása (ahol többek között a szöveggörnyezet, az anyanyelvi frazeológiai ismeretek, a szemantikai-szintaktikai kompatibilitás és a metakommunikációs környezet játszanak szerepet).

Ez azt jelenti, hogy az idegen nyelv oktatása során ki kell fejleszteni a tanulóknak egy érzéket, ami segít felismerni a frazeologizmusokat a német nyelvű szövegekben. Ehhez elengedhetetlen, hogy a diákok anyanyelvükön is rendelkezzenek megfelelő ismeretekkel a frazeologizmusok terén és autentikus szövegeket dolgozzanak fel.

Ettinger (2007) a frazeologizmusok azonosításával kapcsolatban két eljárásról beszél. Szerinte egyrészt morfoszintaktikai szabálytalanságokról (a németben a névelő hiánya pl. Schwein haben – szerencséje van), másrészt szemantikai-szintaktikai inkompatibilitásokról (idiomatikus mivoltuk miatt jelentésük nem következtethető ki az elemek jelentéséből) a frazémák könnyen felismerhetőek (pl. kurz und gut – száz szónak is egy a vége; nur Bahnhof verstehen – semmit nem ért; mir nichts dir nichts – se szó, se beszéd) (vö. Kühn 1992).

- 2. szint: A frazeologizmus jelentésének kitalálása (ennél elsősorban a szöveggörnyezet, a képi megjelenítés, esetleg egy szótár van a tanuló segítségére).

Kühn (1992) a képekkel történő megértést nem minden esetben tartja megfelelőnek, mivel a hasonló jelentéssel bíró anyanyelvi frazeologizmusok félreértésekhez vezethetnek. Ezen kívül vannak olyan frazeologizmusok, melyeket nem lehet képileg megjeleníteni (pl. Trübsal blasen – búsul; klipp und klar – félreérthetetlenül).

Amennyiben a tanulónak rendelkezésére állnak megfelelő szótárak, ahol az adott frazeologizmusnak utána nézhet, azt is segítségül hívhatja. Azonban egy nyelvórán ez nem mindig van így, ezért rá kell vezetnünk a diákokat arra, hogyan tudják a szöveggörnyezetből kitalálni a frazeologizmusok jelentését. Ehhez különböző típusú és tartalmú szövegeket is érdemes beiktatnunk az oktatásba, hogy ezek alapján a tanulók összehasonlíthassák az egyes jelentéseket és levonhassák következtetéseiket a frazeologizmusok szituáció-, és partnerfüggő jelentésével kapcsolatban.

A frazeologizmus tartalmának megfejtése döntő fontosságú a frazeologizmusok elsajátításának folyamatában, mivel ezek sokkal komplexebb jelentésstruktúrával bírnak, mint a szókincs más, egyszerű elemei. Ettinger (2007) a német vonatkozásában az ún. W-Fragen alkalmazását javasolja (W-kérdőszavak), azaz pl. Wer? Zu wem? Wann? Wo? Warum? (Ki? Kihez? Mikor? Hol? Miért?). Az ezekre adott válaszok elemzésével közelebb kerülhetnek a tanulók az egyes frazeologizmusok jelentésének megértéséhez.

- 3. szint: A frazeologizmussal kapcsolatos ismeretek megszilárdítása (a tanuló a frazeologizmust a hozzá kapcsolódó összes információval együtt /nyelvtani, lexikai, szemantikai tudás/ emlékezetébe vési, hogy szükség esetén előhívhassa azt).

Az ismeretek megszilárdításakor fontos az egyes frazeologizmusok alap-, illetve tőformájának meghatározása, illetve jelentésük megmagyarázása. Ez azonban sokszor még az anyanyelvi beszélőnek is nehézséget okoz. Az okok a frazeologizmusok természetében, illetve a regionális vagy egyénileg használt formákban keresendők (még ha ezek a különbségek a nem anyanyelvi beszélőnek nem is tűnnek relevánsnak). Didaktikai szempontból ilyen esetben egy variációt (lehetőség szerint a leginformatívabbat) kell meghatározni és megtanítani az anyanyelvet alapul véve. Az idegen nyelvű magyarázatok csak a nyelvtudás bizonyos szintje fölött játszanak szerepet (vö. Hessky 1992a).

A struktúra és a jelentés megerősítése céljából újabb szövegeket is alkalmazhatunk és a frazeologizmusokat az ezekben fellelhető kifejezésekhez kötve, illetve azokkal összehasonlítva taníthatjuk (vö. Kühn 1992).

A három eredeti lépcsőfokot azóta már egy negyedik szinttel is kiegészítették (vö. Ettinger 2007, Šajánková 2007):

- 4. szint: A frazeologizmus használata (itt a cél a passzívan már ismert frazeologizmusok aktív alkalmazása).

Az idegen nyelv oktatása során meg kell különböztetni az aktív (produktív) és passzív (receptív) szókinccset. Minél többet tud egy diák passzívan, annál többet fog aktívan alkalmazni. Ehhez elengedhetetlen kontrasztív szempontokat is bevonva a szókincs helyes kiválasztása és az aktívan alkalmazott kifejezések fejlesztése. Mindezeket figyelembe véve javul a nyelvtanuló kommunikációs hatékonysága (vö. Hessky 1992a).

Az új frazeologizmusok elsajátításánál nélkülözhetetlen olyan feladatok alkalmazása, melyek nem egyhangú ismételtetésre épülnek, és amelyeknél nem a „magolós” szótanulás áll

a középpontban. A tanulók figyelmének lekötésére változatos, adott esetben az érzelmeikre is ható feladatokat kell alkalmazni (pl. memória játék, hiányos szöveg, hibakeresés, keresztretjvény), különben unalmassá válik a gyakorlás és nehezebben megy a frazeologizmusok megtanulása (vö. Hessky 1992a, Ettinger 2007, Šajánková 2007 über EPHRAS 2006).

Ezzel kapcsolatban mindenképpen ki kell térni az EU-kutatási projektjére az EPHRAS-ra⁴⁵, amely egy CD-ROM-on megjelent, 150 interaktív feladatot tartalmazó többnyelvű frazeológiai tananyag német kiindulási nyelvvel. A projekt elsődleges célja egy német, szlovén, szlovák és magyar nyelven elérhető frazeológiai adatbank létrehozása volt. A 4000 frazeologizmust tartalmazó, szintenként (B1-C1) differenciált elektronikus tananyag és többnyelvű felhasználói kézikönyv az idegen nyelv oktatásban eddig sajnálatos módon mostohagyerekként kezelt frazeologizmusok elsajátításában és a frazeológiai kompetencia fejlesztésében nyújt segítséget. Az egyes frazeologizmusokat egységesen dolgozták fel és minden információt megadtak, ami az elsajátításukhoz és az alkalmazásukhoz szükséges. A CD struktúra és a felhasználói kézikönyv nemcsak az önálló tanulást teszik lehetővé, hanem az idegen nyelvet oktató tanárok és tananyagfejlesztők is segítségül hívhatják.

Az idegen nyelvi szakmai nyelvtanulás és szakmai kommunikáció során a szakmai frazeologizmusok elsajátítása elsősorban a produktív készségek fejlesztése szempontjából fontos. Heltai (2010) úgy véli, hogy a frazeologizmusok oktatása „általában módszertanilag még nem eléggé kidolgozott. A kommunikatív nyelvoktatás nem kedveli az adott minta szerinti ismétlést és behelyettesítést.” (Heltai 2010:192). Az ilyen jellegű feladatoknál nem a kreativitás a cél, hanem az adott kifejezés szó szerinti megtanulása (vö. Šajánková 2007).

Ajánlott az olyan frazeologizmusok felhasználása, amelyek (adott esetben a hallgatók által elvégzett) gyakorisági elemzések során nagyobb számban fordulnak elő, illetve a diák (esetleg szakmai) kommunikációjához szükségesek. A nyelvtanulók saját anyagaikból kigyűjthetik az adott szakterülethez tartozó legfontosabb frazeologizmusokat és elsajátíthatják őket (vö. Heltai 2010, Hallsteinsdóttir 2011, Kispál Tamás 2011).

A nyelvtanulók autentikus szövegeken keresztül olyan célnyelvi elemeket is megismerhetnek, amelyekkel adott esetben csak egy szótár lapozgatása közben találkoztak volna, és amelyek ugyanakkor elengedhetetlenek az adott szakmai idegen nyelv megértése során. Hallsteinsdóttir (2011) megemlíti a multimodalitás kérdését is a frazeodidaktikával kapcsolatosan, ami alatt a nyelvi és nem nyelvi kommunikációs eszközök együttes

⁴⁵ vö. <http://www.ephras.org/>

alkalmazását érti az öt emberi érzék (látás, hallás, tapintás, ízlelés, szaglás) közül kettő vagy több segítségével. Frappáns példa erre egy reklám: „Was Thun?” Was tun? – Mit tegyünk? a felirat egy tonhal csomagoláson (ném. Thunfisch magy. tonhal, ném. tun magy. tesz, cselekszik). A reklámszövegek frazeológiai oktatásban történő alkalmazhatóságáról ír Rentel (2011). Úgy véli, a reklámokkal egyre többet találkozunk mindennapjainkban. A tanulók számára is ismertek, emiatt feladatmegoldási motivációjuk nagymértékben növelhető. Másik előnyük abban rejlik, hogy a relatív rövid, és könnyen átlátható szövegekről van szó, így már az alacsonyabb nyelvi kompetenciával bíró tanuló számára sem okoz nehézséget megértésük. Mégis a legfontosabb érv, ami a reklámszövegek használata mellett szól az idegen nyelvű frazeodidaktikában, az a multimodalitás. Azaz a kép és a nyelv összekapcsolása, ami a dekódolásban (megértésben) és az elsajátításban segít. Ugyanakkor megjegyzi, hogy a reklámok meglehetősen szűkös frazeológiai repertoárral és egyszerű nyelvezettel bírnak, így csupán egyéb szövegfajtákkal együtt alkalmasak a frazeologizmusok oktatására.

Bergerová (2011) a csehországi frazeológiai helyzettel kapcsolatos cikkében hangsúlyozza, hogy a kutatóknak éppúgy, mint a tanulóknak és az oktatóknak még sok problémát le kell küzdeniük és sok kérdést meg kell válaszolniuk a frazeologizmusokkal kapcsolatban. Szerinte nagy szükség lenne egy tanulóknak szóló olyan frazeológiai szótárra, amely az egyes frazeologizmusok előfordulásának gyakoriságára alapozva tartalmazza a szócikkeket.

A ma létező szótárak és gyűjtemények nem fejtik ki kellő mértékben az egyes frazeologizmusok jelentését és még a legfontosabb szövegkörnyezeti összefüggéseket sem tartalmazzák⁴⁶. Az idegen nyelvi frazeológiai összeállítások sokszor abba a hibába esnek, hogy túl sok frazeológiai ekvivalenciát kívánnak megadni az anyanyelvi és a célnyelvi kifejezések között, holott az eredetinek csak egy fordítás felel meg igazán (vö. Kühn 1992, Ettinger 2007).

Magyarországon az elmúlt másfél évtizedben egyre több szótár jelent meg a frazeologizmusok vonatkozásában (vö. Forgács 2003, T. Litovkina 2005, Bárdosi 2009), s mindenképpen meg kell említeni az utóbbi két évben napvilágot látott két munkát.

Hollós Zita 2014-ben megjelent Korpuszalapú tanulószótárát (Német-magyar SZÓkapcsolatTár), amely egy (elsősorban) haladó nyelvtanulóknak szóló 49000 adatra épülő és 2262 szócikket tartalmazó kollokációs szótár. Segítségül szolgál a német nyelvet tanulóknak szövegalkotási helyzetekben, ahol a szintagmák fontos szerepet játszanak, illetve

⁴⁶ Bergerová írásában a tanulók által leggyakrabban igénybe vett egynyelvű szótárakat említi, mint pl. Duden 11, Wahrig, Langenscheidt Großwörterbuch Deutsch als Fremdsprache, Duden-Universalwörterbuch.

nyelvtanároknak is, akik az egyes elemek kombinálhatóságával kapcsolatban bizonyosságot akarnak.

Bárdosi Vilmos Szólások, közmondások eredete – Frazeológiai etimológiai szótárát 2015-ben adták ki. 1800 szólás/közmondás, szóláshasonlat, szállóige jelentését értelmezi, magyarázza eredetét, mutatja be kultúrtörténeti hátterét a szótár idegen nyelvi párhuzamokkal.

Ezen kézikönyvek publikálása lassan betölti az űrt a magyar frazeológiai lexikográfia terén, és (remélhetőleg) hozzájárulnak ahhoz, hogy a frazeologizmusokat az idegen nyelv oktatás nélkülözhetetlen elemeinek és ne mostohagyerekének tekintsük.

5.6. Részkonklúzió

- A frazeodidaktika kialakulása a 20. század végére nyúlik vissza, azonban a mai napig sem szentelnek neki kellő figyelmet az idegen nyelvek oktatása során. Tankönyvek, oktatási anyagok egyik nagy hiányosságaként értékelhető a frazeológiai kifejezések csekély mértékű említése.
- A frazeologizmusokat nem csak az általános nyelv tanításába, hanem a szaknyelvek oktatásába is integrálni kell. Ez elsősorban a nyelvtudás szintje, a szituáció, a partner, és az oktatási cél függvényében kiválasztott autentikus szövegekkel oldható meg.
- A frazeológiai kifejezéseket az anyanyelvhez hasonlóan már a nyelvtanulás korai szakaszában érdemes elkezdni. A diákok anyanyelvi kompetenciájukat alapul véve, analógia útján kialakítják idegen nyelvi kompetenciájukat, aminek segítségével elsajátíthatják az ismeretlen szóösszetételeket is.
- Kühn (1992) alapján a frazeologizmusok elsajátításának három lépcsőfokát a következőkben határozták meg: 1. frazeologizmusok felismerése 2. frazeologizmusok jelentésének megfejtése 3. a frazeologizmusokkal kapcsolatos ismeretek megszilárdítása. A felsorolást azóta egy negyedik szinttel is kiegészítették: a frazeologizmusok aktív alkalmazása.
- Az oktatandó frazeologizmusok kiválasztásában nagy szerep jut a tanárnak és tanulónak egyaránt. Az oktatók alapul vehetik a gyakorisági elemzések, illetve nemzetközi korpuszok anyagait, míg a diákok önmaguk is készíthetnek szógyűjteményeket.
- A frazeologizmusok begyakorlásánál elengedhetetlen, hogy a hallgatók érdekes és kihívást jelentő feladatokon keresztül mélyítsék el ismereteiket, és ne csak ismételgessék a bemagolt kifejezéseket. A szószerkezetek elsajátításának multimodális megközelítését (pl. reklámszövegek elemzése) több kutató is vizsgálta.
- Az utóbbi évtizedekben egyre nagyobb érdeklődés mutatkozik Magyarországon a frazeológia és a frazeodidaktika iránt. A megjelent publikációk, tudományos írásművek segítségével lehetnek az idegen nyelv tanítóinak és tanulóinak egyaránt.

6. Összegezés és kitekintés

A következőkben röviden összefoglalom a dolgozat lényegesebb pontjait. A hallgatói kérdőívek kiértékelése során kapott eredmények tükrében javaslatokat teszek a gazdasági frazeologizmusok oktatásával, a dolgozat témájának további hasznosíthatóságával kapcsolatban.

6.1. Összefoglalás és javaslatok az oktatás fejlesztésére

A dolgozat a frazeologizmusokat általában és a gazdasági szaknyelv részeként a gazdasági sajtóban fellelhető gazdasági frazeologizmusokat vizsgálja.

Az elmélet tekintetében megállapítottam, hogy a német gazdasági frazeologizmusok nem minden vonatkozásban illeszthetők be a nem szaknyelvi frazeologizmusok típuskategóriáiba. Az első fejezetben ismertetett frazeologizmus típusok közül nem szerepelnek például

- a szólások, közmondások (pl. Ki korán kel aranyat lel),
- a szóláshasonlatok (pl. Szorgos, mint a hangya),
- a szituatív klisék (pl. Hátrább az agarakkal),
- a közhelyek (pl. Hogy vagy? Egyszer élünk),
- a páros frazeologizmusok (pl. dül-fül, bizony-bizony),
- a modellértékű kapcsolatok (pl. napról-napról, házról-házra),
- az ikerformulák (pl. nyakra-főre, többé kevésbé) és
- a szállóigék (pl. Gyermek felnőtt kedve jó, édes élet HARIBO).

Megtalálhatóak viszont

- a funkciógés szerkezetek (pl. megbízást ad, osztalékot kioszt),
- a kollokációk (pl. fekete gazdaság, szociális háló),
- az onomikus frazeologizmusok (pl. Wall Street – amerikai tőzsde) és
- a frazeológiai terminusok (pl. árfolyam ingadozás, természetes személy).

A szaknyelvek rövid elemzése megmutatta, hogy az emberi tevékenységekben és a társadalomban bekövetkezett változások mindinkább indokolják a szaknyelvek szerepére, használatára vonatkozó vizsgálatok, kutatások számának emelkedését. Egy-egy szakterület szaknyelvének elemzéséhez a kutatónak nemcsak nyelvészeti felkészültséggel kell rendelkeznie, hanem feltétlen szüksége van az adott szakterület (bizonyos szintű) ismeretére is, főként, mivel a szaknyelveírások multidiszciplináris alapokra épülnek.

A gazdasági szaknyelv vizsgálatának alapját a szakszövegek alkotják. Az újságírók által használt gazdasági nyelvet a gazdasági jellegű újságcikkekből kiindulva elemezhetjük leginkább. Az írott média a kommunikáció speciális színtere, ahol az olvasó, mint befogadó, a cikk írója, mint küldő jelenik meg. E sajátos kommunikáció közös háttérismereteket, kulturális tudást feltételez. Csak ezek egyidejű megléte teszi lehetővé a mondanivaló (jelen esetben gazdasági hír) megfelelő interpretálását. A gazdasági sajtó ismérvei az alábbi módon foglalhatók össze:

- bennük a szakember, illetve szakíró szélesebb, gazdasági-szakmailag kevésbé iskolázott célcsoporthoz szól,
- stílusától nem idegen a redundancia (pl. a fő mondanivalót már tartalmazza a cím, majd ez a cikkben újra megismétlődik).
- A gazdasági sajtóban fellelhető nyelvezet kevésbé elvont, mint a tudományos síkon elhelyezett szövegek.

A sajtó reprezentálja az éppen aktuális nyelvhasználatot. Ezért sokan választják ezt a médiumot kutatásuk alapjául (vö. Szathmári 1994, Tolcsvai Nagy 1996, Lüger 1995, Schneeweiß 2000, Ablonczyné 2006). Nyelvezetére jellemző a

- szaknyelvi kifejezések használata (pl. Nachfragepull – keresleti nyomás, Stagnation – stagnáció),
- frazeologizmusok előfordulása (pl. Laden betreiben – üzletet működtet, Geld verdienen – pénzt keres),
- neologizmusok gyakorisága (pl. Selfmade-Milliardärin – csináld magad milliomos, Talkmeister – műsorvezető),
- idegen szavak (főként az angolból átvett) nagyarányú használata (pl. Trainee – gyakornok, Business – üzlet, Comeback – visszatérés, Hacker – számítógép kódfejtő, E-Commerz – online kereskedelem, Milliarden-Seller – milliárdos értékesítő, eladó),

- rövidítések, betű-, illetve mozaikszavak használata (pl. Kitas-Kindergärten – óvodák, Fed- Federal Reserve Bank – US jegybank, CEO- chief executive officer – elnök vezérigazgató, IAA- Internationale Automobil Ausstellung – Nemzetközi Autókiállítás, SEO- Search Engine Optimization – kereső optimalizálás),
- prefixumok használata (pl. hochbelastet – nagyon leterhelt, Cyberkriminelle – ciberbűnöző, Onlinetauglichkeit – online ügyletre való alkalmasság, Flüchtlingserwartungen – a menekültek elvárásai),
- összetett szavak használata (pl. Spitzenverdiener – legtöbbször kereső, csúcskereső, Wirtschaftsriese – gazdasági óriás, sicherheitstechnisch – biztonságtechnikai szempontból),
- jelentésmódosulások megléte (pl. hochgezüchtete Sportwagen – legfejlettebb szinten kialakított sportautók, Dinosaurier – régi típusú, elavult, kőkorszaki, Zugferde der Wirtschaft – a gazdaság húzómotorjai, Billigkönig – a legnagyobb diszkont eladó).

Az empirikus kutatások korpuszát a WirtschaftsBlatt, a DER STANDARD, a Neue Zürcher Zeitung, a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a DIE WELT és a WirtschaftsWoche gazdasági lapok online verziójának cikkei adták. Az elvégzett elemzések alapján az alábbi következtetések vonhatók le.

Bár a frazeologizmusok általános definiálásának egyik kritériuma, hogy a nyelvi egység több szóból áll, és sok kutató el is utasítja azon szókapcsolatok frazeologizmusként történő értékelését, amelyek nem tesznek eleget ennek az elvárásnak (vö. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Fleischer 1997, Keréjkjártó 2000, Donalies 2009 stb.), a vizsgált korpuszban találtam a szaknyelvi frazeologizmusok esetén (is) egy szóból álló kifejezéseket (Einwortphraseologismen, vö. Duhme 1991). Ezért az általam elfogadott eredeti definíciót módosítottam és az egy szóból álló kifejezéseket is frazeologizmusként kezeltem.

Ezek a szóösszetételek idiomatikus jelleggel bírnak és egykor több szóból álltak, de mára már összetett szavakká zsugorodtak.

A korpusz vizsgálata során 6 egyszavas szaknyelvi frazeologizmust azonosítottam:

- Kurseinbruch (der Kurs bricht ein) – árfolyam visszaesés,
- Börsenbarometer – a tőzsdei befektetési kedvet jelző adat,
- Briefkastenfirmen – csak egy postaládát üzemeltető cégek,
- Dividendenausschüttung (Dividende ausschütten) – osztalék kiosztás,
- Firmengründer (eine Firma gründen) – cégalapító,

- Marktbeherrschung (den Markt beherrschen) – piac uralma.

A vizsgált anyagban kimutatott 0,32 %-os arány (185 frazeologizmusból 6 egyszavas) bár nem tekinthető magasnak, azonban a szakmai nyelv oktatása során ezekre a frazeologizmusokra is mindenképpen figyelmet kell fordítani.

A szakmai idegen nyelvi órákon az autentikus szövegek feldolgozása során előforduló egyszavas szaknyelvi frazeologizmusokat célszerű az oktatók segítségével kigyűjteni, akár egy külön e szókapcsolatokat tartalmazó adatbázist létrehozni, ahova az eredeti több szóból álló szókapcsolatok, példamondatok és a magyar nyelvű jelentések is felkerülnek. Így a hallgatók a cikkekben ismételten jelentkező gazdasági frazeologizmusokat kikereshetik a listából, azt saját maguk tovább bővíthetik, tárgyköröket hozhatnak létre, a szókapcsolatok megtanulásához az adatbankot segítségül hívhatják.

A német szaksajtóban előforduló gazdasági frazeologizmusok vizsgálata során rejtetten szaknyelvi frazémákat is azonosítottam. Ezeknél a gazdasági szaknyelvi tartalom csak a szöveggörnyezet következtében (implicit módon) válik gazdaságivá (pl. (Markt-)Präsenz steigern – (piaci) jelenlétét növeli, das (Konjunktur)Barometer fällt – a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat, einen (BIP-)Anstieg anpeilen: (GDP) emelkedést / növekedést céloz meg).

Ezen rejtett szaknyelvi frazémák jellemzői a következők:

- a gazdasági jelentésű elem csak implicit van jelen,
- a szöveggörnyezet segítségével egyértelműen meghatározható a rejtett alkotórész,
- a szókapcsolat az implicit taggal együtt válik gazdasági frazeologizmussá.

A szaknyelvi frazeologizmusokon belül a dolgozat a gazdasági frazeologizmusokkal foglalkozik. Ezek alatt azokat a kifejezéseket értem, melyek jelentése tipikusan gazdasági tevékenységekkel hozható összefüggésbe, illetve a főnévi-tag terminologizált. A definiálásnál lényeges szempont, hogy számos frazeologizmus a szakmai (gazdasági) szöveggörnyezet következtében válik gazdaságivá (vö. Duhme 1991). A vizsgált 31266 össz-szószerű, 81 cikkből álló korpuszban összesen 621 frazeologizmust gyűjtöttem össze. A szövegekben fellelhető 621 frazeologizmusból 214 tekinthető gazdasági frazeologizmusnak, amelyek között 185 különböző báziskomponenst azonosítottam. Ez 34,4%-nak felel meg, ami cikkenként átlagban 3 (2,9) gazdasági szókapcsolatot jelent.

Ezen eredményekre alapozva egyértelmű, hogy a gazdasági frazeologizmusok elengedhetetlen részét kell, hogy képezzék a gazdasági idegen nyelv oktatásának. Hisz bár a frazeodidaktika kialakulása a 20. század végére nyúlik vissza, azonban a mai napig sem szentelnek neki kellő figyelmet az idegen nyelvek oktatása során. A tankönyvek és az oktatási anyagok egyik nagy hiányosságaként értékelhető a frazeológiai kifejezések csekély mértékű említése.

Az empirikus kutatásban, a WirtschaftsBlatt, a DER STANDARD, a Neue Zürcher Zeitung, a Frankfurter Allgemeine Zeitung, a DIE WELT és a WirtschaftsWoche gazdasági lapok online verziójának cikkeiből nyert gazdasági frazeologizmusok szemantikai szempontok alapján történő osztályozáskor elsősorban az idiomatikus jelleg volt a vizsgálat tárgya, ami a leggyakrabban említett kritérium a frazeologizmusok elhatárolásánál. A vizsgált szövegekben nem fordult elő teljesen idiomatikus kifejezés, és a nem idiomatikus kifejezésekre is csupán néhány példát hozott a vizsgált anyag. Ugyanakkor részleges idiómákban, illetve frazeológiai terminusokban, mint idiomatikus kifejezésekben az elemzett cikkek igen gazdagok voltak.

A szemantikai megközelítésnél különböző gazdasági szegmensekhez kapcsolódó összetevők, a tőzsde, a makro pénzügyek, a vállalati mechanizmusok, folyamatok, illetve az általános gazdasági folyamatok körébe tartozó szókapcsolatok kristályosodtak ki. A legtöbb frazeologizmus (79) a vállalati mechanizmusok, folyamatok csoporthoz, míg a legkevesebb (25) a tőzsde témához kapcsolódott. A makro pénzügyek (39) és az általános gazdasági folyamatok (42) szegmensek számadatai nagyjából megegyeznek. A szemantikai nézőpontból történt elemzés megmutatta, hogy a gazdasági életben fontos események, a gazdasági alanyokhoz kapcsolódó kifejezések voltak jelen többségben a vizsgált korpuszban.

A korpusz morfológiai vizsgálatakor megállapítottam, hogy az elemzett gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok körében főnévi (16 db), illetve igei frazeologizmusok (169) vannak jelen, ezen belül az ige + főnév alcsoport igen magas számmal (117) szerepelt. A vizsgált korpusz elemzése megmutatta, hogy minden cikkben minimum egy ($117/81=1,44$) funkciói-gés szerkezet szerepel. Ez azt mutatja, hogy a gazdasági szaknyelvi órákon első sorban az ezen összetevőkből álló frazeologizmusok oktatása javasolt. Fontos szempont, hogy a funkciói-gés szerkezetek területe egyre nagyobb jelentőséget kap, ami főként a szaknyelvi terminológia terjedésének köszönhető.

A hallgatók körében elvégzett empirikus kutatás, mely az előzőekben kigyűjtött gazdasági frazeologizmusokon alapult, elsődleges célja a gazdasági frazeologizmusokkal kapcsolatos ismeretek feltérképezése volt. A felmérés arra irányult, hogy milyen jellemzőkkel

bíró frazeologizmusok okozzák a legnagyobb nehézséget az értésben, illetve a produktív nyelvhasználatban, és a feltárt nehézségek alapján milyen típusú előfordulásokat kell az oktatás során kiemelt hangsúllyal gyakoroltatni, a magasabb nyelvtudásszint elérése érdekében. A feladatokban keresett szóösszetételek többsége funkcióiágés szerkezet. (A választást a gazdasági szaknyelvi újságcikkekben fellelhető igei frazeologizmusok gyakorisága támasztja alá (621 frazeologizmusból 214 gazdasági, ebből 117 a funkcióiágés szerkezet ld. 3. fejezet)).

A tesztek gyenge eredményei alapján kijelenthető, hogy a hallgatók nem rendelkeznek megfelelő ismeretekkel a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusok terén. Az összes válaszadó 74,2%-a (121 fő) nem érte el a megszerezhető 60 pont 50%-át sem. A legmagasabb, 50-60 pont közötti sávba csupán három eredmény tartozott (ld. 10.sz. diagram).

Az általam felállított, a hallgatói kérdőív eredményeivel kapcsolatos, alább ismertetett hipotézisek beigazolódtak.

Az egybefüggő német nyelvű szöveg megértése és kiegészítése során volt a legmagasabb a hibaszázalék (ld. I.a. feladat). A feladat első sorban az olvasott szöveg értésének készségét mérte. A hallgatók receptív készsége az alacsony eredményt tekintve mindenképpen fejlesztést igényel. Az olvasásértés fejlettsége / fejletlensége nagymértékben befolyásolja a tananyag elsajátítását, az új kifejezések megtanulását és ezáltal az önálló szövegalkotást is.

A legjobb eredményt a magyar nyelvű frazeologizmusok megadásakor érték el a hallgatók (ld. II. feladat). A produktív feladat során német nyelvű frazeologizmusok magyar nyelvű megfelelőinek megadása volt a cél. Ez okozta a legkevesebb problémát a válaszadóknak, ami a fejlettebb passzív szókincsüknek tudható be. Ugyanis minél több szót tud egy diák passzívan, annál többet fog aktívan alkalmazni.

A német nyelvű kifejezések német nyelvű magyarázatainak összepárosítása nehézségekbe ütközött a hallgatók körében (ld. III. feladat). A német frazeologizmusokhoz kellett szinonim értelmű német kifejezéseket rendelni. Éppen ebben rejlett a feladat nehézsége is, mivel nemcsak a frazeologizmusokat kellett megérteni a hallgatóknak, hanem a szinonim megfelelőket is. Így amennyiben számukra ismeretlen szavakkal találkoztak valamelyik oldalon, akkor ahhoz a párt sem tudták megtalálni. Éppen ezért elengedhetetlen, hogy a szaknyelvi órákon, az egyes kifejezések megtanítása / megtanulása során a tanár szinonim szóösszetételekkel is megismertesse a hallgatókat, hogy kommunikációjuk választékosabb, szókincsük gazdagabb legyen.

A funkcióigés szerkezetek esetén problémát okozott a megfelelő igei tag kiválasztása (ld. IV. feladat). Ennél a feladatnál a passzív szókinccset mértem, a hallgatóknak nem maguktól kellett a hiányzó igei tagot beírni, hanem a felkínált lehetőségek közül kellett azt kiválasztani. Az eredmények tükrében elmondható, hogy az elsődleges nehézséget az adott szerkezetek hiányos vagy nem meglévő ismerete jelentette.

A következtetést a fentiekből levonva elmondható, hogy a gazdasági szaknyelvi órákon a receptív készségeken belül nagy hangsúlyt kell fektetni az olvasott szöveg értés készségének fejlesztésére autentikus gazdasági újságcikkek segítségével is, mivel a receptív készségek közvetetten a produktív készségeket is fejlesztik.

Fontos tehát, hogy a szaknyelvi órákon ne csak az egyes idegen nyelvű szaknyelvi frazeologizmusok magyar nyelvű megfelelőjét adjuk meg, hanem azokat mindig egy gazdasági témájú szövegbe ágyazva tanítsuk meg. Ugyanakkor a frazeologizmusok értelmezési és használati nehézségei akkor a legkisebbek, ha a német frazeologizmusnak van olyan magyar frazeologizmus megfelelője, amelynek struktúrája megegyezik a német nyelviével. Éppen ezért a szaknyelvoktatás során feltétlenül utalni kell ezekre a megfelelésekre.

A szaknyelvoktatók feladata, hogy a gazdasági frazeologizmusokkal ne csak akkor foglalkozzanak, amikor azok a szövegek olvasása során előfordulnak, hanem az egyes szakkifejezések mellé szinonimaként vagy antonimaként, kiegészítésként, azok alternatívájaként mutassák be őket a hallgatóknak. Az adott szakmai témák feldolgozása közben javaslom szó- és kifejezésgyűjtemények létrehozását, a hallgatók által (is) online lapokból, a témához kapcsolódó cikkek összegyűjtését, melyek a szókapcsolatok különböző szövegekörnyezetben előforduló eltérő jelentését, fordítási lehetőségeit hivatottak alátámasztani.

6.2. Kitekintés

Az értekezés elsősorban a gazdasági frazeologizmusok területén belül, azok szaknyelvi órákon történő oktatásával kapcsolatos gyakorlati hasznosíthatóság számára bír nagy jelentőséggel, ugyanakkor fontos adalékokat szolgáltat a magyar és a nemzetközi alkalmazott nyelvtudomány számára is.

A magyar alkalmazott nyelvtudomány számára főként abban áll a disszertáció jelentősége, hogy egy, a frazeológia kutatás eddig nem kutatott területére, a gazdasági

frazeologizmusokra helyezi a hangsúlyt. Ugyanakkor rávilágít a frazeodidaktika jelenlegi hiányosságaira, és javaslatokat fogalmazott meg a gazdasági nyelvoktatás során alkalmazható oktatástechnikai módszerekre a gazdasági frazeologizmusok vonatkozásában.

Nemzetközi viszonylatban is újszerű a kutatás, mivel elsőként vizsgálta kontrasztív megközelítésben a gazdasági szaknyelvi frazeologizmusokat. A vizsgálat a sajtóban használt gazdasági szaknyelvre korlátozódott, azonban szükség lenne arra, hogy egyéb területekre is kiterjesszük a kutatásokat.

A dolgozat empirikus kutatásai hat német nyelvű gazdasági újság online verziójából gyűjtött korpuszt vizsgáltak. Érdekes eredményeket hozhat a kutatás nagyobb mintára történő kiterjesztése, több gazdasági lap bevonása. A kibővített korpusz segítségével általánosítható állításokat lehetne megfogalmazni.

Ugyancsak megfontolás tárgyát képezheti egy nagyobb hallgatói létszámot vizsgáló kutatás elvégzése. A különböző felsőoktatási intézményekben eltérő hangsúlyt fektetnek a gazdasági szaknyelv oktatására, ami alapján feltehetőleg az eredmények is máshogy alakulnának. Izgalmas értékeket kaphatunk nem gazdasági felsőoktatásban idegen nyelvet tanulók vizsgálata során, akik a gazdasági szaknyelvet választható tárgyként hallgatják. A nagyobb reprezentatív mintán elvégzett kvalitatív és kvantitatív módszerekkel végzett kutatások további lényeges adatokkal szolgálhatnak.

A gazdasági szaknyelvet tanulók és tanítók egyértelműen profitálhatnának egy, a kapott eredmények alapján létre hozott szaknyelvi frazeológiai online-adatbázisból, amely a gazdasági frazeologizmusokat szemantikai, és/vagy morfológiai szempontok szerint csoportosítja, és amelyhez a gazdasági szaknyelvet tanulók vagy az iránt érdeklődők hozzáférhetnek.

7. Német nyelvű összefoglaló

Die Dissertation untersucht die Phraseologismen im Allgemeinen und die Phraseologismen der Wirtschaftsspresse.

Die Arbeit besteht aus drei großen Teilen. Der erste beinhaltet die Theorie, der zweite bezieht sich auf die empirische Untersuchung von der Wirtschaftsspresse, während sich der dritte Teil mit dem Fachsprachenunterricht beschäftigt.

Im ersten Kapitel geht es um die Phraseologismen. Hier wurden die Vielfältigkeit der Bezeichnungen, die Phraseologie als Disziplin und die Forschungsgeschichte der phraseologischen Einheiten vorgestellt. Außerdem habe ich die Funktionen, die Gruppierung, und die wichtigsten Merkmale (Polilexikalität, Stabilität, Idiomatizität) der Phraseologismen näher behandelt.

Das zweite Kapitel der Dissertation beschreibt die Fachsprachen, vor allem die Wirtschaftssprache. Zuerst habe ich die Fachsprache definiert, dann gab ich einen Überblick über ihre Charakteristika und über ihre Stellung in der Allgemeinsprache. Nach der Vorstellung der horizontalen und vertikalen Gliederung der Fachsprachen habe ich die Wirtschaftssprache unter die Lupe genommen, indem ich die Forschung, die Bestimmung, die horizontale und vertikale Gliederung und die Rolle der Wirtschaftssprache in der Wirtschaftsspresse beschrieben habe.

Das vierte Kapitel behandelt die empirische Untersuchung, die ich aufgrund der Wirtschaftsartikel der Online-Ausgaben von WirtschaftsBlatt, DER STANDARD, Neue Zürcher Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, DIE WELT und WirtschaftsWoche durchgeführt habe. In den untersuchten Artikeln habe ich zuerst die Phraseologismen gesammelt, dann die Wirtschaftssphraseologismen identifiziert und systematisch geordnet. Diese wurden anschließend in semantischer und morphologischer Hinsicht analysiert.

Im vierten Kapitel geht es um die Ergebnisse der empirischen Untersuchung, die ich unter 200 Studenten durchgeführt habe, die Deutsch als Wirtschaftssprache lernen. Der aus 60 items bestehende Test (insgesamt 6 Aufgaben) enthielt 40, im dritten Kapitel identifizierte Phraseologismen (je 10 Einheiten pro Aufgabe) und in zwei Aufgaben hatten die Studenten Leseverstehensaufgaben mit authentischen Zeitungsartikeln zu lösen. Das Ziel der

Untersuchung war, herauszufinden, welche Phraseologismen den Studenten die meisten Schwierigkeiten bereiten.

Das fünfte Kapitel der Dissertation handelt von der Phraseodidaktik. Die Entstehung des verhältnismäßig neuen Wissensgebietes erstreckt sich auf das 20. Jahrhundert, aber bis heute wird ihm im Fremdsprachenunterricht nicht genügend Aufmerksamkeit geschenkt. In dem Abschnitt habe die ursprünglich drei Schritte des Erlernens der Phraseologismen beschrieben, die inzwischen um einen vierten Schritt ergänzt wurden. Diese Schritte sind 1. das Erkennen der Phraseologismen 2. das Entschlüsseln der Bedeutung der Phraseologismen 3. die Stabilisierung der Kenntnisse in Bezug auf die Phraseologismen 4. die aktive Anwendung der Phraseologismen (vgl. Peter Kühn 1992). Außerdem behandelt das Kapitel noch das Timing beim Lehren von Phraseologismen und die Auswahl der zu unterrichtenden Phraseologismen.

Was die Theorie betrifft, habe ich feststellen müssen, dass sich die deutschen Wirtschaftspraseologismen nicht in jeder Hinsicht, in die Kategorien der allgemeinsprachlichen Phraseologismen einordnen lassen. Von den im ersten Kapitel vorgestellten Typen der Phraseologismen habe ich keine Beispiele gefunden für

- Sprichwörter (z. B. Wer anderen eine Grube gräbt, fällt selbst hinein.),
- Komparative Phraseologismen (z. B. weiß wie Schnee),
- Klischees (z. B. Was man hat, das hat man),
- Zwillingsformeln (z. B. still und leise),
- feste Phrasen (z. B. Das schlägt dem Fass den Boden aus) und
- geflügelte Worte (z. B. Sein oder Nichtsein, das ist hier die Frage. Shakespeare: Hamlet).

Es gab aber

- Funktionsverbgefüge (z. B. Dividende ausschütten),
- Kollokationen (z. B. soziales Netz),
- Onymische Phraseologismen (z. B. Wall Street für die amerikanische Börse) und
- phraseologische Termini (z. B. spitzer Winkel).

Die Untersuchung der Fachsprachen hat gezeigt, dass die sozialen Veränderungen der letzten Jahrzehnte eine intensive Forschung in Bezug auf ihre Rolle und Anwendung in der Gesellschaft nötig machten.

Um die Sprache eines Fachgebietes analysieren zu können, braucht der Wissenschaftler nicht nur linguistische Kenntnisse, sondern er soll auch über gewisse Fachkenntnisse auf dem untersuchten Gebiet verfügen, da die Fachliteratur über Fachsprachen immer auf interdisziplinärer Basis beruht.

Die Grundlage der Untersuchungen bei der wirtschaftlichen Fachsprache bilden die Fachtexte. Die Wirtschaftssprache der Journalisten kann aufgrund der Zeitungsartikel mit wirtschaftlichem Charakter untersucht werden. Das geschriebene Medium ist die spezielle Bühne der Kommunikation, wo der Leser als Rezipient, der Verfasser als Sender erscheinen. Diese eigenartige Kommunikation setzt beiderseitige Hintergrundkenntnisse und kulturelles Wissen voraus. Nur wenn beide gleichzeitig vorhanden sind, ist die entsprechende Interpretation der Aussagen (ggf. die der Wirtschaftsnachricht) gewährleistet. Die Merkmale der Wirtschaftspresse können folgenderweise zusammengefasst werden:

- der Journalist spricht ein breites, fachlich weniger geschultes Publikum an,
- es kommt oft zu Redundanzen (z. B. das Hauptthema des Artikels wird schon im Titel erwähnt, und später im Artikel wiederholt),
- die Ausdrucksweise ist weniger abstrakt, als bei den wissenschaftlichen Fachtexten.

Die Presse repräsentiert den aktuellen Sprachgebrauch, deshalb wird dieses Medium für wissenschaftliche Untersuchungen gewählt (vgl. Szathmári 1994, Tolcsvai Nagy 1996, Lüger 1995, Schneeweiß 2000, Ablonczyné 2006). Für die Sprache in der Presse ist Folgendes charakteristisch:

- Benutzung fachsprachlicher Wendungen (z. B. Nachfragepull, Stagnation),
- häufiges Vorkommen von Phraseologismen (z. B. Laden betreiben, Geld verdienen),
- Neologismen (z. B. Selfmade-Milliardärin, Talkmeister),
- Vielzahl von Fremdwörtern (vor allem aus dem Englischen) (z. B. Trainee, Comeback),
- Verwendung von Abkürzungen (z. B. KITAS- Kindergärten, IAA- Internationale Automobil Ausstellung)
- Gebrauch von Präfixen (z. B. Cyberkriminelle, hochbelastet),
- Benutzung von zusammengesetzten Wörtern (z. B. Spitzenverdiener, sicherheitstechnisch),
- Vorkommen von Bedeutungsveränderungen (z. B. hochgezüchtete Sportwagen, Billigkönig).

Das Korpus der empirischen Untersuchungen bildeten die Wirtschaftsartikel der Online-Ausgaben von WirtschaftsBlatt, DER STANDARD, Neue Zürcher Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, DIE WELT und WirtschaftsWoche. Nach der Analyse konnte ich folgende Schlussfolgerungen ziehen:

Obwohl die Mehrgliedrigkeit als eines der wichtigsten Kriterien bei der Bestimmung von Phraseologismen gilt, und viele Wissenschaftler die Phraseologismen, die aus einem Wort bestehen als solche nicht akzeptieren (vgl. Burger/Buhofer/Sialm 1982, Fleischer 1997, Kerékjártó 2000, Donalies 2009), habe ich in den untersuchten Artikeln auch unter den fachsprachlichen Phraseologismen Einwortphraseologismen (vgl. Duhme 1991) identifizieren können.

Darum habe ich meine ursprüngliche Definition in Bezug auf die Phraseologismen modifiziert und auch die Einwortphraseologismen in Betracht gezogen.

Diese Zusammensetzungen sind idiomatisch und bestanden früher aus mehreren Wörtern, aber heute existieren sie nur noch als zusammengesetzte Wörter.

Bei der Untersuchung des Korpus habe ich sechs fachsprachliche Einwortphraseologismen ausfindig machen können:

- Kurseinbruch,
- Börsenbarometer,
- Briefkastenfirmen,
- Dividendenausschüttung,
- Firmengründer,
- Marktbeherrschung.

Obwohl der Anteil von 0,32% (von 185 Phraseologismen gab es insgesamt nur 6 Einwortphraseologismen) nicht als hoch angesehen werden kann, zeugt diese Zahl davon, dass man bei dem Fremdsprachenunterricht für Wirtschaftssprache auch auf diese Phraseologismen Wert legen muss.

In den Sprachstunden für Wirtschaftssprache werden authentische Texte behandelt, aus denen die Einwortphraseologismen mithilfe der Lehrer gesammelt werden können. Die Studenten können eine für die deutschsprachigen Phraseologismen vorgesehene Datenbank errichten und sowohl die Einwortphraseologismen, als auch die ursprünglichen Mehrwortverbindungen, Beispielsätze und die ungarischen Entsprechungen bzw.

Bedeutungen aufschreiben. So können die öfter vorkommenden wirtschaftlichen Phraseologismen aus der Liste herausgesucht und gelernt werden. Die Studenten können ihre Datenbank erweitern und vielleicht auch Sachgruppen erstellen und die Wörtersammlung beim Erlernen der Wortverbindungen zu Hilfe rufen.

Bei der Untersuchung der in der deutschen Presse vorgefundenen Wirtschaftsphraseologismen habe ich auch sog. versteckt fachsprachliche Phraseologismen identifiziert. Hierbei wird der fachsprachliche Inhalt nur durch den Kontext (implizit) wirtschaftlich z. B. (Markt-)Präsenz steigern, das (Konjunktur)Barometer fällt, einen (BIP-)Anstieg anpeilen.

Die Merkmale dieser Phraseologismen sind die Folgenden:

- die wirtschaftliche Bedeutung ist nur implizit vorhanden,
- mithilfe des Kontextes kann der versteckte Bestandteil eindeutig bestimmt werden,
- die Zusammensetzung wird mit dem impliziten Teil zu einem Wirtschaftsphraseologismus.

Unter den fachsprachlichen Phraseologismen behandelt die Arbeit die Wirtschaftsphraseologismen. Darunter verstehe ich die Ausdrücke, deren Bedeutung mit einer wirtschaftlichen Tätigkeit in Zusammenhang gebracht werden kann und deren substantivischer Teil terminologisiert ist (vgl. Duhme 1991). Bei der Definition spielt es eine sehr wichtige Rolle, dass viele Phraseologismen im fachlichen (wirtschaftlichen) Kontext zu Wirtschaftsphraseologismen werden. Bei dem untersuchten Korpus (31266 Wörter, 81 Artikel) wurden insgesamt 621 Phraseologismen gesammelt. Von diesen 621 Phraseologismen kann man 214 als Wirtschaftsphraseologismen bezeichnen, unter denen ich 185 verschiedene Basiskomponenten ausfindig machen konnte. Dies entspricht einem Anteil von 34,4%, was bei den 81 analysierten Artikeln durchschnittlich 3 wirtschaftliche Wortverbindungen pro Artikel bedeutet.

Anhand dieser Ergebnisse ist eindeutig zu sehen, dass die Wirtschaftsphraseologismen als unerlässliche Elemente des Fachsprachenunterrichts für Wirtschaftssprache betrachtet werden müssen. Obwohl die Anfänge der Phraseodidaktik bis zum Ende des 20. Jahrhunderts zurückgehen, wird ihr bei dem Fremdsprachenunterricht auch bis heute nicht genügend Aufmerksamkeit geschenkt. Eine der Mangelhaftigkeiten der Lehrbücher und der

Lehrmaterialien ist die noch immer geringfügige Behandlung der phraseologischen Ausdrücke.

Bei der empirischen Untersuchung wurden die Wirtschaftsphraseologismen aus den Wirtschaftsartikeln der Online- Ausgaben von WirtschaftsBlatt, DER STANDARD, Neue Zürcher Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, DIE WELT und WirtschaftsWoche u. a. in semantischer Hinsicht analysiert. Hierbei spielt die Idiomazität, das am häufigsten genannte Kriterium bei der Abgrenzung der Phraseologismen, eine wichtige Rolle.

In den bearbeiteten Texten kamen keine vollidiomatischen Wendungen vor, und für die nichtidiomatischen Phraseologismen gab es auch nur wenige Beispiele. Gleichzeitig waren aber die Texte sehr reich an teilidiomatischen Wendungen und an phraseologischen Termini.

In semantischer Hinsicht haben sich Wortverbindungen herauskristallisiert, die in den verschiedenen Wirtschaftssegmenten, wie die Börse, die Makro-Finanzen, die Mechanismen und Prozesse der Unternehmen und allgemeine Wirtschaftstätigkeiten zu finden sind.

Die meisten Phraseologismen (79) konnte ich bei der Gruppe der Mechanismen und Prozesse der Unternehmen und die wenigsten bei der der Börse (25) ermitteln können. Bei den Zahlen der anderen zwei Segmente gab es keine großen Unterschiede (Makro-Finanzen 39, allgemeine Wirtschaftstätigkeiten 42).

Die in semantischer Hinsicht unternommene Untersuchung zeigte, dass die meisten phraseologischen Ausdrücke mit den wichtigsten wirtschaftlichen Vorgängen und mit den Wirtschaftssubjekten in Verbindung sind.

Bei der morphologischen Analyse habe ich festgestellt, dass es sich bei den untersuchten Wirtschaftsphraseologismen um 16 substantivische und 169 verbale Phraseologismen handelt, und in der letzteren Gruppe gab es überwiegend Zusammensetzungen in Form von Verb+Substantiv. Es hat sich ergeben, dass in jedem Artikel mindestens ein Funktionsverbgefüge ($117/81=1,44$) vorkommt. Das spricht dafür, dass die Lehrer im Fachsprachenunterricht für Wirtschaftssprache vor allem diese Wortverbindungen behandeln sollen. Ein zusätzlicher wichtiger Aspekt dabei ist, dass die Funktionsverbgefüge immer mehr an Bedeutung gewinnen, was vor allem der Verbreitung der fachsprachlichen Terminologie zu verdanken ist.

Das Ziel der empirischen Untersuchung unter den Studenten war, ihre phraseologischen Kenntnisse zu erschließen. Der Fragebogen beruht auf den vorher gesammelten Phraseologismen und sollte herausfinden, welche typischen Phraseologismen

den Studenten die größten Schwierigkeiten beim Verstehen bzw. bei dem produktiven Sprachgebrauch bereiten, und auf welche Wortverbindungen im Fachsprachenunterricht der größte Akzent gelegt werden muss.

Bei den Aufgaben waren die meistgesuchten Ausdrücke Funktionsverbgefüge. Die Wahl wird mit der hohen Zahl der verbalen Phraseologismen begründet, da es von den insgesamt 621 Phraseologismen 214 Wirtschaftsphraseologismen und davon 117 Funktionsverbgefüge gab (vgl. Kapitel 3).

Angesichts der schwachen Ergebnisse der Studenten kann man feststellen, dass sie über keine zufriedenstellenden Kenntnisse im Bereich der Wirtschaftsphraseologismen verfügen. 74,2% der Befragten (121 Personen) haben nicht einmal 50% der erreichbaren 60 Punkte erhalten. In die Kategorie mit den höchsten Punktzahlen (50-60 Punkte) gehörten nur drei Studenten.

Die von mir aufgestellten Hypothesen in Bezug auf die Studenten-Ergebnisse haben sich wie folgt bestätigt.

Der niedrigste Prozentpunkt wurde beim Verstehen und Ausfüllen des zusammenhängenden Lückentextes erreicht (s. I.a. Aufgabe⁴⁷). Durch die Aufgabe wurde vor allem die Lesekompetenz gemessen. Die rezeptive Fähigkeit der Studenten soll angesichts der schlechten Ergebnisse gefördert werden. Die Entwicklung / Unterentwicklung des Leseverstehens beeinflusst in großem Maße die Aneignung des Lehrstoffes, das Erlernen der neuen Ausdrücke und dadurch auch die selbstständige Texterzeugung.

Das beste Ergebnis wurde bei dem Angeben von ungarischen Phraseologismen erzielt (s. II. Aufgabe⁴⁸). Bei dieser produktiven Aufgabe mussten die Studenten zu zehn deutschen Phraseologismen die ungarischen Entsprechungen von sich selbst hinschreiben. Diese Aufgabe machte den Studenten die wenigsten Schwierigkeiten, was vor allem ihrem passiven Wortschatz zu verdanken war. Je mehr Wörter ein Student passiv kennt, desto mehr wird er davon auch aktiv benutzen.

Die Zuordnung der deutschen Ausdrücke zu den ungarischen Entsprechungen hat bei den Studenten auf Schwierigkeiten gestoßen (s. III. Aufgabe⁴⁹). Den deutschen Phraseologismen mussten die Befragten deutsche Synonyme hinzufügen. Schwierig war hier für die Studenten,

⁴⁷ I.a. Ergänzen Sie den Text mit den Ausdrücken aus dem Kasten.

⁴⁸ II. Was bedeuten die unterstrichenen Ausdrücke? Schreiben Sie die ungarischen phraseologischen Entsprechungen hinzu!

⁴⁹ III. Ordnen Sie den Wendungen die passenden Bedeutungserklärungen zu!

dass sie nicht nur die Phraseologismen haben verstehen müssen, sondern auch ihre Synonyme. Wenn die Studenten unbekanntem Wörtern begegnet sind, dann konnten sie dazu auch das Äquivalent nicht finden. Aus diesem Grund ist es unerlässlich, dass beim Erlernen / Lehren von neuen Fachwörtern auch einige Synonyme gesammelt werden, damit die Kommunikation gewählter und der Fachwortschatz reicher wird.

Bei den Funktionsverbgefügen hatten die Studenten mit der Auswahl der passenden Verbteile Probleme (s. IV. Aufgabe⁵⁰). Bei dieser Aufgabe wurde der passive Wortschatz gemessen, die Studenten mussten das fehlende Verb nicht von sich selbst hinschreiben, sondern von den angegebenen auswählen. Anhand der Ergebnisse konnte festgestellt werden, dass die schwachen Punktzahlen auf die fehlenden oder unzureichenden Kenntnisse zurückgeführt werden.

Nach der Untersuchung konnte ich folgende Schlussfolgerungen ziehen. Im Fachsprachenunterricht für Wirtschaftssprache muss auf die Förderung der Lesekompetenz mithilfe authentischer Wirtschaftsartikel großer Wert gelegt werden, da die rezeptiven Fähigkeiten indirekt auch die produktiven Fähigkeiten entwickeln.

Es ist von größter Wichtigkeit, dass im Fachsprachenunterricht nicht nur die ungarischen Entsprechungen (Übersetzungen) angegeben, sondern auch in einem wirtschaftlichen Kontext eingebettet gelehrt werden sollen. Gleichzeitig gibt es Verstehens- und Verwendungsprobleme am wenigsten, wenn die deutschen Phraseologismen solche ungarischen Entsprechungen haben, deren Strukturen mit denen der deutschen übereinstimmen. Aus diesem Grund muss auf diese Parallele hingewiesen werden.

Die Aufgabe des Fachsprachenunterrichts ist, dass er die Phraseologismen nicht nur dann behandelt, wenn diese beim Lesen eines Textes auftauchen, sondern auch beim Lehren verschiedener Fachausdrücke werden sie den Studenten als Synonyme oder Antonyme, als Ergänzung oder als Alternative vorgestellt. Bei der Behandlung von verschiedenen Fachthemen empfehle ich deswegen die Erstellung von Wörter- und Ausdrucksammlungen (auch von den Studenten selbst gefertigt), das Sammeln von Zeitungsartikeln in ähnlichen Themen, um die Bedeutungen und Übersetzungsmöglichkeiten der Wortverbindungen in unterschiedlichen Kontexten darstellen zu können.

⁵⁰ IV. Ergänzen Sie die Wendungen mit den angegebenen Verben!

8. Irodalom

- ABLONCZYNÉ MIHÁLYKA LÍVIA (2006) Gazdaság és nyelv. Lexikográfia Kiadó, Pécs.
- ANDRÁSFALVY BERTALAN (et al.) (1982) Magyar Néprajz. V. Magyar Népköltészet. Educatio Társadalmi Szolgáltató Nonprofit Kft., Budapest.
<http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tkt/magyar-neprajz-magyar/ch30.html> Letöltés 2014-07-27
- AGUADO, KARIN (2002) Formelhafte Sequenzen und ihre Funktionen für den L2-Erwerb. Zeitschrift für Angewandte Linguistik 37: 24-49. http://userpages.uni-koblenz.de/~diekmann/zfal/zfalarchiv/zfal37_2.pdf. Letöltés: 2015-07-28
- BALÁZS GÉZA (2000) A média nyelvi normája. Magyar Nyelvőr 124. évf. 10. sz. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1241/124102.htm> Letöltés 2013-10-12
- BALÁZS GÉZA (2004) A magyar frazémák szövegtipológiája. VII. Nemzetközi Magyar Nyelvtudományi Kongresszus. A magyar nyelv kutatása. Budapest, 2004.08.29-31.
www.nytud.hu/NMNyK/eloadas/balazsgeza.rtf Letöltés 2014-03-18
- BALÁZS GÉZA (2005) A szállóige születése. NAPÚT 2005/5.
http://www.napkut.hu/naput_2005/2005_05/039.htm
- BALÁZS GÉZA (2007) Mai szólások. NAPÚT 2007/2. 106-112.
http://www.napkut.hu/naput_2007/2007_02/106.htm Letöltés: 2014-08-06
- BALÁZS GÉZA (2014) A szakmai nyelvhasználat múltja, jelene. És jövője? In: Veszelszki Ágnes – Lengyel Klára (szerk.) Tudomány, Technolektus, Terminológia. A tudományok és szakmák nyelve. Budapest: Éghajlat Könyvkiadó. pp. 19-27.
- BAŃCZEROWSKI JANUSZ (2003) A szaknyelvek szerepe a civilizációs fejlődésben. Magyar Nyelvőr 277–82. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1273/127302.pdf> Letöltés 2014-07-07
- BAŃCZEROWSKI JANUSZ (2004) A szaknyelvek és a szaknyelvi szövegek egyes sajátosságairól. Magyar Nyelvőr 446–52. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1284/128406.pdf> Letöltés 2014-07-07
- BAŃCZEROWSKI JANUSZ (2012) A frazeológia, mint az emberi világkép tükröződése. Magyar Nyelvőr. 136. évf. 4. sz. <http://www.c3.hu/~nyelvor/period/1364/136411.pdf> Letöltés 2014-07-24
- BANG, KYUNG-WON (1999) Zur linguistischen Beschreibung des Lageberichts von Unternehmen. Untersuchung zur Konstitution einer Fachtextsorte. Dissertation zur Erlangung des philosophischen Doktorgrades an der Philosophischen Fakultät an der Georg August

Universität zu Göttingen. http://ediss.uni-goettingen.de/bitstream/handle/11858/00-1735-0000-0022-5D423/bang_re.pdf?sequence=1. Letöltés: 2014.09.10.

BÁCSKAI ANNA DR., MARKÓNÉ – GHICZY ERZSÉBET – GOROVE LÁSZLÓNÉ – LENKEI ERNŐNÉ (1990) Deutsch für Ungarn 1-2. Széchenyi Kiadó Kft. Budapest.

BÁRDOSI VILMOS (2009) Magyar szólások, közmondások értelmező és fogalomköri szótára. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

BÁRDOSI VILMOS (2011) A frazeográfia néhány aktuális kérdése.

http://mta.hu/data/cikk/12/90/70/cikk_129070/Bardosi_A_frazeografia_nehany_aktualis_kerdese_2011_11_14.pdf Letöltés 2014-07-23

BÁRDOSI VILMOS (2015) Szólások, közmondások eredete – Frazeológiai etimológiai szótár. A magyar nyelv kézikönyvei sorozat 27. Tinta Könyvkiadó Kft, Budapest.

BENEŠ, EDUARD (1966) Syntaktische Besonderheiten der deutschen wissenschaftlichen Fachsprachen. Deutsch als Fremdsprache 3/3. 26-36. http://zs.thulb.uni-jena.de/rsc/viewer/jportal_derivate_00231419/daf_1966-3_028.tif Letöltés dátuma 2014-07-21

BENKŐ LORÁND (1988) Irodalmi nyelv – köznyelv. In: Kiss Jenő – Szűts László (szerk.) (1988): A magyar nyelv rétegződése. 1-2. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 85-108. Akadémiai Kiadó, Budapest.

BERÉNYI PÁLNÉ (1987) Az argumentáció a gazdasági nyelvhasználatban. Kandidátusi értekezés. Budapest.

BERGEROVÁ, HANA (2010) Multimediales Unterrichtsmaterial zur deutschen Phraseologie. Phraseologie in der germanistischen Ausbildung. Teil 4: Phraseologismen als ein didaktisches Phänomen. http://frazeologie.ujepurkyne.com/VS_teil04_ger.asp. Letöltés: 2015.06.20.

BERGEROVÁ, HANA (2011) Zum Lehren und Lernen von Phraseologismen im DaF-Studium. Überlegungen zu Inhalten und Methoden ihrer Vermittlung anhand eines Unterrichtsmodells. Linguistik Online. Bd. 47, Nr. 3. http://www.linguistik-online.de/47_11/bergerova.html. Letöltés: 2015.03.13.

BODNÁR ILDIKÓ (2010) Szaknyelv és stilisztika. In: Dobos Csilla (szerk.): Szaknyelvi kommunikáció. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. 110. Miskolci Egyetem, Miskolc. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

BOLTEN, JÜRGEN (1991) Fremdsprache Wirtschaftsdeutsch: Bestandsaufnahme und Perspektiven. In: Bernd-Dietrich Müller (Hrsg.): Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Studium Deutsch als Fremdsprache-Sprachdidaktik. Band 9. iudicium Verlag, München.

- BORGULYA ÁGOTA (1988) Zu einigen wichtigen Merkmalen der deutschsprachigen Texte der Dokumentation in der Wirtschaft. In: Bungarten, Theo (Hrsg.) Sprache und Information in Wirtschaft und Gesellschaft. Referate eines internationalen Kongresses, zugleich der XI. Jahrestagung der internationalen Vereinigung 'Sprache und Wirtschaft' 30. September-3. Oktober 1985, Congress Centrum Hamburg. Attikon Verlag, Tostedt.
- BORGULYA ISTVÁNNÉ (1994) Vállalati kultúra, interkulturális gazdasági kommunikáció. Kandidátusi értekezés. Pécs.
- BORGULYA ISTVÁNNÉ (2004) Kultúraközi, szakmai és szervezeti kommunikáció. In: Borgulya Istvánné (szerk.) Kultúraközi, szakmai és szervezeti kommunikáció. PTE Közgazdaságtudományi Kar, Pécs.
http://www.gvkm.ktk.pte.hu/files/tiny_mce/File/Konyvek/KulturakoziSzakmaiEsSzervezetiKommunikacio/komm04.pdf Letöltés 2014-07-01
- BORGULYA ÁGNES - DEÁK CSABA (szerk.) (2011) Vállalati kommunikáció a 21. század elején. Miskolc: Z-Press Kiadó.
- BORGULYA ISTVÁNNÉ VETŐ ÁGNES ÁGOTA (2014) Kulturális távolságok. Typotex Kiadó.
- BUCHER, HANS-JÜRGEN (1986) Pressekommunikation. Grundstrukturen einer Form der öffentlichen Kommunikation aus linguistischer Sicht. Tübingen, Niemeyer Verlag.
https://www.uni-trier.de/fileadmin/fb2/prof/MED/POM/bucher_1986_pressekommunikation.pdf. Letöltés: 2015.07.08.
- BUHLMANN, ROSEMARIE (1989) 'Fachsprachen Wirtschaft' – gibt es die? In: Wierlacher, Alois (et al.) (Hrsg.): Jahrbuch Deutsch als Fremdsprache. Band 15. iudicium Verlag, München.
- BUNGARTEN, THEO (Hg.) (1992) Beiträge zur Fachsprachenforschung. Sprache in Wissenschaft und Technik, Wirtschaft und Rechtswesen. Hamburger Arbeiten zur Fachsprachenforschung; Bd. 1. Tostedt: Attikon.
- BURGER, HARALD – BUHOFER, ANNELIES – SIALM, AMBROS (Ed.) (1982) Handbuch der Phraseologie. Walter de Gruyter, Berlin, New York.
- BURGER, HARALD (1998) Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen. Erich Schmidt Verlag, Berlin.
- BURGER, HARALD (2004) Phraseologie – Kräuter und Rüben? Traditionen und Perspektiven der Forschung. In: Steyer, Kathrin (ed.): Wortverbindungen – mehr oder weniger fest. Walter de Gruyter. Berlin/New York.

- BURGER, HARALD – DOBROVOL'SKIJ, DMITRIJ – KÜHN, PETER – NORRICK, NEAL R. (Hrsg.) (2007) *Phraseologie/ Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/ An International Handbook of Contemporary Research*. 2 Halbbände (HSK 28.1/2). Berlin, de Gruyter.
- CRYSTAL, DAVID (2003) *A nyelv enciklopédiája*. Osiris, Budapest.
- CSAPÓNÉ HORVÁTH ANDREA (2012) *Turisztikai reklámok főcímeinek nyelvészeti vizsgálata. Elemzés német nyelvű korpuszon. PhD értekezés, Pécs.* http://www.kodolanyi.hu/MANYE/2011_szombathely/kotet/07_csapone.pdf. Letöltés: 2014-07-26
- CSÁNYI ESZTER (2010) *Geld- und Bankwesen, Grundzüge des Marketing (Kapitel 6, 9)* In: Hoványiné Medve Éva - Dr. Winkler Ágnes (szerk.) (2010) *Német üzleti nyelv*. Perfekt Zrt, Budapest.
- CSÁNYI ESZTER - MAGYAR GÉZÁNÉ (2010) *Gyakorlókönyv a gazdasági-pénzügyi közép- és felsőfokú nyelvvizsgálathoz*. Perfekt Zrt, Budapest.
- CSÁNYI ESZTER - MAGYAR GÉZÁNÉ (2011) *Bevezetés a német üzleti idegen nyelvbe*. Saldo, Budapest.
- CSÁNYI ESZTER (2011) *Unternehmensformen und Unternehmenszusammenschlüsse, Versicherungswesen, Humanresource Management (Lektion 3, 9, 14)* In: Dr. Virágh Árpád (szerk.): *Német pénzügyi-számviteli és üzleti nyelvkönyv*. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- CSÁNYI ESZTER - MAGYAR GÉZÁNÉ (2013) *Német gyakorlókönyv a szóbeli közép- és felsőfokú üzleti-pénzügyi nyelvvizsgálóra*. Saldo, Budapest.
- DE BIE-KERÉKGYÁRTÓ ÁGNES (1998) *Frazeológia a magyar nyelv tanításában*. *Hungarologische Beiträge*. 11.sz. 165-174. Universität Jyväskylä Humanistische Fakultät http://epa.oszk.hu/02400/02472/00013/pdf/EPA02472_Hungarologia_2000_2_1-2_223-247.pdf. Letöltés 2014-07-24
- DÁNIEL ÁGNES (1982) *Szaknyelv vagy szakmai nyelvhasználat? Szakszöveg vagy szaktudományos szöveg?* *Magyar Nyelvőr* 106,3. 337-342
- DOBOS CSILLA (2005) *Szaknyelvi pragmatika*. In: Dobos Csilla – Kis Ádám – Lengyel Zsolt (Szerk.): *Mindent fordítunk és mindenki fordít. Értékek teremtése és közvetítése a nyelvészetben*. Budapest: SZAK Kiadó. 229–237.
- DONALIES, ELKE (2009) *Basiswissen. Deutsche Phraseologie*. Tübingen und Basel: A. Franke/UTB.
- DÓSA ILDIKÓ (2010) *A számviteli nyelvhasználat lexiko-szemantikai és terminológiai vizsgálata*. Doktori (PhD) értekezés. Veszprém.

- DROZD, LUBOMIR (1964) Grundfragen der Terminologie in der Landwirtschaft. In: Von Hahn (Hrsg.) (1981): Fachsprachen. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.
- DROZD, LUBOMIR – SEIBICKE, WILFRIED (1973) Deutsche Fach- und Wissenschaftssprache. Bestandsaufnahme – Theorie – Geschichte. Oscar Brandstetter Verlag KG, Wiesbaden.
- DUHME, MICHAEL (1991) Phraseologie der deutschen Wirtschaftssprache: eine empirische Untersuchung zur Verwendung von Phraseologismen in journalistischen Fachtexten. Essen. Die Blaue Eule.
- ĎURČO, PETER (2001) Bekanntheit, Häufigkeit und lexikographische Erfassung von Sprichwörtern. Zu parömiologischen Minima für DaF. In: Häcki Buhofer, Annalies / Burger, Harald / Laurent, Gautier (eds.): *Phraseologiae Amor. Aspekte europäischer Phraseologie*. Baltmannsweiler, Schneider Verlag: 99-106. (= Phraseologie und Parömiologie 8).
- ĎURČO, PETER (2007) Phraseologie und allgemeines Konzept für eine komplex strukturierte Datenbank. In: Jesenšek, Vida / Fabčič, Melanija (eds.) (2007): *Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung*. Maribor, Slavistično društvo: Filozofska fakulteta.
- EISMANN, WOLFGANG (1978) Kriterien für ein paralinguistisches Minimum im Russischunterricht. Gestik und Mimik. In: Beiträge zum VIII. Slawistenkongreß Zagreb/Ljubljana. *Mannheimer Beiträge zur slavischen Philologie* 1, 293-329.
- ETTINGER, STEFAN (2007) Phraseme im Fremdsprachenunterricht. In: Burger, Harald – Dobrovolskij, Dmitrij – Kühn, Peter – Norrick, Neal R. (Hrsg.) (2007): *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/ An International Handbook of Contemporary Research*. 2 Halbbände (HSK 28.1/2). Berlin, de Gruyter.
- FLEISCHER, WOLFGANG (1997) *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. 2. Auflage. Niemeyer Verlag, Tübingen.
- FLUCK, HANS-R. (1996) *Fachsprachen. Einführung und Bibliographie*. 5., überarbeitete und erweiterte Auflage. Francke Verlag, Tübingen. (UTB für Wissenschaft: Uni-Taschenbücher; 483)
- FORGÁCS TAMÁS (1998) *Frazeológiai egységek és valencia*. In: *A mai magyar nyelvleírásának újabb módszerei III*. Szeged, 1998. 7-39.
- FORGÁCS TAMÁS (2003) *Magyar szólások és közmondások szótára*. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- FORGÁCS TAMÁS (2007) *Bevezetés a frazeológiába. A szólás- és közmondáskutatás alapjai. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához* 69. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

- FÓRIS ÁGOTA (2010) A szaknyelv kutatás modelljei és módszerei: szociolingvisztikai megközelítés http://www.c3.hu/~magyarnyelv/10-4/foris_104.pdf Letöltés 2014-07-09
- FÖLDES CSABA – KÜHNERT, HELMUT (1992) Hand- und Übungsbuch zur deutschen Phraseologie. Egységes jegyzet. Tankönyvkiadó, Budapest.
- FÖLDES CSABA (2007) Phrasemen mit spezifischer Struktur. In: Burger, Harald – Dobrovolskij, Dmitrij – Kühn, Peter – Norrick, Neal R. (Hrsg.) (2007): Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/ An International Handbook of Contemporary Research. 1. Halbband. Volume 1. Berlin/New York. Walter de Gruyter. 424-435. http://www.foeldes.eu/sites/default/files/Komparative_Phraseme.pdf Letöltés: 2014-04-10
- FRASCATI KÉZIKÖNYV Javaslat a kutatás és kísérleti fejlesztés felméréseinek egységes gyakorlatára. OECD 2002. Nemzeti Kutatási és Technológiai Hivatal 2004. <http://www.noesis.hu/dokumentumok/frascati2002.6.%20kiad.pdf>. Letöltés: 2015.07.12.
- GARAI ANNA (2004) Metafora és analógia a gazdasági szaknyelvben. A szaknyelv kutatás esélyteremtő ereje. Cikkek, tanulmányok a hazai szaknyelvtanításról és –kutatásról. Porta Lingua. Debrecen. <http://nyi.bme.hu/images/images/files/portalingua2004.pdf>. Letöltés: 2015.02.23.
- GAUTIER, LAURENT (2008) Fach, Fachsprache und Fachtextsorte: ein 'magisches' Dreieck in der Fachsprachenvermittlung. In: Daniel Baudot – Maurice Kauffer: Wort und Text. Lexikologische und textsyntaktische Studien im Deutschen und Französischen. Festschrift für René Métrich zum 60. Geburtstag. Stauffenburg Verlag, pp.3-13.
- G. HAVRIL ÁGNES (2009) A szaknyelv térhódítása a felsőoktatásban. Az angol szaknyelvi kommunikatív kompetencia fejlesztésének, mérésének és értékelésének vizsgálata a nyelvigenyes társadalomtudományi felsőoktatási képzések és szakmák területén. PhD értekezés. Veszprém. http://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2010/Galibane_Havril_Agnes_dissertation.pdf Letöltés 2014-08-04
- GINTER KÁROLY (1988) A köznyelv és a szaknyelv eltérései a műszaki tudományok nyelvének vizsgálata alapján. In: Kiss Jenő - Szűts László (szerk.): A magyar nyelv rétegződése. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 386-393. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- GRÉTSY LÁSZLÓ (et al.) (szerk.) (1980) Nyelvművelő Kézikönyv I-II. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- GRÉTSY LÁSZLÓ (1988) A szaknyelvek és a csoportnyelvek jelentősége napjainkban. In: Kiss Jenő - Szűts László (szerk.) (1988): A magyar nyelv rétegződése. 1-2. A magyar

nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 85-108. Akadémiai Kiadó, Budapest.

HADROVICS LÁSZLÓ (1995) Magyar frazeológia. Történeti áttekintés. Akadémiai Kiadó, Budapest.

HAHN, MARTIN (1993) Deutsch als Wirtschaftssprache. In: Deutsch als Fremdsprache. Zeitschrift zur Theorie und Praxis des Deutschunterrichts für Ausländer. 30. Jahrgang. Heft 2. [http://zfbf.thulb.uni-](http://zfbf.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRViewClient?derivate=jportal_derivate_00234755&startImage=%2Fdaf_1993-2_030.tif)

[jena.de/servlets/MCRViewClient?derivate=jportal_derivate_00234755&startImage=%2Fdaf_1993-2_030.tif](http://zfbf.thulb.uni-jena.de/servlets/MCRViewClient?derivate=jportal_derivate_00234755&startImage=%2Fdaf_1993-2_030.tif) Letöltés 2014-07-14

HALLSTEINSDÓTTIR, ERLA (2001) Das Verstehen idiomatischer Phraseologismen in der Fremdsprache Deutsch. PHILOGIA - Sprachwissenschaftliche Forschungsergebnisse. Hamburg. <http://www.verlagdrkovac.de/volltexte/978-3-8300-0435-6.htm>. Letöltés: 2015-07-30.

HALLSTEINSDÓTTIR, ERLA (2007) Kontrastive Phraseologie in der Fremdsprache deutsch. In: Jesenšek, Vida / Fabčič, Melanija (eds.) (2007): Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung. Maribor, Slavistično društvo: Filozofska fakulteta.

HALLSTEINSDÓTTIR, ERLA (2011) Aktuelle Forschungsfragen der deutschsprachigen Phraseodidaktik. Linguistik online. Bd. 47, Nr. 3. http://www.linguistik-online.de/47_11/hallsteinsdottir.html. Letöltés: 2015.04.30.

HALLSTEINSDÓTTIR, ERLA – ŠAJANKOVÁ, MONIKA – QUASTHOFF, UWE (2006) Phraseologisches Optimum für Deutsch als Fremdsprache. Ein Vorschlag auf der Basis von Frequenz- und Geläufigkeitsuntersuchungen. Linguistik online. Bd. 27, Nr. 2. http://www.linguistik-online.de/27_06/hallsteinsdottir_et_al.pdf. Letöltés: 2015.04.30.

HANGAY ZOLTÁN (1988) A társadalmi nyelvváltozatok tagolódásáról. In: Kiss J. és Szűts L. (szerk.): A magyar nyelv rétegződése. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 408-415. Akadémiai Kiadó, Budapest.

HÄCKEL, ERNST DR. (2000) Tanuljunk könnyen gyorsan németül! Könyvkuckó Kiadó, Budapest.

HÄCKI BUHOFER, ANNELIES (1997) Phraseologismen im Spracherwerb. In: Wimmer, Rainer – Berens Franz-Josef (Hrsg.): Wortbildung und Phraseologie. Gunter Narr Verlag, Tübingen, S. 209-232

HÄCKI BUHOFER, ANNELIES – DRÄGER, MARCEL – MEIER, STEFANIE – ROTH, TOBIAS (2014) Feste Wortverbindungen des Deutschen. Kollokationswörterbuch für den Alltag. Francke Verlag, Tübingen.

HELTAI PÁL (2004) Terminus és köznyelvi szó In: Dróth Júlia (szerk.): Szaknyelv és szakfordítás. Tanulmányok a Szent István Egyetem Alkalmazott Nyelvészeti Tanszékének kutatásaiból és kutatási témáiról. Szent István Egyetem, Gödöllő, Gazdaság- és Társadalomtudományi Kar
<http://nyelvikozpont.szie.hu/sites/default/files/files/Szaknyelv%20%C3%A9s%20szakford%C3%ADt%C3%A1s%202004.pdf> Letöltés: 2014-07-07

HELTAI PÁL (2010) A szaknyelvi frazeológia kérdései. In: Dobos Csilla (szerk.): Szaknyelvi kommunikáció. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. 110. Miskolci Egyetem, Miskolc. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

HESSKY REGINA (1987) Phraseologie, Linguistische Grundfragen und kontrastives Modell deutsch-ungarisch. Max Niemeyer Verlag, Tübingen.

HESSKY REGINA (1992a) Aspekte der Verwendung von Phraseologismen im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. Fremdsprachen Lehren und Lernen 21. 159-168.

HESSKY REGINA (1992b) Grundfragen der Phraseologie. In: Ágel, Vilmos (Hrsg.): Offene Fragen, offene Antworten in der Sprachgermanistik. XXVI/232 S. - Tübingen: Niemeyer.

HESSKY REGINA (1997) Feste Wendungen – ein heißes Eisen? Einige phraseodidaktische Überlegungen für den DaF-Unterricht. Deutsch als Fremdsprache 3, 139-143.
http://zs.thulb.uni-jena.de/rsc/viewer/jportal_derivate_00234771/daf_1997-3_013.tif.
Letöltés: 2015.04.10.

HESSKY REGINA (2007) Perspektivwechsel in der Arbeit mit Phraseologie im DaF-Unterricht. In: Jesenšek, Vida – Fabčič, Melanija (eds.) (2007): Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung. Maribor, Slavistično društvo: Filozofska fakulteta.

HOFFMANN, LOTHAR (1984): Kommunikationsmittel Fachsprache. Akademie Verlag, Berlin.

HOLLÓS ZITA (2014) SZÓKAPTÁR: Német–magyar SZÓkapcsolatTÁR. Korpuszalapú kollokációs tanulószótár. Grimm Kiadó, Szeged.

HUNDT, MARKUS (1995) Modellbildung in der Wirtschaftssprache: Zur Geschichte der Institutionen- und Theoriefachsprachen der Wirtschaft. Tübingen, Niemeyer. Reihe Germanistische Linguistik.

ISCHREYT, HANS (1965) Studien zum Verhältnis von Sprache und Technik. Schwann, Düsseldorf. Institutionelle Sprachlenkung in der Terminologie der Technik. Sprache und Gemeinschaft. Band 4.

JANICH, NINA (1999) Werbung als Medium der Popularisierung von Fachsprachen. In: Jürg Niederhauser/Kirsten Adamzik (Hgg.): Wissenschaftssprache und Umgangssprache im Kontakt. Frankfurt: Lang, 139-151.

JAZBEC, SAŠA – MILKA, ENČEVA (2012) Aktuelle Lehrwerke für den DaF-Unterricht unter dem Aspekt der Phraseodidaktik. Porta Linguarum 17, 2012. 153-171. http://www.ugr.es/~portalin/articulos/PL_numero17/9%20SASA.pdf. Letöltés: 2015-07-29.

JERKUS TIBOR ISTVÁNNÉ (2011) Neologizmusok a magyar gazdasági szaknyelvben. Doktori (PhD) értekezés. Veszprém. <http://konyvtar.unipannon.hu/doktori/2011/JerkusTiborIstvanneodissertation.pdf>. Letöltés 2014-07-08

JESENŠEK, VIDA (2006a) Phraseologie und Fremdsprachenlernen. Zur Problematik einer angemessenen phraseodidaktischen Umsetzung. Linguistik online. Bd. 27, Nr. 2. <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/747/1273>. Letöltés: 2015.04.30.

JESENŠEK, VIDA (2006b) Warum Phraseologie im Fremdsprachenlernen? Schaurein 19/1. 2-6. http://193.2.241.190/sdunj_/images/stories/Schaurein/schaurein_revija_1_2006.pdf. Letöltés: 2015.05.12.

JESENŠEK, VIDA (2007) Lehr- und Lerngegenstand Phraseologie. In: Jesenšek, Vida / Fabčič, Melanija (eds.) (2007): Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung. Maribor, Slavistično društvo: Filozofska fakulteta.

JESENŠEK, VIDA (2011) Sprichwörter im Wörterbuch. Linguistik online. Bd. 47, Nr. 3. http://www.linguistik-online.de/47_11/jesensek.html. Letöltés: 2015.04.30.

JUHÁSZ JÓZSEF (1980) A frazeológia mint nyelvészeti diszciplína. In: Rác Endre és Szathmári István (szerk.) Tanulmányok a mai magyar nyelv szókészlettana és jelentéstana köréből. Tankönyvkiadó, Budapest.

JUMPELT, RUDOLF WALTER (1959/60) Fachsprachen-Fachworte als Problem der Dokumentation und Übersetzung. In: Von Hahn (Hrsg.) (1981): Fachsprachen. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.

JURIN, SUZANA – STOJIČ, ANETA (2007) Die Funktion von Phraseologismen in der interaktiven Kommunikation. In: Jesenšek, Vida / Fabčič, Melanija (eds.) (2007): Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung. Maribor, Slavistično društvo: Filozofska fakulteta.

KALVERKÄMPER, HARTWIG (1990) Gemeinsprache und Fachsprachen - Plädoyer für eine integrierende Sichtweise. In: G. Stickel (Hrsg.) Deutsche Gegenwartssprache. Tendenzen und Perspektiven. Berlin, New York 1990, 88-133 (=IdS Jahrbuch 1989).

KEMÉNY GÁBOR (2001a) Szakszókincs – szaknyelv – tudományos nyelv. Újabb szempontok egy régi vitakérdéshez. In: A nyelvtől a stílusig. Válogatott tanulmányok, cikkek. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. Budapest: Tinta Könyvkiadó. 2010.

KEMÉNY GÁBOR (2001b) Magyar szaknyelv Magyarországon és a szomszédos országokban. Újabb szempontok egy régi vitakérdéshez. In: A nyelvtől a stílusig. Válogatott tanulmányok, cikkek. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. Budapest: Tinta Könyvkiadó. 2010.

KERÉKJÁRTÓ ÁGNES (2000) Frazeológia a magyar nyelv tanításában. *Hungarológia*/(2000) 1-2. 223-247
http://epa.oszk.hu/02400/02472/00013/pdf/EPA02472_Hungarologia_2000_2_1-2_223-247.pdf. Letöltés 2014-07-28

KIRSCHHEL-HEINTZEL, HELMTRAUD (1986) Gemeinsprachliche versus fachsprachliche Texte. In: F. Redard Et S. Wyler (éds.) (1987) Fachsprache als System, Fachsprache als Gebrauchstext. Actes du Symposium de la Commission interuniversitaire suis de linguistique appliquée. Saint-Gall, 10-11 mars 1986.

https://doc.rero.ch/record/11876/files/bulletin_vals_asla_1987_045.pdf Letöltés: 2015-06-15

KISPÁL TAMÁS (2011) Die kognitiv-metaphorische Motiviertheit beim Erlernen von Idiomen am Beispiel eines Aufgabenblattes. *Linguistik online*. Bd. 47, Nr. 3. http://www.linguistik-online.de/47_11/kispal.pdf. Letöltés: 2015.04.30.

KISS JENŐ (1995) Társadalom és nyelvhasználat. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest

KLAUDY KINGA (1988) A frazeologizmusok szó szerinti fordításáról. *Magyar Nyelvőr*. 112. évf. 3. szám, 305–314.

KOHN, KURT (1988) „Fachsprachen und Fachübersetzen. Psycholinguistische Dimensionen der Fachsprachenforschung.“ In: C. Gnutzmann (Hrsg.) Neue Perspektiven des fachbezogenen Fremdsprachenunterrichts. Tübingen: Narr, 39-64. http://www.researchgate.net/publication/272743165_Fachsprache_und_Fachbersetzen._Psycholinguistische_Dimensionen_der_Fachsprachenforschung Letöltés: 2015-06-30

KOMOR LEVENTE (2001) Az Európai gyakorlathoz illeszkedő munkaerő-piaci készségigény. Felmérés a magyar oktatás-képzés fejlesztése szolgálatában. (Kézirat.) Gödöllő.

- KRALJ, NATAŠA – KACJAN, BRIGITA (2011) Phraseologieunterricht in der Zeit der neuen Lernmedien. *Linguistik online*. Bd. 47, Nr. 3. http://www.linguistik-online.de/47_11/kacjanKralj.html. Letöltés: 2015.04.30.
- KRUMM, HANS-JÜRGEN (1990) Die Rolle der Fachsprache bei der Aus- und Fortbildung von Deutschlehrern. In: *Deutsch als Fachsprache in der Deutschlehrerausbildung und -fortbildung*. Herausgegeben von W. Pfeiffer, Posen.
- KURTÁN ZSUZSA (2003) *Szakmai nyelvhasználat*. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.
- KURTÁN ZSUZSA (2010) Szaknyelv és szakmai kommunikáció, In: Dobos Csilla (szerk.) *Szaknyelvi kommunikáció. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához*; 110. Budapest; Miskolc: Miskolci Egyetem; Tinta Könyvkiadó.
- KURTÁN ZSUZSA (2014) Szaknyelv az oktatásban – kutatási irányzatok és alkalmazások. In: Veszelszki Ágnes – Lengyel Klára (szerk.) *Tudomány, Technolektus, Terminológia. A tudományok és szakmák nyelve*. Budapest: Éghajlat Könyvkiadó. pp. 171-181.
- KÜHN, PETER (1992) Phraseodidaktik. Entwicklungen, Probleme und Überlegungen für den Muttersprachenunterricht und den Unterricht DaF. In: *Fremdsprachen lehren und lernen* 21. 169-189.
- KÜHN, PETER (2007) Phraseme im Muttersprachenunterricht. In: Burger, Harald – Dobrovolskij, Dmitrij – Kühn, Peter – Norrick, Neal R. (Hrsg.) (2007): *Phraseologie/Phraseology. Ein internationales Handbuch zeitgenössischer Forschung/ An International Handbook of Contemporary Research*. 2 Halbbände (HSK 28.1/2). Berlin, de Gruyter.
- LEVIN-STEINMANN, ANKE (2004) Der Phraseologiebegriff im Lichte der Bildung dieser sprachlichen Einheiten. In: Földes Csaba (ed.) *Res humanae proverbiorum et sententiarum. Ad honorem Wolfgangi Mieder*. Gunter Narr Verlag, Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1995) *Pressesprache*. 2., neu bearbeitete Auflage. Max Niemeyer Verlag. Tübingen.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1997a) Auswahlbibliographie zur Phraseodidaktik. In: *Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung* 32, 121-127.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (1997b) Anregungen zur Phraseodidaktik. *Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung* 32:69-120. http://kops.uni-konstanz.de/bitstream/handle/123456789/4643/295_1.pdf?sequence=1. Letöltés: 2015.03.23.
- LÜGER, HEINZ-HELMUT (2001) Phraseologie und Argumentation. In: Lorenz-Bourjot, Martine – Lüger, Heinz-Helmut (hrsg.) (2001) *Phraseologie und Phraseodidaktik. Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung, Sonderheft 4. Edition Praesens*. Wien.

MAGHETIU, ANCA-RALUCA (2012) Die Didaktik der Wirtschaftssprache als Fachsprache. Scientific Bulletin of the “Politehnica” University of Timișoara Transactions on Modern Languages. Vol. 11, No. 1-2 / 2012

<http://www.cls.upt.ro/files/buletin/2012/BS%202012%20Anca-Raluca%20MAGHETIU.pdf>.

Letöltés: 2014.10.12.

MAROS JUDIT – SZITNYAINÉ GOTTLIEB ÉVA (1994) Start! Tankönyv és munkafüzet. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

MAROS JUDIT (1998) Unterwegs. Tankönyv és munkafüzet. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

MAROS JUDIT (1999) Grünes Licht. Tankönyv és munkafüzet. Nemzeti Tankönyvkiadó, Budapest.

MIEDER, WOLFGANG (1979) Deutsche Sprichwörter und Redensarten. Reclam, Stuttgart.

MISAD, KATALIN (2009) Interferenciajelenségek és egyéb nyelvi sajátosságok a szlovák anyanyelvű hungarisztika szakosok ígéhasználatában.

http://www.sulinet.hu/oroksegtar/data/kulhoni_magyarsag/2009/Tanulmanyok_a_ketnyelvuse_grol/pages/005_misad.htm. Letöltés 2016-09-23.

MURÁTH FERENC – MURÁTH FERENCNÉ – HEVES FERENC (1978) Sprach- und Lesebuch I. Német nyelv- és olvasókönyv I. Német tanítási nyelvű gimnázium. Tankönyvkiadó, Budapest.

MURÁTH FERENC – MURÁTH FERENCNÉ (1982) Sprachbuch II. Német nyelvkönyv II. Német tanítási nyelvű gimnázium. Tankönyvkiadó, Budapest.

MURÁTH, JUDIT (1991) Das Gewicht von Konnotationen beim Übersetzen. In: Bernd-Dietrich Müller (Hrsg.): Interkulturelle Wirtschaftskommunikation. Iudicium Verlag, München.

NÁDAI JULIANNA ORSOLYA (2007) Sajtó és nyelv egyenlő sajtónyelv? Doktori (PhD) értekezés. Pécs

<http://nydi.btk.pte.hu/sites/nydi.btk.pte.hu/files/pdf/NadaiJuliannaOrsolya2008.pdf>. Letöltés 2014-07-09

NYAKAS JUDIT (2011) A magyar logisztikai szaknyelv vizsgálata. Doktori (PhD) értekezés. Veszprém. http://konyvtar.uni-pannon.hu/doktori/2011/Nyakas_Judit_theses_hu.pdf. Letöltés 2014-08-04

NYIRKOS ISTVÁN (1981) Irodalmi nyelv – köznyelv – népnyelv. A nyelvváltozatok rendszeréről. Magyar Nyelvjárások. XXIV. 19-30. Debrecen.

http://mnytud.arts.unideb.hu/tananyag/szociolingvisztika/nyirkos_nyretegz.pdf Letöltés:
2014-08-05

OHNACKER, KLAUS (1992) Die Syntax der Fachsprache Wirtschaft im Unterricht Deutsch als Fremdsprache. Werkstattreihe DaF 39. Frankfurt am Main u.a.: Peter Lang.

O. NAGY GÁBOR (1954) Mi a szólás? A Magyar Nyelvtudományi Társaság kiadványai 87. Akadémiai Kiadó, Budapest

O. NAGY GÁBOR (1977) A magyar frazeológiai kutatások története. Akadémiai Kiadó, Budapest.

O. NAGY GÁBOR (1988) Mi fán terem? Magyar szólásmondások eredete. Gondolat Kiadó, Budapest.

ОЖЕГОВ, СЕРГЕЙ ИВАНОВИЧ (1953) Словарь русского языка. Москва: Государственное издательство иностранных и национальных словарей, 1953.

PETHŐ JÓZSEF (2011) Alakzat és jelentés. Az alakzatok stílus- és jelentésképző szerepe a szövegben. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

PUSZTAI ISTVÁN (1975) Szaknyelv és műhelyzsargon. Magyar Nyelvőr 109/3.

PUSZTAI ISTVÁN (1988) A szaknyelvi kutatások kérdései (kitekintés). In: Kiss J. és Szűts L. (szerk.): A magyar nyelv rétegződése. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. I. 120-129. Akadémiai Kiadó, Budapest.

REDER, ANNA (2006) Kollokationen in der Wortschatzarbeit. Praesens Verlag, Wien.

REDER, ANNA (2011) Kommen Kollokationen in Mode? Kollokationskonzepte und ihre mögliche Umsetzung in der Didaktik. Linguistik online. Bd. 47, Nr. 3. <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/367>. Letöltés: 2015.04.24.

RENTEL, NADINE (2011) Die Didaktisierung von Phraseologismen im DaF-Unterricht anhand multimodaler Texte. Linguistik online. Bd. 47, Nr. 3. http://www.linguistik-online.de/47_11/rentel.html. Letöltés: 2015.04.30.

R. MOLNÁR EMMA (1988) Irodalmi nyelvi szint és frazeológia. In: Kiss J. és Szűts L. (szerk.): A magyar nyelv rétegződése. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. II. 691-698. Akadémiai Kiadó, Budapest.

ROELCKE, THORSTEN (2014) Zur Gliederung von Fachsprache und Fachkommunikation. Fachsprache 3-4/2014. http://www.fachsprache.net/upload/Articles/Roelcke_Zur_Gliederung_von_Fachsprache_3-4_2014.pdf. Letöltés: 2014.08.23.

ŠAJÁNKOVÁ, MONIKA (2007) Phraseodidaktisches Konzept zur Vermittlung der Phraseme. Übungen im mehrsprachigen phraseologischen Lernmaterial EPHRAS (2006). In:

- Jesenšek, Vida / Fabčič, Melanija (eds.) (2007): Phraseologie kontrastiv und didaktisch. Neue Ansätze in der Fremdsprachenvermittlung. Maribor, Slavistično društvo: Filozofska fakulteta.
- SCHMIDT, IHLE (1983) Studien zur französischen Wirtschaftssprache. Frankfurt/M., Bern. Europäische Hochschulschriften: Reihe 13, Französische Sprache und Literatur. Bd. 83.
- SCHMIDT, WILHELM (1969) Charakter und gesellschaftliche Bedeutung der Fachsprachen. In: Sprachpflege 18. 10-21.
- SCHNEEWEIß, JOSEF (2000) Journalistische Wirtschaftssprache in Österreich. Unter besonderer Berücksichtigung der Tendenzen, Austriazismen, Neologismen, Internationalismen, Metaphern und Phraseologismen. Verlag Edition Praesens. Wien.
- SEBESTYÉN ÁRPÁD (1981) „A nyelv területi tagolódása és társadalmi rétegződése" témakör tantervi helyzetéről. Különlenyomat a Magyar Nyelvőr 1981. évi 3. számából. http://mnytud.arts.klte.hu/szleng/tanulmanyok/mny-nyr/sebestyen_arpad1981.pdf Letöltés 2014-08-05
- SEBESTYÉN ÁRPÁD (1988) A belső nyelvtípusok néhány kérdéséről. In: Kiss Jenő - Szűts László (szerk.): A magyar nyelv rétegződése. 1-2. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. 108-119. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SEIBICKE, WILFRIED (1959) Fachsprache und Gemeinsprache. In: Von Hahn (Hrsg.) (1981): Fachsprachen. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt.
- SEREGY LAJOS (1988) A szaknyelvkutatás jelenlegi nehézségei. In: Kiss J. és Szűts L. (szerk.): A magyar nyelv rétegződése. A magyar nyelvészek IV. nemzetközi kongresszusának előadásai. II. 859-867. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- STEGGER, HUGO (1988) Erscheinungsformen der deutschen Sprache. „Alltagssprache" – „Fachsprache" – „Stadarsprache" – „Dialekt" und andere Gliederungstermini. In: Deutsche Sprache 16/4. S. 289-319.
- STEIN, BARBARA (2001) Feste Vergleiche im Französischen. In: Lorenz-Bourjot, Martine – Lüger, Heinz-Helmut (hrsg.) (2001) Phraseologie und Phraseodidaktik. Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung, Sonderheft 4. Edition Praesens. Wien.
- STEYER, KATHRIN (2004) Kookkurenz, Korpusmethodik, linguistisches Modell, lexikografische Perspektiven. In: Steyer, Kathrin (ed.): Wortverbindungen – mehr oder weniger fest. Walter de Gruyter. Berlin/New York.
- STOLZE, PETER (2001) Geflügelte Worte – Möglichkeiten der unterrichtlichen Integration. In: Lorenz-Bourjot, Martine – Lüger, Heinz-Helmut (hrsg.) (2001) Phraseologie und Phraseodidaktik. Beiträge zur Fremdsprachenvermittlung, Sonderheft 4. Edition Praesens. Wien.

- SZABÓ ISTVÁN MIHÁLY (2001) A szaknyelv jelentősége az ezredforduló Magyarországon. Elérhető: <http://www.matud.iif.hu/01jun/szabo.html>. Letöltés 2013-10-10
- SZATHMÁRI ISTVÁN (1994) Stílusról, stilisztikáról napjainkban. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó.
- SZATHMÁRI ISTVÁN (2014) Hogyan indult meg a szaknyelvek vizsgálata a Magyar Nyelvtudományi Társaságban mindjárt a megalakulása után? In: Veszelszki Ágnes – Lengyel Klára (szerk.) Tudomány, Technolektus, Terminológia. A tudományok és szakmák nyelve. Budapest: Éghajlat Könyvkiadó. pp. 79-87.
- SZEKRÉNYESNÉ RÁDI ÉVA (2015) A magyar gazdasági szaksajtó (2010-2013) kognitív nyelvészeti elemzése. Doktori (Phd) értekezés. Budapest. <http://doktori.btk.elte.hu/lingv/radieva/diss.pdf>. Letöltés: 2015.08.10.
- SZEMERKÉNYI ÁGNES (1994) „Közmondás nem hazug szólás.” A proverbiumok használatának lehetőségei. Akadémiai Kiadó, Budapest.
- SZÉPE GYÖRGY (1982) A szaknyelv és a mindennapi nyelv kapcsolata. A technika tanítása, 5.
- SZÚCS GÁBOR (2014) Terminusok vagy szakkifejezések? In: Veszelszki Ágnes – Lengyel Klára (szerk.) Tudomány, Technolektus, Terminológia. A tudományok és szakmák nyelve. Budapest: Éghajlat Könyvkiadó. pp. 61-71.
- TARGOŃSKA, JOANNA (2014) Kollokationen – ein vernachlässigtes Gebiet der DaF-Didaktik? Linguistik Online. Bd. 68, Nr. 6. <https://bop.unibe.ch/linguistik-online/article/view/1638> Letöltés 2015.02.10
- T. LITOVKINA ANNA (2005) Magyar közmondástár. Közmondások értelmező szótára példákkal szemléltetve. Tinta Könyvkiadó, Budapest.
- TOLCSVAI NAGY GÁBOR (1989) Kemény és puha, avagy metafora a szaknyelvben. In Bíró Ágnes (szerk.): Szaknyelvi divatok. Gondolat Kiadó. Budapest. 62–75.
- TOLCSVAI NAGY GÁBOR (1996) A magyar nyelv stilisztikája. Budapest, Nemzeti Tankönyvkiadó.
- TOLNAI VILMOS (é. n.) Szólások. In: A magyarság néprajza. 350-384. III. Királyi Magyar Egyetemi Nyomda, Budapest.
- VARGÁNÉ KISS KATALIN (2008) Pénzintézetek szakmai nyelvhasználatának elemzése angol és magyar éves jelentések alapján. Doktori (PhD) értekezés. Veszprém.
- VARGHA KATALIN – T. LITOVKINA ANNA (2007) „Hallgatni Arany, beszélni Petőfi”. A magyar antiproverbiumok ferdítési módjai-formai változatok és nyelvi humor. <http://www.c3.hu/~magyarnyelv/07-2/va-li.pdf>. Letöltés 2014-07-28

VÁRADI TAMÁS – HÉJA ENIKŐ (2010) Szaknyelv és korpusznyelvészet. In: Dobos Csilla (szerk.): Szaknyelvi kommunikáció. Segédkönyvek a nyelvészet tanulmányozásához. 110. Miskolci Egyetem, Miskolc. Tinta Könyvkiadó, Budapest.

VINOGRADOV, VIKTOR VLADIMIROVIČ (2001) Grundbegriffe der russischen Phraseologie als linguistischer Teildisziplin. In: Helbig, Gerhard et al. (Hrsg.): Deutsch als Fremdsprache: ein internationales Handbuch. Walter de Gruyter, Berlin, New York.

VIRÁGH ÁRPÁD, DR (szerk.) (2013) Német pénzügyi-számviteli és üzleti nyelvkönyv. Akadémiai Kiadó Zrt. Budapest.

VOIGT VILMOS (2004) Historische Bezeichnungen der europäischen Sprichwörter. In: Földes Csaba (ed.) Res humanae proverbiorum et sententiarum. Ad honorem Wolfgangi Mieder. Gunter Narr Verlag, Tübingen.

VON HAHN, WALTER (1983) Fachkommunikation. Entwicklung. Linguistische Konzepte. Betriebliche Beispiele. Walter de Gruyter, Berlin, New York. (Sammlung Göschen 2223)
<http://nats-www.informatik.uni-hamburg.de/~vhahn/German/Fachsprache/Buch/Anfang/01Titel.htm>.

Letöltés: 2013.10.23.

WEINREICH, URIEL (1972) Probleme bei der Analyse von Idioms. In: Kiefer Ferenc (ed.) (1972): Semantik und generative Grammatik. Frankfurt/M.: Athenäum 415-475.

ZHAO, JIN (2002): Wirtschaftsdeutsch als Fremdsprache. Ein didaktisches Modell. Gunter Narr Verlag, Tübingen. Forum für Fachsprachen-Forschung. Band 59.

ZSEMLYEI JÁNOS (2010): A mai magyar nyelv szókészlete. VI. rész. A mai magyar nyelv szókészlete és szótárai című egyetemi jegyzetből. Erdélyi Tankönyvtanács, Kolozsvár, 2002.

Zsemlyei Borbála engedélyével. 3-10.

<http://www.nyeomszsz.org/orszavak/pdf/Zsemlyei2010Szeptemberi.pdf> Letöltés dátuma: 2014-03-18

9. Melléklet

9.1. Mikroutatás szaksajtó

Tisztelt Válaszadó!

A kérdőív kitöltésével egy mikroutatásban vesz részt. A válaszadás önkéntes, a kitöltő személye nem azonosítható. A kérdésekre adott válaszokat kizárólag a tudományos munkához használjuk fel. Válaszait köszönjük!

1. Milyen végzettséggel rendelkezik? Mely területen dolgozik?

2. Használja-e gazdasági német nyelvet (mindennapi) munkája során?

3. Olvas-e német nyomtatott és/vagy elektronikus gazdasági szaksajtót? Melyeket?

4. Olvas-e német nyelvű gazdasági tanulmányokat?

5. Készít-e /készített-e már német nyelvű gazdasági tárgyú/vonatkozású szakpublikációt?

6. Igénybe veszi-e a szaksajtóban megjelent írásokat egy-egy cikk/tanulmány v. egyéb tudományos mű elkészítésekor?

9.2. Mikorkutatás szaksajtó – Válaszok

1. Milyen végzettséggel rendelkezik? Mely területen dolgozik?

25 Egyetem -4 PhD, 18 oktató (felsőoktatás), coach, ügyvezető igazgató német leányvállaltnál, tudományos kutató, vállalkozás menedzsment,

+5 BGF KKK (marketingkommunikáció, külgazdasági, nemzetközi kommunikáció, közgazdász, PR szakközgazász)

+3 főiskolai diploma

+2 MSc diploma (pénzügy szakirány, közgazdász), okleveles közgazdász (vezetés szervezés mesterszak)

2. Használja-e gazdasági német nyelvet (mindennapi) munkája során?

igen: 23; ritkán: 1; részlegesen: 1 nem minden esetben van rá szükségem. Inkább olvasni szoktam, mint kommunikálni.

3. Olvas-e német nyomtatott és/vagy elektronikus gazdasági szaksajtót? Melyeket?

igen: 23; alkalomadtán: 1; nem: 1

Handelsblatt 8, Wirtschaftswoche 8, Die Welt 2, Die Presse 4, FAZ 9, Der Spiegel 4, NZZ 2, Der Standard 2, Süddeutsche Zeitung 2, Bank Austria, FOCUS 2, Stern, Reuters, Budapester Zeitung, finanzen.de 2, deutschewelle.de 4, orf.at, deutsche-wirtschafts-nachrichten.de, Ebert-Stiftung kiadványai, többfélét 2

4. Olvas-e német nyelvű gazdasági tanulmányokat?

igen: 11; néha/ritkán/helyenként/elvétve: 11; nem/nem jellemző: 3

5. Készít-e /készített-e már német nyelvű gazdasági tárgyú/vonatkozású szakpublikációt?

igen: 9; nem: 16

6. Igénybe veszi-e a szaksajtóban megjelent írásokat egy-egy cikk/tanulmány v. egyéb tudományos mű elkészítésekor?

igen: 19; néha/alkalmanként: 2; nem: 4

Inkább csak háttér információként használom őket, alapvetően nem szoktam hivatkozni rájuk tudományos cikk elkészítésekor.

9.3. Frazeológiai felmérő teszt

FRAZEOLÓGIAI FELMÉRŐ TESZT

Tisztelt Válaszadó!

A kérdőív kitöltésével egy kutatásban vesz részt. A válaszadás önkéntes, a kitöltő személye nem azonosítható. A kérdésekre adott válaszokat kizárólag a tudományos munkához használjuk fel. Válaszait köszönjük!

I.1. Ergänzen Sie den Text mit den Ausdrücken aus dem Kasten!

Edel in Australien, billig in Deutschland

hat gute Gründe	im Laufe der Zeit	in Grundzügen
kein Mittel gefunden	mischt die Supermarkt-Landschaft auf	
spart Kosten	Filialen betreiben	steht die Welt Kopf
	verfolgt eine neue Strategie	vergleichsweise

In Australien (a): Aldi macht auf edel. In vier Filialen an der Ostküste der Händler testweise bei Ausstattung und Angebot (b): Die Gänge sind hell und breit. Das Obst-Sortiment ist überraschend groß und liegt in hölzernen Kisten statt in billig wirkenden Plastikbehältern. (c) ist das typische Aldi-Design zwar immer noch zu erkennen, berichtet die Branchen-Seite supermarktblog.com, aber eigentlich ist Aldi mit dem Gegenteil groß geworden: Die Auswahl (d) klein, der Service kaum vorhanden. Die Ausstattung der Läden wird möglichst auf ein Minimum reduziert. Auch die Vereinheitlichung (e): Deutschlandweit ähneln die Läden einander. Alle sind gleich aufgebaut, damit der Kunde stets dieselben Produkte nach dem gleichen Muster shoppt. Aldi Nord und Süd (f) in je neun Ländern rund 10.000 weltweit. In Großbritannien Aldi derzeit (g) und nimmt Branchengrößen wie Tesco, Asda und Sainsbury immer mehr Kunden weg. Natürlich hat Aldi seine Produktpalette (h) angepasst. Zu Deutsch darf es dann auch nicht sein. Gegen das Konzept der deutschen Billiganbieter hat die Konkurrenz im Ausland bislang (i) . Dass Aldi jetzt ausgerechnet in Australien einen anderen Kurs ausprobiert, dennoch (j).

I.2. Was bedeuten im Text diese Ausdrücke? Erklären Sie sie auf Deutsch!

- k) hat gute Gründe:
- l) im Laufe der Zeit:

- m) in Grundzügen:
- n) kein Mittel gefunden:
- o) mischt die Supermarkt-Landschaft auf:
- p) spart Kosten:
- q) Filialen betreiben:
- r) die Welt steht Kopf:
- s) verfolgt eine neue Strategie:
- t) vergleichsweise:

II. Was bedeuten die unterstrichenen Ausdrücke? Schreiben Sie die ungarischen phraseologischen Entsprechungen hinzu! (Beispiel: Die Firma schließt den Vertrag noch heute ab. – A cég még ma megkötö a szerződést.)

- k) Herr Stolz führt das Unternehmen seit 20 Jahren.:
- l) Die GmbH hat letztes Jahr einen Gewinn erzielt.:
- m) Bitte unterbreiten Sie uns noch diese Woche ein Angebot!:
- n) Beim Hausbau entstehen verschiedene Kosten.:
- o) Der HR Manager führt das Gespräch mit dem Bewerber.:
- p) In Ungarn konnten mehrere deutsche Firmen letztes Jahr Fuß fassen.:
- q) Dieser Lieferant hat die besten Preise, so wurde ihm der Auftrag erteilt.:
- r) Die OTP AG war sehr erfolgreich und schüttet deshalb eine Dividende aus.:
- s) Der Abteilungsleiter übt Druck aus, damit das Produkt rechtzeitig fertig ist.:
- t) Mit dieser Neuerung hat das Unternehmen den Durchbruch geschafft.:

III. Ordnen Sie den Wendungen die passenden Bedeutungserklärungen zu!

- | | |
|--------------------------------|-----------------------------------|
| k) rote Zahlen schreiben: | 1. dasselbe Ziel verfolgen |
| l) auf ein Unternehmen setzen: | 2. einen Rekord erreichen |
| m) nach oben schießen: | 3. etwas ist schlecht gelungen |
| n) das Rekordhoch knacken: | 4. negatives Ergebnis erreichen |
| o) auf der Strecke bleiben: | 5. aufgeben müssen |
| p) an einem Strang ziehen: | 6. schließen |
| q) dumm gelaufen: | 7. jemanden / etwas beobachten |
| r) im Visier haben: | 8. das beste Ergebnis übertreffen |
| s) dicht machen: | 9. in eine Firma investieren |
| t) Sanktionen verhängen: | 10. eine Strafe anordnen |

IV. Ergänzen Sie die Wendungen mit den angegebenen Verben! Erklären Sie die Bedeutung der Ausdrücke!

- | | |
|------------------|------------|
| k) zur Kasse | 1. bringen |
| l) den Rabatt | 2. zahlen |
| m) im Wettbewerb | 3. stellen |
| n) auf den Markt | 4. bitten |

- | | |
|-----------------|-------------------|
| o) per Vorkasse | 5. tragen |
| p) die Lasten | 6. nehmen |
| q) die Grenze | 7. stehen |
| r) in Empfang | 8. geben |
| s) in Auftrag | 9. kürzen |
| t) unter Beweis | 10. überschreiten |

V. Ergänzen Sie die Sätze mit den (im Kasten) angegebenen Ausdrücken!

an der Spitze stehen	den Kürzeren ziehen	den Sprung wagen	den Weg freizumachen
die Zustimmung einholen	einen Umsatz verbuchen		in Aussicht stellen
unter anderem	über die Bühne gehen		verantwortlich machen

- k) Seit Jahren ist das Unternehmen sehr erfolgreich. Jetzt es sogar im Wettbewerb.
- l) Der Siemens-Rivale letztes Jahr von 1,6 Milliarden Euro.
- m) Allstrom hatte zugestimmt, bei der Energiesparte für 12,4 Milliarden Euro für das Angebot von GE
- n) Zur Zeit man der Aufsichtsbehörden für den Deal
- o) Mitsubishi und Siemens haben gegen den Wunschkandidaten
- p) Es ist nicht genug, dass Gesetze modernisiert werden, muss es einfacher werden, als Taxifahrer zu arbeiten.
- q) Google hat für dieses Jahr die Einführung eines neuen Produktes
- r) Für den Fehler man den Generaldirektor
- s) Microsoft stellt seine neueste dreidimensionale Brille vor, mit der es großen Damit kapituliert das Unternehmen in die Zukunft.
- t) Der Zusammenschluss der zwei Firmen soll bis August

9.4. A gyűjtött gazdasági kifejezések glosszáriuma

9.4.1. Kigyűjtött frazeologizmusok / Gazdasági frazeologizmusok⁵¹

WirtschaftsBlatt

szószám:5232 karakterszám: 32701/37821 frazeologizmusok száma: 103/51=49,5%
103/5232=0,0196% 51/5232=0,0097% cikkek száma: 14

01.10.2015 „1“ 1.⁵²

1. Es kann nur einen geben!: Csak egy maradhat! (Highlander)
2. beim Markenwert zulegen: erősödik a márka értéke
3. die Phalanx durchbrechen: áttöri a „csatasort“
4. im Rahmen: keretein belül, keretében
5. die Ergebnisse resümiieren: összefoglalja az eredményeket
6. (Markt-)Präsenz steigern: (piaci) jelenlétét növeli

02.10.2015 „1“ 2.

7. Ungemach droht: szerencsétlenség fenyeget
8. die Zeichen stehen auf Stagnation: a stagnálás jelei mutatkoznak
9. auf Wachstumskurs bleiben: tovább növekszik
10. vor allem: mindenek előtt
11. infrage stellen: megkérdőjelez
12. eine Stagnation signalisieren: stagnálást jelez
13. eine Zinserhöhung rückt in weite Ferne: a kamatemelés eltávolodik, a távolba veszik, távolinak tűnik
14. die Aktienkurse rutschen ab: a részvényárfolyamok csökkennek, zuhannak
15. bis vor Kurzem: röviddel ezelőttig
16. eine leichte Belebung melden: enyhe élénkülés/javulás jelentkezik
17. den Trend bestätigen: a trendet/fejlődést igazolja, bizonyítja
18. (Geschäfts)Daten veröffentlichen: (cég)adatokat nyilvánosságra hoz
19. Ergebnisse zusammenfassen: összefoglalja az eredményeket
20. laufende Geschäfte: jelenlegi ügyletek
21. das (Konjunktur)Barometer fällt: a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat
22. auf (Schrumpf)kurs bleiben: marad/tart a csökkenő tendencia
23. der Trend bestätigt sich: a tendencia beigazolódik

02.10.2015 „2“ 3.

24. einen Schub verleihen: lökést ad, beindít
25. Schadstoffe ausstoßen: káros anyagokat bocsát ki
26. die Schadenfreude macht sich breit: eluralkodik a káröröm

⁵¹ A gazdasági frazeologizmusokat a listában aláhúzott vastag dőlt betűvel jelölöm

⁵² A számok „”-jelben az ugyanazon napokról gyűjtött cikkek számát, míg a vastag számok az egyes újságokhoz tartozó cikkek számát jelölik

27. einen Nachfragepull auslösen: keresleti nyomást okoz

28. aus der Not eine Tugend machen: A szükségből erényt kovácsol/csinál.

29. einen Impuls bekommen: lökést kap

30. Laden betreiben: üzletet működtet

31. in Bezug auf: vonatkozóan, vonatkozik vmire

32. sowohl-als auch: nemcsak hanem is

18.04.2015

4.

33. die Karriere scheitert: a karrier kudarcba fullad/nem sikerül

34. durch die Prüfung fallen: megbukni a vizsgán

35. die Lektion lernen: megtanulja a leckét

36. weder-noch: sem-sem

37. Geld verdienen: pénzt keres

30.09.2015

5.

38. der Teufel steckt im Detail: az ördög a részletekben rejlik

39. ins Auge fassen: fontolóra vesz, szemügyre vesz

40. unter Wasser sein: elborít, elönt itt: bedől (hitel)

41. der Kurs rutschte ab: az árfolyam visszaesett

42. den Schaden lindern: csökkenti a kárt

01.10.2015 „2“

6.

43. Rituale pflegen: gyakorolja a rituálét

44. keinen Zweifel lassen: kétséget sem hagy

45. in Frage kommen: szóba kerül

46. Signale senden: jelet küld

47. Zahlen liefern: adatokkal szolgál

48. Produktivität legt zu: nő a termelékenység

26.02.2014

7.

49. im Wert von: értékben

50. auf hohem Niveau verharren: magas szinten marad

51. bei einem Wert von: értékben

52. Verluste hinnehmen: veszteséget elfogad

53. im Schnitt: átlagban, átlagosan

54. Vermögen besitzen: vagyonnal rendelkezik

27.08.2014

8.

55. in die Rezession abrutschen: recesszióba esik, zuhan

56. die Produktion stagniert: a termelés stagnál

57. die Wirtschaftsleistung geht zurück: a gazdasági teljesítmény visszaesett

58. das Bruttoinlandsprodukt (BIP) schrumpfte: a GDP csökkent

59. nach Angaben: adatai szerint

19.03.2015

9.

60. Millionen im Feuer haben: milliókat tart a tűzben (több vasat tart a tűzben)

61. ins Trudeln geraten: bizonytalanra válik, problémája adódik

62. im Bestand haben: készleten van

63. (Geschäfts)Risiken absichern: (üzleti) kockázatot kivédeni

64. Garantie gewähren: garanciát nyújt

65. Auswirkungen haben: hatással van

66. jmdm. unter die Arme greifen: segíteni vkinek

67. an den Abgrund geraten: csőd szélére jut

68. (Gewinn)Einbruch erleiden: visszaesést szenved el / ér meg, csökkenő nyeresége van

69. Millionen im Feuer stehen (haben): milliókat tart a tűzben (több vasat tart a tűzben)

70. eine Abschreibung vornehmen: leírást/értékcsökkenést hajt végre

29.09.2014

10.

71. Knochenarbeit (knochenharte Arbeit): nagyon nehéz (kőkemény) munka

72. im Wert von: értékben

73. in den Besitz gelangen: tulajdonába kerül

74. laut Gesetz: törvény szerint

75. fauler Kredit: kockázatos hitel

76. in Form von: vminek a formájában

77. Knochenarbeit: nagyon nehéz (kőkemény) munka

02.10.2015 „3“

11.

78. die Lage verschärft sich: kiéleződik a helyzet

79. flaute Konjunktur: gyenge emelkedés, gyenge konjunktúra

80. ohne Job da stehen: munkanélküli

81. ein (leichtes) Plus verzeichnen: (kis/enyhe) nyereséget jegyez/könyvel el

82. im Schnitt: átlagban, átlagosan

83. den Zenit erreichen: eléri a csúcst (érték)

84. prekäre Lage: kényes helyzet

01.10.2015 „3“

12.

85. die Konjunktur ankurbeln: felélénkíti/beindítja a konjunktúrát

86. den (Immobilien)markt beleben: felélénkíti az (ingatlan)piacot

87. mit Ausnahme von: kivételével

88. Sorgen schüren: félelmet gerjeszt

89. in Aufruhr versetzen: felhördülést/felkelést/tiltakozást vált ki

90. den Hebel ansetzen: munkába fog ott, ahol az a leghatékonyabb

29.09.2015

13.

91. auf wackligen Füßen stehen: ingatag lábakon áll

92. auf ein Rekordtief fallen (an der Börse): legalacsonyabb szintre / értékre esik (tőzsdén)

93. ins Plus drehen: nyereséges lesz

94. Ankurbelung der Konjunktur: a konjunktúra fellendítése

95. unter (Verkaufs)druck stehen: értékesítési kényszer / nyomás alatt áll

96. ins Gespräch bringen: szóba hoz

01.10.2015 „4“ **14.**

97. als schlechtes Omen werten: rossz jelnek tekint/értékel

98. das Wachstum rutscht unter die Marke: a növekedés egy bizonyos szint / érték alá esik

99. einen Anstieg anpeilen: emelkedést / növekedést céloz meg

100. Zweifel kommen auf: kétségek merülnek fel

101. unter der Wachstumsschwelle liegen: a növekedési szint alatt van

102. auf den Weg bringen: beindít

103. auf der Tagesordnung stehen: napirenden van

DER STANDARD

szószám:5440 karakterszám:34429/39761 frazeologizmusok száma:82/**31=37,8%**

82/5440=0,015%

31/5440=0,0056%

cikkek száma: 15

5.10.2015 **1.**

104. die Zahl sinkt auf einen Rekordtief: a szám rekord alacsony értékre esik vissza

105. eine Rolle spielen: szerepet játszik

106. einen Schwung geben: lendületet ad, beindít

107. das Ziel erreichen: eléri a célt

108. Sorge bereiten: gondot okoz

4. Oktober 2015 **2.**

109. einen Antrag stellen: kérvényt nyújt be

110. das letzte Wort behalten: övé az utolsó szó

111. Regeln gelten: szabályok érvényesek

1. Oktober 2015 **3.**

112. etwas ins Treffen führen: érvényesít, indokként felhoz

113. eine Studie belegt: tanulmány alátámasztja, bizonyítja

114. eine Studie erstellen: tanulmányt készít

115. über dem Schnitt liegen: az átlag fölött van

116. in weite Ferne rücken: eltávolodik

117. besteht ein enger Zusammenhang: szoros összefüggés/kapcsolat áll fenn

28. September 2015 **4.**

118. es schwer haben: nehéz dolga van

119. Spuren hinterlassen: nyomot hagy

120. sowohl als auch: is-is

121. einen leichten Zuwachs verzeichnen: kisebb növekedést ér el

122. im Wert von: értékben, mértékben

123. es schwer haben: nehéz dolga van
124. Wachstum erzielen: növekedést ér el
125. einen Zuwachs erzielen: növekedést ér el
126. die Exporte brachen ein: visszaesett az export
127. im Wert von: értékben, mértékben

30. September 2015 5.

128. sich auf die Hinterbeine stellen: fáradozik, itt: ellenáll, tiltakozik
 129. etwas/jmdm den Kampf ansagen: ellenáll vminek, felveszi a harcot vmivel
 130. Gräben vertiefen: mélyül a szakadék
 131. auf dem Rückzug sein: visszavonul
 132. Manifest verabschieden: kiálltványt/nyilatkozatot elfogad

5.10.2015 „2” 6.

- 133. rote Zahlen: veszteség**
134. einer Pleite entkommen: megmenekül a csődtől / elkerüli a csődöt
135. ein Geschäft eröffnen: céget alapít
136-138. Firmengründer (Firmen gründen) (3): cégalapító
 139. Alleinherrscher (allein herrschen): egyeduralkodó
140. einen Schadenersatz zahlen: kártérítést fizet
 141. mit allen Mitteln kämpfen: minden eszközzel harcolni
 142. Spuren hinterlassen: nyomot hagy
143. Personal abbauen: leépíti a személyzetet

1.10.2015 „2” 7.

144. die Nummer eins sein: elsőnek/legjobbna lenni
145. den Markenwert steigern: a márka értékét javítani

1.10.2015 „3” 8.

- 146. Jobs abbauen: munkahelyeket szüntet meg**
147. Arbeitsplätze abbauen: munkahelyeket szüntet meg
148. Stellenabbau (Stellen abbauen): munkahelyek megszüntetése
 149. unter anderem: többek között
 150. zum Einsatz kommen: használ, alkalmaz

30.09.2015 „2” 9.

- 151. Marktbeherrschung (den Markt beherrschen): piac uralma**
 152. unter Dach und Fach sein: tető alatt van, el van intézve
 153. eine Entscheidung fällen: döntést hoz
154. Verluste schreiben – veszteséges, veszteséget könyvel el

28.09.2015 „2” 10.

155. nach Angaben: adatok szerint
 156. in absehbarer Zukunft: belátható időn belül

157. einen Protest auslösen: tiltakozást vált ki
 158. (k)einen Sinn ergeben: nincs/van értelme vminek
 159. die Finger von etwas lassen: nem csinálni vmit
 160. nach wie vor: mint eddig

4.10.2015 „2” **11.**

161. auf dem Spiel stehen: kockán forog
162. zum Streik aufrufen: sztrájkra szólít fel
 163. auf dem Spiel stehen: kockán forog
164. Stellen abbauen: munkahelyeket épít le
165. zum Streik aufrufen: sztrájkra szólít fel
166. den (Flug)betrieb lahmlegen: megbénítja az üzem működését
 167. eine Absage erteilen: elutasít

26. September 2015 **12.**

168. jemanden abblitzen lassen: leráz, elutasít
 169. jemanden abblitzen lassen: leráz, elutasít
 170. Ziel erreichen: eléri a célt
 171. die Runde machen: körbe jár, terjed
 172. vor allem: mindenk előtt

5.10.2015 „3” **13.**

- 173. Kapital aufbringen: tőkét előteremt**
174. Aktien ausgeben: részvényt kibocsájt
175. jmdn zur Kasse bitten: kifizettet
 176. vor allem: mindenk előtt
177. einen Kredit aufnehmen: hitelt vesz fel
 178. in Bedrängnis bringen: megfenyeget, nyomás alá helyez, itt: rossz helyzetbe hoz

5.10.2015 „4” **14.**

179. Gebrauch machen: alkalmaz, él vmivel
180. in Summe: összegben kifejezve
 181. Gebrauch machen: alkalmaz, él vmivel
 182. Veto einlegen: tiltakozik

3. Oktober 2015 **15.**

183. Vertrag abschließen: szerződést köt
 184. eine Offensive starten: támadásba lendül
 185. eine Rolle spielen: szerepet játszik

Neue Zürcher Zeitung

szószám:5380 karakterszám:34988/40301 frazeologizmusok száma:104/**26=25%**
 104/5380=0,0193% **26/5380=0,004%** cikkek száma: 9

5.10.2015

1.

186. der (wirtschaftliche) Nutzen fällt gering aus: alacsony a (gazdasági) haszna

187. im besten Fall: legjobb esetben

188. in Kraft treten: érvénybe lép / hatályba lép

189. in Kraft treten: érvénybe lép / hatályba lép

190. einen schweren Stand haben: nehézségekbe ütközik

191. das Weisse Haus: Fehér Ház

192. Steuer erheben: adót vet ki

193. vor allem: mindenek előtt

5.10.2015 „2“

2.

194. unter Dach und Fach sein: tető alatt van

195. die Hürden nehmen: akadályokat legyőzi

196. Wirkungen entfalten: kifejti hatását

197. Ziel erreichen: eléri a célt

198. Differenzen ausräumen: elsímítja / eloszlatja / megszünteti a különbségeket

199. die Hürden nehmen: akadályokat legyőzi

200. Wirkungen entfalten: kifejti hatását

201. Streit schlichten: viszályt, vitát elsimít

202. unter der Ägide von: égisze alatt

203. sich in den Haaren liegen: veszekedik

6.10.2015

3.

204. Reformen umsetzen: reformokat megvalósít

205. im Interesse: vkinek az érdekében

206. Mittel freigeben: eszközöket rendelkezésre bocsát

207. einen Entwurf vorlegen: tervet nyújt be

208. den Haushalt verabschieden: költségvetést elfogad

209. Gefahr laufen: veszélynek van kitéve

6.10.2015 „2”

4.

210. für Aufsehen sorgen: felkelti az érdeklődést

211. keinen Aufwand scheuen: nem sajnál semennyi ráfordítást, „semmi sem drága”

212. im Schnitt: átlagban, átlagosan

213. in die Hand geben: kezére játszik, rendelkezésre bocsát

214. zur Verfügung stellen: rendelkezésre bocsát

215. im Interesse von: vkinek az érdekében

216. einen Gewinn erwirtschaften: nyereséget ér el

217. die Tage sind gezählt: a napok meg vannak számlálva

218. Briefkastenfirmen: csak egy postaládát üzemeltető cégek

219. Anreize schaffen: ösztönzést ad

220. Klarheit schaffen: tiszta vizet önt a pohárba

221. in Kraft treten: érvénybe lép

222. stille Reserve: rejtett tartalék

223. vor einer Herausforderung stehen: kihívás előtt áll

224. Trümpfe in der Hand haben: kezében tartja az adut

225. aus etwas Vorteile ziehen: előnyt kovácsol

5.10.2015. „3” 5.

226. Bericht vorlegen: jelentést benyújt

227. Folgen haben: következménye van
228. im Sand verlaufen: feledésbe merül
229. Schritt halten: lépést tart
230. es stellt sich die Frage: felmerül a kérdés
231. jemandes Handschrift tragen: jellemző rá, magán hordozza vkinek a kézjegyét
232. Einfluss haben: hatással van
233. Rückenwind geben: támogat
234. Einigung erzielen: megegyezik, egyezsége jut
235. Maßnahmen ergreifen: intézkedést hoz
236. für gleich lange Spiesse sorgen: egyenlő esélyekkel küzd
237. im Unterschied zu: összehasonlítva, ellentétben
238. Chancen bieten: meg van az esélye, kínálkozik a lehetőség
239. Schatten vorauswerfen: előre vetít, jelei mutatkoznak
240. im Rahmen von: keretein belül
241. vor Ort: helyben, a helyszínen
242. Grundlagen schaffen: megteremti az alapokat
243. mit Bezug auf: összefüggésben vmivel, hivatkozva vmire
244. im Detail: részletekbe menően, részletesen
245. Vorkehrungen treffen: óvintézkedéseket tesz
246. Änderungen vornehmen: változtatásokat eszközöl/visz véghez

6.10.2015 „3” 6.

247. das Geld wert sein: megéri a pénzét

248. ins Leere stößen: értelmét veszti, hatástalanná válik
249. alle Jahre wieder: minden évben, évről évre
250. auf der Basis von: alapján vminek
251. in Anspruch nehmen: igénybe vesz
252. Rendite erwirtschaften: hozamot ér el
253. Gewinne realisieren: nyereséget ér el
254. Risiken tragen: kockázatot visel
255. ins Leere stößen: értelmét veszti, hatástalanná válik

6.10.2015 „4” 7.

256. eine Stellung einnehmen: helyet foglal, pozícióban van
257. an den Rand drängen: kiszorít, perifériára lök
258. großes Publikum finden: nagy nyilvánosságot kap
259. von Jahr zu Jahr: évről évre
260. eine Ausnahme darstellen: kivételt képez
261. im Vergleich zu: összehasonlítva
262. einen Rückgang verzeichnen: visszaesést ér el / visszaesik
263. einen Verlust ausweisen: veszteséget könyvel el / veszteséges
264. Einbussen hinnehmen: veszteséget könyvel el
265. pro Tag: naponta
266. im Gegenzug: ellentétben

267. den Geldbeutel zücken: fizet (előhúzza pénztárcáját)

268. in diesem Sinn: ebben az értelemben

269. Daten erheben: adatot rögzít

6.10.2015 „5” 8.

270. Kurseinbruch (der Kurs bricht ein): árfolyamvisszaesés

271. Kurseinbruch (der Kurs bricht ein): árfolyamvisszaesés

272. Stellung nehmen: állást foglal

273. (der Kurs) schnell in die Höhe: egekbe szökik az árolyam

274. sich keine Gründe gewahr sein: nem ismeri az okait

5.10.2015 „4” 9.

275. (die Branche) steckt in den Kinderschuhen: (az ágazat) gyerekcipőben jár

276. pro Jahr: évente

277. die Preise kippen ins Negative: veszteségessé válik, mínuszba fordulnak az árak

278. Erfahrungen sammeln: tapasztalatot gyűjt

279. Geld verdienen: pénzt keres

280. Interesse wecken: felkelti az érdeklődést

281. im Vergleich dazu: összehasonlítva

282. ins Gewicht fallen: nyom a latba

283. Abschreibungen vornehmen: értékcsökkentést könyvel el, leír

284. von etwas Zeugnis ablegen: bizonyít, elismer

285. unter anderem: többek között

286. von Bedeutung sein: jelentőséggel bír

287. Gewinn abwerfen: nyereséget könyvel el/ér el

288. Verwendung finden: felhasználásra kerül

289. in den Kinderschuhen stecken: gyerekcipőben jár

Frankfurter Allgemeine Zeitung

szószám:6260 karakterszám:40233/44255 frazeologizmusok

102/6260=0,0162%

44/6260=0,007%

száma:102/**44=43,13%**

cikkek száma: 12

06.10.2015 1.

290. ein Auftragsminus verbuchen: megbízások terén negatív csúcsot ér el, nincsenek megbízások

291-292. (Neu)Auftrag erhalten: megbízást kap

293. in Folge: sorozatban

294. in Folge: sorozatban

26.09.2015 2.

295. die Fronten verhärten sich: kiéleződik a helyzet

296. nach Auswegen suchen: keresi a kiutat

297. dem Grunde nach: ebből az okból kifolyólag

298. den Antrag zurückweisen: elutasítja a kérelmet

299. (juristische) Auseinandersetzung führen: vitatkozik, pereskedik
300. ein Verfahren liegt vor: eljárás folyik
301. zustande kommen: létre jön
302. die Vorwürfe bestreiten: visszautasítja a vádakat

25.09.2015

3.

- 303. Geld verdienen: pénzt keres**
304. Normen einhalten: betartja az normákat, irányelveket
305. Strafen drohen: büntetés fenyegeti
306. in Berufung gehen: fellebez
307. Gespräche führen: tárgyalásokat folytat

07.10.2015

4.

308. vor allem: mindenek előtt
309. im Wert von: mértékben

29.09.2015

5.

- 310. Wachstum erzielen: növekedést ér el**
311. vor allem: mindenek előtt
312. in Folge: sorozatban
313. Schulden tilgen: törleszti az adósságot
314. (Geld)vermögen anhäufen: vagyont halmoz fel
315. Zuwachs verbuchen: növekedést ér el

07.10.2015 „2”

6.

- 316-317. Gewinn machen: nyereséget ér el**
318. Gewinn einfahren: nyereséget ér el
319. nach wie vor: úgy, mint eddig
320. vor allem: mindenek előtt
321. (Geschäfts)Zahlen vorlegen: bemutatja az üzleti számadatokat
322. einen hohen Absatz erzielen: magas számú értékesítést csinál
323. der Preiswettbewerb tobt: az árverseny tombol
324. (Absatz)Erfolge verzeichnen: sikereket könyvel el az értékesítésben
325. Detail nennen: megnevezi a részleteket
326. (Geschäfts)Zahlen vorlegen: bemutatja a számadatokat

26.09.2015 „2”

7.

327. das Glück in der Ferne wagen: szerencsét próbál
328. jdm. den Schlaf rauben: kiveri az álmot a szeméből, nem hagyja nyugodni
329. zu Besuch kommen: látogatóba jön
330-331. die Immobilienblase platzt: kidurran/kipukkad az ingatlanpiaci buborék
332. die Frage stellt sich: felmerül a kérdés
333. die Rede ist von etwas: vmiről szó van
334. Aufträge bleiben aus: elmaradnak a megbízások
335. Angestellten entlassen: felmond az alkalmazottaknak

336. auf wackeligen Beinen stehen: bizonytalan lábakon áll

03.10.2015

8.

337-338. in Aktien anlegen: részvényekbe fektet be

339. Geld in Aktien anlegen: pénzt fektet be részvényekbe

340. das oberste Gebot: a legfőbb parancsolat (itt:a legfontosabb szempont)

341. weitere Verbreitung finden: széles körben elterjedt

342. Geld anlegen: pénzt fektet be

343. in der Tat: valójában

344. zur Vorsicht mahnen: óvatosságra int

345. in Aktien investieren: részvényekbe fektet be

346. unter Wasser stehen: „víz alá kerül“

347. auf jeden Fall: minden esetre

348. in die Krise geraten: válságba kerül

349. die Frage stellt sich: felmerül a kérdés

07.10.2015 „3”

9.

350. (10.000-Punkte-)Marke knacken: átlépi / túlszárnyallja a határt / értéket

351. auf ein Jahrestief fallen: az éves legalacsonyabb értékre esik

352. in Folge: sorozatban

353. allen voran: mindenek előtt

06.07.2015

10.

354-355. an die Börse gehen: tőzsdére megy

356. Passwort eingeben: jelszót megad

357. Bankdaten preisgeben: kiadni a banki adatokat

358-359. (Onlinebank)Daten eingeben: online banki adatokat megad

360. Gefahr lauert: veszély leselkedik

361. unter einem Vorwand: vminek az ürügyén

362. mit Hilfe: segítségével

363. das Konto plündern: kifosztja a számlát

364. im Zweifel: kétség esetén

365. Bankdaten hinterlegen: banki adatokat letétbe helyez

366. Pin-Codes eingeben: pin kódot ad meg

367. Grenzen setzen: meghúzza a határokat

368. nach wie vor: úgy, mint eddig

369. im Nachhinein: utólag

370. Risiko minimieren: kockázatot minimalizál

371. im Zweifelsfall: kétség esetén

372. Vorteil genießen: előnyt élvez

373. in Bewegung sein: mozgásban van

374. mit von der Partie sein: jelen van, részt vesz vmiben

375. holpriger Start: göröngyös/nehéz kezdet

376. Konkurrenz machen: konkurenciát csinál

16.01.2015

11.

- 377. Anspruch erheben: igényt támaszt
- 378. Angst machen: félelmet kelt
- 379. eine Pause einlegen: szünetet tart
- 380. zur Verfügung stellen: rendelkezésre bocsájt
- 381. sich in Grenzen halten: kordában tart
- 382. in Aussicht stellen: kilátásba helyez**
- 383. auf breiter Front: széles körben

20.01.2015

12.

- 384. verantwortlich machen: felelőssé tesz**
- 385. Eindruck hinterlassen: nyomot hagy
- 386. zum Beispiel: például
- 387-388. Stelle(n) schaffen: munkahelye(ke)t hoz létre**
- 389-390. auf der anderen Seite: másrésről
- 391. Stellen entstehen: munkahelyek jönnek létre**

DIE WELT

szószám:5555 karakterszám:34608/40090 frazeologizmusok száma:114/22=19,29%
114/5555=0,0205% **22/5555=0,0039%** cikkek száma: 9

06.10.2015

1.

- 392. nach wie vor: úgy, mint eddig
- 393. nach Berechnungen: számítások szerint
- 394. Entwarnung geben: lefújja a riadót
- 395. unter der Ägide: égisze alatt
- 396. in puncto: vonatkozóan, tekintve, szempontjából
- 397. Fortschritte erzielen: előrehaladást ér el, halad
- 398. im Schnitt: átlagban, átlagosan
- 399. im Zuge: kapcsolatban, összefüggésben
- 400. rote Zahlen schreiben: veszteséget könyvel el**
- 401. Mitleid erregen: együttérzést kelt
- 402. Anlass zur Sorge geben: aggodalomra ad okot
- 403. auf Kritik stoßen: kritikába ütközik
- 404. (Kapazitäts)reserve einrichten: tartalékot képez**
- 405. das Ziel erreichen: eléri a célt
- 406-407. erneuerbare Energie: megújuló energia**

24.08.2015

2.

- 408. unter Berufung auf: hivatkozva
- 409. die Lage spitzt sich zu: kiéleződik a helyzet
- 410. auf der Kippe stehen: a tönk szélén áll, bizonytalan/veszélyes helyzetben van
- 411. laut Berechnungen: számítások szerint
- 412. erneuerbare Energie: megújuló energia**
- 413. klar machen: világossá teszi, tisztázza
- 414. Handlungsbedarf sehen: cselekvésre van szükség, cselekedni kell

07.10.2015

3.

- 415. sein Amt niederlegen: lemond tisztségéről
- 416. mit Blick auf: tekingettel vmire
- 417. unter anderem: többek között
- 418. seinen Beitrag leisten: hozzájárul
- 419. weder-noch: sem-sem
- 420. Bedenken haben: aggódik/aggodalmaskodik vmi miatt
- 421. vor der Wahl stehen: döntés/választás előtt áll
- 422. Chef berufen: kinevezi a vezetőt**
- 423. an der Spitze stehen: csúcson van, vezető
- 424. ein Studium absolvieren: tanulmányokat folytat

25.08.2015

4.

- 425. vor Ort sein: helyben/helyszínen van
- 426. eine Panne passieren: hiba történik
- 427. einen Rundgang machen: körbejár, „kilincsel“
- 428. eine Rolle spielen: szerepet játszik
- 429. Sanktionen verhängen: szankciókat vet ki
- 430-431. der Kalte Krieg: hidegháború
- 432. den Kurs ändern: megváltoztatja az irányt, más irányba megy tovább**
- 433. auf kleinerer Flamme: kisebb mértékben, mérsékelten
- 434-435. auf der Suche nach etwas sein: vmit kutat/keres
- 436. im Umbruch stecken: változáson megy keresztül
- 437. Geld verschlingen: elnyeli a pénzt**
- 438. der Mittlere Osten: Közel Kelet
- 439. einen Einblick bekommen: bepillantást nyer
- 440. im Einsatz sein: „bevetésen van“, használják
- 441. nach Ansicht von: meglátása szerint
- 442. zwei Gesichter zeigen: két arcát mutatja, kétszínű
- 443. Zwangspause verhängen: kényszerpihenőt iktat be
- 444. Anschluss finden: kapcsolódik
- 445. in Hülle und Fülle: sok/rengeteg van vmiből, bőséges
- 446. den Nimbus verlieren: elveszti hírnevét

20.08.2015

5.

- 447. die Telefone glühen: égnek a vonalak
- 448. die Frage lautet: a kérdés úgy hangzik
- 449. die Frage stellen: felteszi a kérdést
- 450. einen Verlust verzeichnen: veszteséget könyvel el**
- 451. im Minus schließen: veszteséggel zár**
- 452. kein Halten kennen: nincs megállás
- 453-454. im Vergleich zu: összehasonlítva
- 455. der Preis schießt nach oben: az ár az egekbe szökik**
- 456. auf dem höchsten Stand: legmagasabb értéken/szinten**
- 457. sicherer Hafen: biztos pont
- 458. stürmische Zeiten: viharos idők

459. ein Rekordhoch markieren (DAX): rekordmagas eredményt ér el

460. das Reich der Mitte: Kína
461. das böse Erwachen kommt: jön a keserű ébredés
462. sich in Luft auflösen: köddé válik, felszívódik
463. mehr und mehr: egyre inkább/jobban

464. in der Krise stecken: válságban van

465. auf Jahressicht: az egész évet tekintve

466. an Wert eingebüßen: veszít az értékéből

467. Börsenbarometer: a tőzsdei befeketeési kedvet jelző adat

468. aus der Patsche helfen: kihúzza a kátyúból
469. in die Zukunft blicken: a jövőbe néz

07.10.2015 „2“ 6.

470. im Fall: esetben, esetén
471. weit gefasster Begriff: tág fogalom
472. den Preis entrichten: kifizeti az árat
473. die ganze Zeit über: egész idő alatt

04.10.2015 7.

474. den Rücken stärken: támogat
475. im Fall: esetben, esetén
476. aus der Sicht: nézőpontból

22.08.2015 8.

477. unter einem Dach leben: egy fedél alatt él
478. wilde Ehe: vadházasság
479-482. in der Regel (4): rendszerint, általában
483. auf der Hand liegen: kézenfekvő
484. die Grundregel gilt: érvényesül az alapelv
485. von nun an: mostantól fogva
486. Potenzial bieten: lehetőséget nyújt
487. Kosten übernehmen: átvállalja a költséget
488. für den Fall der Fälle: minden esetre
489. die Summe berechnen: kiszámítja az összeget
490-491. Recht einräumen: jogot biztosít
492. leer ausgehen: üres kézzel távozik
493-494. die Klage abweisen: elutasítja a keresetet
495. im Falle: esetén

07.10.2015 „3“ 9.

496. zum Teil: részben
497. die Rede sein von etwas: van szó róla
498. entweder-oder: vagy-vagy
499. die Preise purzeln: az árak zuhannak
500. erneuerbare Energie: megújuló energia
501. im Gegenteil: (épp) ellenkezőleg

502. **Geld abknöpfen: pénzt gombol le róla**
 503. zum Großteil: nagyrészben
 504. auf die Tricks hereinfallen: lépre megy
 505. von etwas Gebrauch machen: használ, alkalmaz

WirtschaftsWoche

szószám:3399 karakterszám: 21030/24371 frazeologizmusok száma:116/40=34,78%
 116/3399=0,034% **40/3399=0,0117%** cikkek száma: 22

17.02.2014 **1.**

506. **Qualitätswerte aufspüren: minőségi értékpapírokat talál**
 507. **Gewinn erzielen: nyereséget ér el**
 508. im Schnitt: átlagban
 509. **die Aktie handeln: részvénnnyel kereskedik**
 510. ins Spiel kommen: megjelenik, színre lép
 511. **das Unternehmen führen: vállalatot vezet**
 512. laut Berechnungen: számítások szerint
 513. **auf ein Unternehmen setzen: egy vállalatba befektetni / egy vállalatra tenni**
 514. **den Rekordhoch knacken: túlszárnyalni az eddigi rekord eredményt**

15. Februar 2014 **2.**

515. zur Kasse bitten: fizettetni
 516. **Rabatt kürzen: kedvezményt csökkent**
 517. die Zeche zahlen: kifizeti a számlát
 518. schrittweise: lépésről lépésre
 519. **Kosten sparen: költséget takarít meg**
 520. unter dem Strich: összességében, végülis
 521. im Durchschnitt: átlagban
 522. **im Wettbewerb stehen: versenyben van / áll**

15.02.2014 „2” **3.**

523. zu Besuch sein: meglátogat, látogatóban van
 524. im Schnitt: átlagban
 525. die Post geht ab: nagy a nyüzsgés
 526. Schatten auf etwas werfen: beárnyékolja
 527. im Vergleich zum: összehasonlítva
 528. **(Aufwärts)trend zeichnet sich ab: fellendülési trend figyelhető meg, rajzolódik ki**
 529. weiter im Geschäft bleiben: továbbra is „játékban” marad
 530. **Angebot unterbreiten: ajánlatot tesz**
 531. auf jeden Fall: minden esetre
 532. unter anderem: többek között
 533. zur Verfügung haben: rendelkezésére áll
 534. zum Glück: szerencsére
 535. **auf den Markt bringen: piacra dob**
 536. Spaß machen: szórakoztat

24.03.2014

4.

- 537-538. in Höhe von: mértékben
- 539. unter anderem: többek között
- 540. zum Vergleich: összehasonlításul
- 541. Kosten entstehen: felmerül a költség**
- 542. laut Angaben: az adatok szerint

19.04.2016

5.

- 543. per Vorkasse zahlen: előre fizet**
- 544. Anzeige stellen: feljelentést tesz
- 545. Straftäter ermitteln: bűnözőt kinyomozni
- 546. Betrüger fassen: bűnözőt elkapni

02.08.2015

6.

- 547. dicht machen: bezár (céget)**
- 548. Fuß fassen: megveti a lábát
- 549. Betrieb einstellen: bezárja a céget / vállalatot**
- 550. in Erfahrung bringen: megtud

19. Juli 2015

7.

- 551-552. an einem Strang ziehen: egy érdeket követ / ugyanazt a célt követi
- 553. Grund zur Freude sein: ok az öröme
- 554. in die Röhre schauen: üres kézzel távozik
- 555. es herrscht Dürre: aszály van itt: nem történik semmi
- 556. zum Vergleich: összehasonlításul
- 557. an der Zeit sein: itt az idő
- 558. in Aussicht stellen: kilátásba helyez**
- 559. Aktien zeichnen: részvényt jegyez**

16. August 2015

8.

- 560. nach wie vor: úgy mint eddig
- 561. Politik betreiben: politizál
- 562. die Lasten tragen: terheket visel**
- 563. die Grenze überschreiten: átlépi a határt**
- 564. aus den Augen verlieren: szem elől téveszt

07. April 2016

9.

- 565. Druck ausüben: nyomást gyakorol**
- 566. dumm gelaufen: balul sült el**
- 567. Briefkastenfirmen: csak egy postaládát üzemeltető cégek**
- 568. Geschäfte machen: működik, tevékenykedik**
- 569. im Gegenteil: ellenkezőleg
- 570. einen Maulkorb bekommen: szájkosarat kap, elhallgattatják
- 571. Gegner ausschalten: kiiktatja az ellenfelet

572. fest im Sattel sitzen: biztonságban van, biztosan üli meg a lovat

29.07.2015 **10.**

573. zur Kasse bitten: kifizettet
574. im Visier haben: szemmel tart
575. nach Angaben: adatai szerint
576. der Ansicht sein: azon a véleményen van
577-578. vor Gericht ziehen: beperel

22.12.2015 **11.**

579. in Empfang nehmen: átvész

04. Mai 2016 **12.**

580. die Zustimmung einholen: beleegyezését kéri
581. einen Auftrag erteilen: megbízást ad
582. nach Angaben: adatok szerint

15.09.2015 **13.**

583. in den Hintergrund geraten: háttérbe szorul
584. den Durchbruch schaffen: áttörést ér el
585. mehr als: több mint

25.02.2016 **14.**

586. seinen Anfang nehmen: kezdetét veszi
587. aus der Sicht: nézőpontból
588. in Auftrag geben: megbízást ad
589. Risiken eingehen: kockázatot vállal

15. Juli 2015 **15.**

590. unter anderem: többek között
591. einen Anlauf nehmen: nekifut
592. in der Regel: rendszerint
593. den Sprung wagen: mer vmít megtenni, fejest ugrik vmibe
594. mehr als: több mint
595. ins Auge fassen: tervez
596. die Pläne durchkreuzen: keresztülhúzza a számításait
597. in Aussicht stellen: kilátásba helyez

17. Juli 2015 **16.**

598. unter Dach und Fach bringen (Firmenübernahme): tető alá visz
599. den Kürzeren ziehen: rövidebbet húzza

06.07.2015

17.

- 600. den Weg freimachen: szabddá teszi az utat
- 601. in die Geschichte eingehen: híessé válik
- 602. auf den Wunsch eingehen: eleget tesz a kérésnek
- 603. von Anfang an: kezdettől fogva
- 604. auf die Pauke hauen: dicsekszik

28. Juli 2015

18.

- 605-606. Zuwächse verbuchen: nyereséget ér el / könyvel el
- 607. einen Umsatz verbuchen: forgalmat ér el**

27. Mai 2015

19.

- 608. jmdm. den Kampf ansagen: vkit harcra hív
- 609. Dividendenausschüttung: osztalék kiosztás**
- 610. Dividende ausschütten: osztalékot oszt ki**
- 611. Dividenden zahlen: osztalékot fizet**
- 612. unter anderem: többek között

07. Januar 2016

20.

- 613. im Vergleich zu: összehasonlítva
- 614. die Spreu vom Weizen trennen: elválik a pelyva a búzától
- 615. auf der Strecke bleiben: negatív eredményt ér el**

15. Juli 2015

21.

- 616. unter Beweis stellen: bebizonyít**
- 617. Ergebnisse veröffentlichen: eredményeket nyilvánosságra hoz**
- 618. auf Herz und Nieren prüfen: töviről hegyire átvizsgál
- 619. mit von der Partie sein: részt vesz vmiben

01. August 2015

22.

- 620. über die Bühne gehen: lebonyolódik, lezajlik
- 621. den Markt sättigen: a piac telítődik**

9.4.2. Gazdasági frazeologizmusok listája ABC-ben szegmensenként

Források: WirtschaftsBlatt (WB), DER STANDARD (DS), Neue Zürcher Zeitung (NZZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), DIE WELT (DW), WirtschaftsWoche (WIWO)

TŐZSDE (25), MAKROPÉNZÜGYEK (39), VÁLLALATI MECHANIZMUSOK, FOLYAMATOK (79), GAZDASÁGI FOLYAMATOK (42)⁵³

1. adat: Daten erheben – adatot rögzít (NZZ 7)
2. adat: Bankdaten hinterlegen – banki adatokat letétbe helyez (FAZ 10)
3. adat: Bankdaten preisgeben – kiadni a banki adatokat (FAZ 10)
4. adat: (Geschäfts)Daten veröffentlichen – (cég)adatokat nyilvánosságra hoz (WB 2)
5. adat: (Geschäfts)Zahlen liefern – (pénzügyi) adatokkal szolgál (WB 6)
6. adat: (Geschäfts)Zahlen vorlegen – bemutatja az üzleti számadatokat (FAZ 6, FAZ 6)
7. adat: (Onlinebank)Daten eingeben – online banki adatokat megad (FAZ 10, FAZ 10)
8. adó: Steuer erheben – adót vet ki (NZZ 1)
9. adósság: Schulden tilgen – törleszti az adósságot (FAZ 5)
10. ajánlat: Angebot unterbreiten – ajánlatot tesz (WIWO 3)
11. alkalmazott: Angestellten entlassen – felmond az alkalmazottaknak (FAZ 7)
12. ágazat: (die Branche) steckt in den Kinderschuhen – (az ágazat) gyerekcipőben jár (NZZ 9)
13. ár: den Preis entrichten – kifizeti az árat (DW 6)
14. ár: die Preise kippen ins Negative – veszteségesse válik, mínuszba fordulnak az árak (NZZ 9)
15. ár: die Preise purzeln – az árak zuhannak (DW 9)
16. ár: der Preis schießt nach oben – az ár az egekbe szökik (DW 5)
17. árengedmény: den Rabatt kürzen – kedvezményt csökkent (WIWO 2)
18. árfolyam: die Aktienkurse rutschen ab – a részvényárfolyamok csökkennek, zuhannak (WB 2)
19. árfolyam: Kurseinbruch (der Kurs bricht ein) – árfolyam visszaesés (NZZ 8, NZZ 8)
20. árfolyam: der Kurs rutschte ab – az árfolyam visszaesett (WB 5)
21. árfolyam: (der Kurs) schnell in die Höhe – egekbe szökik az árfolyam (NZZ 8)

⁵³ Az egyes színek a különböző szegmensekhez tartozó frazeologizmusokat jelölik.

22. árverseny: der Preiswettbewerb tobt – az árverseny tombol (FAZ 6)
23. áttörés: den Durchbruch schaffen – áttörést ér el (termékkel) (WIWO 13)
24. átvesz: in Empfang nehmen – átvesz (WIWO 11)
25. barométer: Börsenbarometer – a tőzsdei befektetési kedvet jelző adat (DW 5)
26. barométer: das (Konjunktur)Barometer fällt – a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat (WB 2)
27. bizonyít: unter Beweis stellen (Bank) – (be)bizonyít (WIWO 21)
28. cég: Briefkastenfirmen – csak egy postaládát üzemeltető cégek (NZZ 4)
29. cég: ein Geschäft eröffnen – céget alapít (DS 6)
30. cégalapító: Firmengründer (3) (Firmen gründen) – cégalapító (DS 6, DS 6, DS 6)
31. csökkenés: auf (Schrumpf)kurs bleiben – marad / tart a csökkenő tendencia (WB 2)
32. csőd: einer Pleite entkommen – megmenekül a csődtől / elkerüli a csődöt (DS 6)
33. eredmény: auf der Strecke bleiben – negatív eredményt ér el (cég) (WIWO 20)
34. eredmény: Ergebnisse veröffentlichen – eredményeket nyilvánosságra hoz (WIWO 21)
35. energia: erneuerbare Energie – megújuló energia (DW 1, DW 1, DW 2, DW 9)
36. export: die Exporte brachen ein – visszaesett az export (DS 4)
37. érték: die (10.000-Punkte-)Marke knacken – átlépi / túlszárnyalja a határt / értéket (FAZ 9)
38. érték: auf ein Jahrestief fallen – az éves legalacsonyabb értékre esik (FAZ 9)
39. érték: beim Markenwert zulegen – erősödik a márka értéke (WB 1)
40. érték: den Markenwert steigern – a márka értékét javítani (DS 7)
41. érték: bei einem Wert von – értékben (WB 7)
42. érték: im Wert von – értékben, mértékben (WB 7, WB 10, DS 4, DS 4, FAZ 4)
43. érték: auf ein Rekordtief fallen (an der Börse) – legalacsonyabb szintre / értékre esik (tőzsdén) (WB 13)
44. érték: das Wachstum rutscht unter die Marke – a növekedés egy bizonyos szint / érték alá esik (WB 14)
45. érték: ein Rekordhoch markieren (DAX) – rekord magas eredményt ér el (DW 5)
46. érték: den Rekordhoch knacken – túlszárnyalja az eddigi rekord eredményt / értéket (értékpapír) (WIWO 1)
47. érték: (der Goldpreis) ist auf dem höchsten Stand – legmagasabb értéken / szinten (DW 5)
48. érték: (der Rubel) an Wert einbüßen – veszít az értékéből (DW 5)

49. érték: die Zahl (der Armen) sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza (DS 1)
50. értékcsökkenés: eine Abschreibung vornehmen – leírást / értékcsökkentést hajt végre (WB 9, NZZ 9)
51. értékesítés: einen hohen Absatz erzielen – magas számú értékesítést csinál (FAZ 6)
52. értékesítés: (Absatz)Erfolge verzeichnen – sikereket könyvel el az értékesítésben (FAZ 6)
53. értékpapír: Qualitätswerte aufspüren: minőségi értékpapírt talál (WIWO 1)
54. eszköz: Mittel freigeben (Euro-Gruppe) – eszközöket rendelkezésre bocsát (NZZ 3)
55. felelős: verantwortlich machen – felelőssé tesz (FAZ 12)
56. figyel: im Visier haben – szemmel tart / figyel (WIWO 10)
57. fizet: den Geldbeutel zücken – fizet (előhúzza pénztárcáját) (NZZ 7)
58. fizet: jmdn zur Kasse bitten – kifizettet (DS 13)
59. fizet: per Vorkasse zahlen – előre fizet (WIWO 5)
60. folyamat: dumm gelaufen – balul sült el (vállalat tevékenysége) (WIWO 9)
61. forgalom: einen Umsatz verbuchen – forgalmat ér el (WIWO 18)
62. garancia: Garantie gewähren (bei Anleihen) – garanciát nyújt (WB 9)
63. GDP: das Bruttoinlandsprodukt (BIP) schrumpfte – a GDP csökkent (WB 8)
64. hasznon: der (wirtschaftliche) Nutzen fällt gering aus – alacsony a (gazdasági) haszna (NZZ 1)
65. határ: die Grenze überschreiten – átlépi a határt (kiadások) (WIWO 8)
66. hitel: einen Kredit aufnehmen – hitelt vesz fel (DS 13)
67. hitel: Kredite sind unter Wasser – elborít, elönt itt: bedől (hitel) (WB 5)
68. hitel: fauler Kredit – kockázatos hitel (WB 10)
69. hozam: Rendite erwirtschaften – hozamot ér el (NZZ 6)
70. ingatlanpiac: die Immobilienblase platzt – kidurran/kipukkad az ingatlanpiaci buborék (FAZ 7, FAZ 7)
71. (ingatlan)piac: den (Immobilien)markt beleben – felélénkíti az (ingatlan)piacot (WB 12)
72. jel: die Zeichen stehen auf Stagnation – a stagnálás jelei mutatkoznak (WB 2)
73. jelenlét: (Markt-)Präsenz steigern – (piaci) jelenlétét növeli (WB 1)
74. jelentés: Bericht vorlegen – jelentést nyújt be (NZZ 5)
75. kamatemelés: eine Zinserhöhung rückt in weite Ferne – a kamatemelés eltávolodik, a távolba veszik, távolinak tűnik (WB 2)

76. kártérítés: einen Schadenersatz zahlen – kártérítést fizet (DS 6)
77. kereslet: einen Nachfragepull auslösen – keresleti nyomást okoz (WB 3)
78. kérvény: einen Antrag stellen – kérvényt nyújt be (DS 2)
79. készlet: im Bestand haben – készleten van (WB 9)
80. kilátás: in Aussicht stellen – kilátásba helyez (termékbevezetés) (FAZ 11, WIWO 7, 15)
81. kockázat: (Geschäfts)Risiken absichern – (üzleti) kockázatot kivédeni (WB 9)
82. kockázat: Risiken tragen (Versicherungen) – kockázatot visel (NZZ 6)
83. kockázat: Risiko minimieren – kockázatot minimalizál (FAZ 10)
84. konjunktúra: Ankurbelung der Konjunktur – a konjunktúra fellendítése (WB 13)
85. konjunktúra: flau Konjunktur – gyenge emelkedés, gyenge konjunktúra (WB 11)
86. konjunktúra: die Konjunktur ankurbeln – felélénkíti / beindítja a konjunktúrát (WB 12)
87. költség: Kosten entstehen – felmerül a költség (WIWO 4)
88. költség: Kosten sparen – költséget takarít meg (WIWO 2)
89. költség: Kosten übernehmen (Versicherung) – átvállalja a költséget (DW 8)
90. költségvetés: den Haushalt verabschieden – költségvetést elfogad (NZZ 3)
91. lebonyolít: unter Dach und Fach bringen (Firmenübernahme) – tető alá visz (cégátvétel) (WIWO 16)
92. megbízás: ein Auftragsminus verbuchen – megbízások terén negatív csúcsot ér el, nincsenek megbízások, (FAZ 1)
93. megbízás: Aufträge bleiben aus – elmaradnak a megbízások (FAZ 7)
94. megbízás: (Neu)Auftrag erhalten – megbízást kap (FAZ 1, FAZ 1)
95. megbízás: einen Auftrag erteilen – megbízást ad (WIWO 12)
96. megbízás: in Auftrag geben – megbízást ad (WIWO 14)
97. munka: ohne Job da stehen – munkanélküli (WB 11)
98. munkahely: Arbeitsplätze abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8)
99. munkahely: Jobs abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8)
100. munkahely: Stellenabbau (Stellen abbauen) – munkahelyek megszüntetése (DS 8)
101. munkahely: Stellen abbauen – munkahelyeket épít le (DS 11)
102. munkahely: Stelle(n) entstehen – munkahely(ek) jön(nek) létre (FAZ 12)
103. munkahely: Stelle(n) schaffen - munkahelye(ke)t hoz létre (FAZ 12, FAZ 12)
104. működés: den (Flug)betrieb lahmlegen – megbénítja az üzem működését (DS

- 11)
105. norma: Normen einhalten – betartja az normákat, irányelveket (FAZ 3)
106. növekedés: einen (BIP)Anstieg anpeilen: emelkedést / növekedést céloz meg (WB 14)
107. növekedés: eine leichte Belebung melden (an der Börse) – enyhe élénkülés / javulás / növekedés jelentkezik (WB 2)
108. növekedés: ins Plus drehen (Börse) – nyereséges lesz (WB 13)
109. növekedés: ein (leichtes) Plus verzeichnen (bei Arbeitslosenzahl)– (kis/enyhe) nyereséget jegyez/könyvel el (WB 11)
110. növekedés: Wachstum erzielen – növekedést ér el (DS 4, FAZ 5)
111. növekedés: auf Wachstumskurs bleiben – tovább növekszik (WB 2)
112. növekedés: einen leichten Zuwachs verzeichnen – kisebb növekedést ér el (DS 4)
113. növekedés: einen Zuwachs erzielen – növekedést ér el (DS 4)
114. növekedés: Zuwachs verbuchen – növekedést ér el (FAZ 5)
115. növekedési szint: unter der Wachstumsschwelle liegen – a növekedési szint alatt van (WB 14)
116. nyereség: Gewinn abwerfen – nyereséget könyvel el / ér el (NZZ 9)
117. nyereség: Gewinn einfahren – nyereséget ér el (FAZ 6)
118. nyereség: einen Gewinn erwirtschaften – nyereséget ér el (NZZ 4)
119. nyereség: Gewinn erzielen - nyereséget ér el (WIWO 1)
120. nyereség: Gewinn machen – nyereséget ér el (FAZ 6, FAZ 6)
121. nyereség: Gewinne realisieren – nyereséget ér el (NZZ 6)
122. nyomás: Druck ausüben – nyomást gyakorol (WIWO 9)
123. nyomás: unter (Verkaufs)druck stehen – értékesítési kényszer / nyomás alatt áll (WB 13)
124. osztalék: Dividendenausschüttung (Dividende ausschütten) – osztalék kiosztás (WIWO 19)
125. osztalék: Dividende ausschütten – osztalékot oszt ki (WIWO 19)
126. osztalék: Dividende zahlen – osztalékot fizet (WIWO 19)
127. összeg: die Summe berechnen (Versicherung) – kiszámítja az összeget (DW 8)
128. összeg: in Summe – összegben kifejezve (DS 14)
129. pénz: Geld abknöpfen – pénzt gombol le róla (DW 9)

130. pénz: Geld anlegen – pénzt fektet be (FAZ 8)
131. pénz: Geld verdienen – pénzt keres (WB 4, NZZ 9, FAZ 3)
132. pénz: Geld verschlingen – elnyeli a pénzt (DW 4)
133. pénz: das Geld wert sein – megéri a pénzét (NZZ 6)
134. piac: auf den Markt bringen – piacra dob (WIWO 3)
135. piac: den Markt sättigen – a piac telítődik (WIWO 22)
136. piac uralma: Marktbeherrschung (den Markt beherrschen) – piac uralma (DS 9)
137. ráfordítás: keinen Aufwand scheuen – nem sajnál semennyi ráfordítást, „semmi sem drága” (NZZ 4)
138. recesszió: in die Rezession abrutschen – recesszióba esik, zuhan (WB 8)
139. részvény: Aktien ausgeben – részvényt kibocsájt (DS13)
140. részvény: in Aktien anlegen – részvényekbe fektet be (FAZ 8, FAZ 8)
141. részvény/pénz: Geld in Aktien anlegen – pénzt fektet be részvényekbe (FAZ 8)
142. részvény: die Aktie handeln - részvénnel kereskedik (WIWO 1)
143. részvény: Aktien zeichnen – részvényt jegyez (WIWO 6)
144. részvény: in Aktien investieren – részvényekbe fektet be (FAZ 8)
145. stagnálás: eine Stagnation signalisieren – stagnálást jelez (WB 2)
146. számla: das Konto plündern – kifosztja a számlát (FAZ 10)
147. személyzet: Personal abbauen – leépíti a személyzetet, elbocsájt embereket (DS 6)
148. sztrájk: zum Streik aufrufen – sztrájkra szólít fel (DS 11, DS 11)
149. tartalék: stille Reserve – rejtett tartalék (NZZ 4)
150. tartalék: (Kapazitäts)reserve einrichten – tartalékot képez (DW 1)
151. teher: die Lasten tragen – terheket visel (WIWO 8)
152. teljesítmény: die Wirtschaftsleistung geht zurück – a gazdasági teljesítmény visszaesett (WB 8)
153. termelékenység: die Produktivität legt zu – nő a termelékenység (WB 6)
154. termelés: die Produktion stagniert – a termelés stagnál (WB 8)
155. tőke: Kapital aufbringen – tőkét előteremt (DS 13)
156. tőzsde: an die Börse gehen (3) – tőzsdére megy (FAZ 10)
157. trend: ein (Aufwärts)trend zeichnet sich ab – fellendülési trend figyelhető meg, rajzolódik ki (WIWO 3)

158. trend: den Trend bestätigen – a trendet / fejlődést igazolja, bizonyítja (WB 2)
159. trend: der Trend bestätigt sich – a trend beigazolódik (WB 2)
160. tulajdon: in den Besitz gelangen – tulajdonába kerül (WB 10)
161. ügylet: laufende Geschäfte – jelenlegi ügyletek (WB 2)
162. üzlet: Geschäfte machen - működik, tevékenykedik (WIWO 9)
163. üzlet: Laden betreiben – üzletet működtet (WB 3)
164. vagyon: (Geld)vermögen anhäufen – vagyont halmoz fel (FAZ 5)
165. vagyon: Vermögen besitzen – vagyonnal rendelkezik (WB 7)
166. vas: Millionen im Feuer haben – milliókat tart a tűzben (több vasat tart a tűzben) (WB 9, WB 9)
167. vállalat: Betrieb einstellen: bezárja a céget / vállalatot (WIWO 6)
168. vállalat: dicht machen – bezár (vállalatot, céget) (WIWO 6)
169. vállalat: das Unternehmen führen - vállalatot vezet (WIWO 1)
170. vállalat: auf ein Unternehmen setzen - egy vállalatba befektetni (WIWO 1)
171. válság: in die Krise geraten (Versicherer) – válságba kerül (FAZ 8)
172. válság: in der Krise stecken (Länder) – válságban van (DW 5)
173. verseny: Konkurrenz machen – versenyhelyzetet teremt, konkurenciát csinál (FAZ 10)
174. verseny: im Wettbewerb stehen – versenyben van / áll (cégek) (WIWO 2)
175. veszteség: Einbußen hinnehmen – veszteséget könyvel el (NZZ 7)
176. veszteség: im Minus schließen (Börse) – veszteséggel zár (DW 5)
177. veszteség: rote Zahlen – veszteség (DS 6)
178. veszteség: rote Zahlen schreiben – veszteséget könyvel el (DW 1)
179. veszteség: einen Verlust ausweisen (Zeitung) – veszteséget könyvel el / veszteséges (NZZ 7)
180. veszteség: Verluste hinnehmen – veszteséget elfogad (WB 7)
181. veszteség: Verluste schreiben (bauMax) – veszteséges, veszteséget könyvel el (DS 9)
182. veszteség: einen Verlust verzeichnen (Börse) – veszteséget könyvel el (DW 5)
183. vezető: den Chef berufen – kinevezi a vezetőt (DW 3)
184. visszaesés: (Gewinn)Einbruch erleiden (Bank) – visszaesést szenved el / ér meg, csökkenő nyeresége van (WB 9)
185. visszaesés: einen Rückgang der Nachfrage verzeichnen (Zeitung) – visszaesést ér el / visszaesik (NZZ 7)

9.4.3. Gazdasági frazeologizmusok listája szófajok szerint

Források: WirtschaftsBlatt (WB), DER STANDARD (DS), Neue Zürcher Zeitung (NZZ), Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ), DIE WELT (DW), WirtschaftsWoche (WIWO)

fn+ige, fn+ige bővített, mn+ige, fn, fn+fn, fn+mn, fn+prep⁵⁴

1. adat: Daten erheben – adatot rögzít (NZZ 7)
2. adat: Bankdaten hinterlegen – banki adatokat letétbe helyez (FAZ 10)
3. adat: Bankdaten preisgeben – kiadni a banki adatokat (FAZ 10)
4. adat: (Geschäfts)Daten veröffentlichen – (cég)adatokat nyilvánosságra hoz (WB 2)
5. adat: (Geschäfts)Zahlen liefern – (pénzügyi) adatokkal szolgál (WB 6)
6. adat: (Geschäfts)Zahlen vorlegen – bemutatja az üzleti számadatokat (FAZ 6, FAZ 6)
7. adat: (Onlinebank)Daten eingeben – online banki adatokat megad (FAZ 10, FAZ 10)
8. adó: Steuer erheben – adót vet ki (NZZ 1)
9. adósság: Schulden tilgen – törleszti az adósságot (FAZ 5)
10. ajánlat: Angebot unterbreiten – ajánlatot tesz (WIWO 3)
11. alkalmazott: Angestellten entlassen – felmond az alkalmazottaknak (FAZ 7)
12. ár: den Preis entrichten – kifizeti az árat (DW 6)
13. ár: die Preise purzeln – az árak zuhannak (DW 9)
14. árengedmény: Rabatt kürzen – kedvezményt csökkent (WIWO 2)
15. árfolyam: die Aktienkurse rutschen ab – a részvényárfolyamok csökkennek, zuhannak (WB 2)
16. árfolyam: der Kurs rutschte ab – az árfolyam visszaesett (WB 5)
17. árfolyam: (der Kurs) schnell in die Höhe – egekbe szökik az árfolyam (NZZ 8)
18. árverseny: der Preiswettbewerb tobt – az árverseny tombol (FAZ 6)
19. áttörés: den Durchbruch schaffen – áttörést ér el (termékkel) (WIWO 13)
20. barométer: das (Konjunktur)Barometer fällt – a konjunktúra előrejelzés csökkenést mutat (WB 2)
21. cég: ein Geschäft eröffnen – céget alapít (DS 6)
22. csökkenés: auf (Schrumpf)kurs bleiben – marad / tart a csökkenő tendencia (WB 2)
23. csőd: einer Pleite entkommen – megmenekül a csődtől / elkerüli a csődöt (DS 6)
24. eredmény: Ergebnisse veröffentlichen – eredményeket nyilvánosságra hoz (WIWO 21)

⁵⁴ A különböző színek az egyes szófaji csoportokat jelölik.

25. export: die Exporte brachen ein – visszaesett az export (DS 4)
26. érték: die (10.000-Punkte-)Marke knacken – átlépi / túlszárnyalja a határt / értéket (FAZ 9)
27. érték: den Markenwert steigern – a márka értékét javítani (DS 7)
28. érték: ein Rekordhoch markieren (DAX) – rekord magas eredményt ér el (DW 5)
29. érték: den Rekordhoch knacken – túlszárnyalja az eddigi rekord eredményt / értéket (WIWO 1)
30. értékcsökkenés: eine Abschreibung vornehmen – leírást / értékcsökkentést hajt végre (WB 9, NZZ 9)
31. értékesítés: (Absatz)Erfolge verzeichnen – sikereket könyvel el az értékesítésben (FAZ 6)
32. értékpapír: Qualitätswerte aufspüren: minőségi értékpapírt talál (WIWO 1)
33. eszköz: Mittel freigeben (Euro-Gruppe) – eszközöket rendelkezésre bocsát (NZZ 3)
34. fizet: den Geldbeutel zücken – fizet (előhúzza pénztárcáját) (NZZ 7)
35. forgalom: einen Umsatz verbuchen – forgalmat ér el (WIWO 18)
36. garancia: Garantie gewähren (bei Anleihen) – garanciát nyújt (WB 9)
37. GDP: das Bruttoinlandsprodukt (BIP) schrumpfte – a GDP csökkent (WB 8)
38. határ: die Grenze überschreiten – átlépi a határt (WIWO 8)
39. hitel: einen Kredit aufnehmen – hitelt vesz fel (DS 13)
40. hozam: Rendite erwirtschaften – hozamot ér el (NZZ 6)
41. ingatlanpiac: die Immobilienblase platzt – kidurran/kipukkad az ingatlanpiaci buborék (FAZ 7, FAZ 7)
42. ingatlanpiac: den (Immobilien)markt beleben – felélénkíti az (ingatlan)piacot (WB 12)
43. jelenlét: (Markt-)Präsenz steigern – (piaci) jelenlétét növeli (WB 1)
44. jelentés: Bericht vorlegen – jelentést nyújt be (NZZ 5)
45. kártérítés: einen Schadenersatz zahlen – kártérítést fizet (DS 6)
46. kereslet: einen Nachfragepull auslösen – keresleti nyomást okoz (WB 3)
47. kérvény: einen Antrag stellen – kérvényt nyújt be (DS 2)
48. kockázat: Risiken tragen (Versicherungen) – kockázatot visel (NZZ 6)
49. kockázat: (Geschäfts)Risiken absichern – (üzleti) kockázatot kivédeni (WB 9)
50. kockázat: Risiko minimieren – kockázatot minimalizál (FAZ 10)
51. konjunktúra: die Konjunktur ankurbeln – felélénkíti / beindítja a konjunktúrát (WB 12)

52. költség: Kosten entstehen – felmerül a költség (WIWO 4)
53. költség: Kosten sparen – költséget takarít meg (WIWO 2)
54. költség: Kosten übernehmen (Versicherung) – átvállalja a költséget (DW 8)
55. költségvetés: den Haushalt verabschieden – költségvetést elfogad (NZZ 3)
56. megbízás: ein Auftragsminus verbuchen – megbízások terén negatív csúcsot ér el, nincsenek megbízások, (FAZ 1)
57. megbízás: Aufträge bleiben aus – elmaradnak a megbízások (FAZ 7)
58. megbízás: (Neu)Auftrag erhalten – megbízást kap (FAZ 1, FAZ 1)
59. megbízás: einen Auftrag erteilen – megbízást ad (WIWO 12)
60. munkahely: Arbeitsplätze abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8)
61. munkahely: Jobs abbauen – munkahelyeket szüntet meg (DS 8)
62. munkahely: Stellenabbau (Stellen abbauen) – munkahelyek megszüntetése (DS 8)
63. munkahely: Stellen abbauen – munkahelyeket épít le (DS 11)
64. munkahely: Stelle(n) entstehen – munkahely(ek) jön(nek) létre (FAZ 12)
65. munkahely: Stelle(n) schaffen - munkahelye(ke)t hoz létre (FAZ 12, FAZ 12)
66. működés: den (Flug)betrieb lahmlegen – megbénítja az üzem működését (DS 11)
67. norma: Normen einhalten – betartja az normákat, irányelveket (FAZ 3)
68. növekedés: einen (BIP-)Anstieg anpeilen: emelkedést / növekedést céloz meg (WB 14)
69. növekedés: Wachstum erzielen – növekedést ér el (DS 4, FAZ 5)
70. növekedés: einen Zuwachs erzielen – növekedést ér el (DS 4)
71. növekedés: Zuwachs verbuchen – növekedést ér el (FAZ 5)
72. nyereség: Gewinn abwerfen – nyereséget könyvel el / ér el (NZZ 9)
73. nyereség: Gewinn einfahren – nyereséget ér el (FAZ 6)
74. nyereség: einen Gewinn erwirtschaften – nyereséget ér el (NZZ 4)
75. nyereség: Gewinn erzielen - nyereséget ér el (WIWO 1)
76. nyereség: Gewinn machen – nyereséget ér el (FAZ 6, FAZ 6)
77. nyereség: Gewinne realisieren – nyereséget ér el (NZZ 6)
78. nyomás: Druck ausüben – nyomást gyakorol (WIWO 9)
79. osztalék: Dividende ausschütten – osztalékot oszt ki (WIWO 19)
80. osztalék: Dividende zahlen – osztalékot fizet (WIWO 19)
81. összeg: die Summe berechnen (Versicherung) – kiszámítja az összeget (DW 8)
82. pénz: Geld abknöpfen – pénzt gombol le róla (DW 9)
83. pénz: Geld anlegen – pénzt fektet be (FAZ 8)

84. pénz: Geld verdienen – pénzt keres (WB 4, NZZ 9, FAZ 3)
85. pénz: Geld verschlingen – elnyeli a pénzt (DW 4)
86. pénz: das Geld wert sein – megéri a pénzét (NZZ 6)
87. piac: den Markt sättigen – a piac telítődik (WIWO 22)
88. ráfordítás: keinen Aufwand scheuen – nem sajnál semennyi ráfordítást, „semmi sem drága” (NZZ 4)
89. részvény: Aktien ausgeben – részvényt kibocsájt (DS13)
90. részvény: die Aktie handeln - részvénnel kereskedik (WIWO 1)
91. részvény: Aktien zeichnen – részvényt jegyez (WIWO 6)
92. stagnálás: eine Stagnation signalisieren – stagnálást jelez (WB 2)
93. számla: das Konto plündern – kifosztja a számlát (FAZ 10)
94. személyzet: Personal abbauen – leépíti a személyzetet, elbocsájt embereket (DS 6)
95. tartalék: (Kapazitäts)reserve einrichten – tartalékot képez (DW 1)
96. teher: die Lasten tragen – terheket visel (WIWO 8)
97. teljesítmény: die (Wirtschafts)leistung geht zurück – a gazdasági teljesítmény visszaesett (WB 8)
98. termelékenység: Produktivität legt zu – nő a termelékenység (WB 6)
99. termelés: die Produktion stagniert – a termelés stagnál (WB 8)
100. tőke: Kapital aufbringen – tőkét előteremt (DS 13)
101. trend: (Aufwärts)trend zeichnet sich ab – fellendülési trend figyelhető meg, rajzolódik ki (WIWO 3)
102. trend: den Trend bestätigen – a trendet / fejlődést igazolja, bizonyítja (WB 2)
103. trend: der Trend bestätigt sich – a trend beigazolódik (WB 2)
104. üzlet: Laden betreiben – üzletet működtet (WB 3)
105. üzlet: Geschäfte machen - működik, tevékenykedik (WIWO 9)
106. vagyon: (Geld)vermögen anhäufen – vagyont halmoz fel (FAZ 5)
107. vagyon: Vermögen besitzen – vagyonnal rendelkezik (WB 7)
108. vállalat: Betrieb einstellen: bezárja a céget / vállalatot (WIWO 6)
109. vállalat: das Unternehmen führen - vállalatot vezet (WIWO 1)
110. verseny: Konkurrenz machen – versenyhelyzetet teremt, konkurenciát csinál (FAZ 10)
111. veszteség: Einbußen hinnehmen – veszteséget könyvel el (NZZ 7)
112. veszteség: einen Verlust ausweisen (Zeitung) – veszteséget könyvel el / veszteséges (NZZ 7)

113. veszteség: Verluste hinnehmen – veszteséget elfogad (WB 7)
114. veszteség: Verluste schreiben (bauMax) – veszteséges, veszteséget könyvel el (DS 9)
115. veszteség: einen Verlust verzeichnen (Börse) – veszteséget könyvel el (DW 5)
116. vezető: den Chef berufen – kinevezi a vezetőt (DW 3)
117. visszaesés: (Gewinn)Einbruch erleiden (Bank) – visszaesést szenved el / ér meg, csökkenő nyeresége van (WB 9)
118. ágazat: (die Branche) steckt in den Kinderschuhen – (az ágazat) gyerekcipőben jár (NZZ 9)
119. ár: die Preise kippen ins Negative – veszteségessé válik, mínuszba fordulnak az árak (NZZ 9)
120. ár: der Preis schießt nach oben – az ár az egekbe szökik (DW 5)
121. átvesz: in Empfang nehmen – átvesz (WIWO 11)
122. bizonyít: unter Beweis stellen – (be)bizonyít (WIWO 21)
123. eredmény: auf der Strecke bleiben – negatív eredményt ér el (WIWO 20)
124. érték: auf ein Rekordtief fallen (an der Börse) – legalacsonyabb szintre / értékre esik (tőzsdén) (WB 13)
125. érték: das Wachstum rutscht unter die Marke – a növekedés egy bizonyos szint / érték alá esik (WB 14)
126. érték: (der Goldpreis) ist auf dem höchsten Stand – legmagasabb értéken / szinten (DW 5)
127. érték: (der Rubel) an Wert einbüßen – veszít az értékéből (DW 5)
128. érték: die Zahl (der Armen) sinkt auf einen Rekordtief – a szám rekord alacsony értékre esik vissza (DS 1)
129. érték: auf ein Jahrestief fallen – az éves legalacsonyabb értékre esik (FAZ 9)
130. érték: beim Markenwert zulegen – erősödik a márka értéke (WB 1)
131. értékesítés: einen hohen Absatz erzielen – magas számú értékesítést csinál (FAZ 6)
132. figyel: im Visier haben – szemmel tart / figyel (WIWO 10)
133. fizet: jmdn zur Kasse bitten – kifizettet (DS 13, WIWO 10)
134. fizet: per Vorkasse zahlen – előre fizet (WIWO 5)
135. hasznon: der (wirtschaftliche) Nutzen fällt gering aus – alacsony a (gazdasági) haszna (NZZ 1)
136. hitel: Kredite sind unter Wasser – elborít, elönt itt: bedől (hitel) (WB 5)

137. jel: die Zeichen stehen auf Stagnation – a stagnálás jelei mutatkoznak (WB 2)
138. kamatemelés: eine Zinserhöhung rückt in weite Ferne – a kamatemelés eltávolodik, a távolba veszik, távolinak tűnik (WB 2)
139. készlet: im Bestand haben – készleten van (WB 9)
140. kilátás: in Aussicht stellen – kilátásba helyez (FAZ 11, WIWO 7, WIWO 15)
141. lebonyolít: unter Dach und Fach bringen (Firmenübernahme) – tető alá visz (cégátvétel) (WIWO 16)
142. megbízás: in Auftrag geben – megbízást ad (WIWO 14)
143. munka: ohne Job da stehen – munkanélküli (WB 11)
144. növekedés: eine leichte Belebung melden (an der Börse) – enyhe élénkülés / javulás / növekedés jelentkezik (WB 2)
145. növekedés: ins Plus drehen (Börse) – nyereséges lesz (WB 13)
146. növekedés: ein (leichtes) Plus verzeichnen (bei Arbeitslosenzahl) – (kis/enyhe) nyereséget jegyez/könyvel el (WB 11)
147. növekedés: auf Wachstumskurs bleiben – tovább növekszik (WB 2)
148. növekedés: einen leichten Zuwachs verzeichnen – kisebb növekedést ér el (DS 4)
149. növekedési szint: unter der Wachstumsschwelle liegen – a növekedési szint alatt van (WB 14)
150. nyomás: unter (Verkaufs)druck stehen – értékesítési kényszer / nyomás alatt áll (WB 13)
151. piac: auf den Markt bringen – piacra dob (WIWO 3)
152. recesszió: in die Rezession abrutschen – recesszióba esik, zuhan (WB 8)
153. részvény: in Aktien anlegen – részvényekbe fektet be (FAZ 8, FAZ 8)
154. részvény/pénz: Geld in Aktien anlegen – pénzt fektet be részvényekbe (FAZ 8)
155. részvény: in Aktien investieren – részvényekbe fektet be (FAZ 8)
156. sztrájk: zum Streik aufrufen – sztrájkra szólít fel (DS 11, DS 11)
157. tőzsde: an die Börse gehen (3) – tőzsdére megy (FAZ 10)
158. tulajdon: in den Besitz gelangen – tulajdonába kerül (WB 10)
159. vas: Millionen im Feuer haben – milliókat tart a tűzben (több vasat tart a tűzben) (WB 9, WB 9)
160. vállalat: auf ein Unternehmen setzen - egy vállalatba befektetni (WIWO 1)
161. válság: in die Krise geraten (Versicherer) – válságba kerül (FAZ 8)
162. válság: in der Krise stecken (Länder) – válságban van (DW 5)

163. verseny: im Wettbewerb stehen – versenyben van / áll (WIWO 2)
164. veszteség: im Minus schließen (Börse) – veszteséggel zár (DW 5)
165. veszteség: rote Zahlen schreiben – veszteséget könyvel el (DW 1)
166. visszaesés: einen Rückgang der Nachfrage verzeichnen (Zeitung) – visszaesést ér el / visszaesik (NZZ 7)
167. vállalat: dicht machen – bezár (céget) (WIWO 6)
168. felelős: verantwortlich machen – felelőssé tesz (FAZ 12)
169. folyamat: dumm gelaufen – balul sült el (vállalat tevékenysége) (WIWO 9)
170. árfolyam: Kurseinbruch (der Kurs bricht ein) – árfolyam visszaesés (NZZ 8, NZZ 8)
171. barométer: Börsenbarometer – a tőzsdei befektetési kedvet jelző adat (DW 5)
172. cég: Briefkastenfirmen – csak egy postaládát üzemeltető cégek (NZZ 4, WIWO 9)
173. cégalapító: Firmengründer (Firmen gründen) – cégalapító (DS 2, DS 2, DS 6)
174. osztalék: Dividendenausschüttung (Dividende ausschütten) – osztalék kiosztás (WIWO 19)
175. piac uralma: Marktbeherrschung (den Markt beherrschen) – piac uralma (DS 9)
176. érték: bei einem Wert von – értékben (WB 7)
177. érték: im Wert von – értékben, mértékben (WB 7, WB 10, DS 4, DS 4, FAZ 4)
178. összeg: in Summe – összegben kifejezve (DS 14)
179. energia: erneuerbare Energie – megújuló energia (DW 1, DW 1, DW 2, DW 9)
180. hitel: fauler Kredit – kockázatos hitel (WB 10)
181. konjunktúra: flau Konjunktur – gyenge emelkedés, gyenge konjunktúra (WB 11)
182. tartalék: stille Reserve – rejtett tartalék (NZZ 4)
183. ügylet: laufende Geschäfte – jelenlegi ügyletek (WB 2)
184. veszteség: rote Zahlen – veszteség (DS 6)
185. konjunktúra: Ankurbelung der Konjunktur – a konjunktúra fellendítése (WB 13)

9.4.4. A forrás-lapok vizsgált cikkei⁵⁵

WirtschaftsBlatt

össz-szószám:5232

össz-karakterszám:32701/37821

http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/international/4833543/Es-kann-nur-einen-geben_Apple-vor-Google

01.10.2015 1⁵⁶ 13:52 von Elmar Hillebrand

Es kann nur einen geben: Apple vor Google

Laut eurobrand-Ranking bleibt Apple die wertvollste Marke der Welt. Die Top Ten legten beim Markenwert ausnahmslos weiter zu Wien. Apple – wer sonst. Auch dahinter sind unter den wertvollsten zehn Markennamen der Welt fast nur US-Konzerne zu finden. Nur ein Unternehmen aus China kann die Phalanx durchbrechen und auch weiter aufholen. Im Rahmen des globalen Markenwert Rankings eurobrand global TOP 100 von eurobrand wurden mehr als 3.000 Markenunternehmen und deren Marken in 16 Branchen, mit Vergleichen zwischen Europa, Amerika und Asien analysiert.

Apple ist als wertvollste Marke mit knapp 137 Milliarden Euro fast genau so viel Wert, wie die nächsten beiden Verfolger gemeinsam.

In Europa bleibt LVMH (Louis Vuitton Moët Hennessy) das wertvollste Markenunternehmen. International reicht dies für Rang 14.

Gerhard Hrebicek, CEO von eurobrand und Vorstand des European Brand Institute resümiert die diesjährigen Ergebnisse: „Asien, insbesondere China steigert die Präsenz in den Top 100, während Europa sinkt“, unterstreicht Gerhard Hrebicek, CEO von eurobrand und Vorstand des European Brand Institute.

Die US-Markenlandschaft, dominiert von IT & Technologie, Konsumgüter- und Finanzdienstleistungsmarken repräsentiert 47 (+1) der global Top 100 Markenunternehmen. Europa ist mit 35 (-6) vertreten, wobei deutsche Markenunternehmen vorherrschen, während 18 (+5) asiatische Markenunternehmen, davon 10 aus China vertreten sind.

<http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/international/4834114/Wachstumssorgen-erfassen-Amerika>

02.10.2015. 1 08:37 von Andre Kühnlenz

Wachstumssorgen erfassen Amerika

Industrieunternehmen weltweit bangen um ihre Geschäfte. Noch läuft es in Osteuropa sehr gut, doch droht Ungemach aus den USA, Schwellenländer wie China schwächeln bereits.

Während sich die Industrie im Euroraum und sogar in Österreich leicht belebt, stehen die Zeichen in den USA auf Stagnation. In Osteuropa wachsen damit die Risiken.

⁵⁵ A cikkekben a frazeologizmusokat aláhúzott vastag dőlt betűvel jelölöm.

⁵⁶ A dátumok utáni számok az egyes újságokhoz tartozó cikkek számát jelölik.

WIEN. Die Industrie in großen Ländern Mittel- und Osteuropas, etwa Tschechien und Polen, **bleibt** trotz weltweit zunehmender Konjunkturrisiken **auf Wachstumskurs**. Angesichts der markanten Abschwächung in anderen Schwellenländern, **vor allem** in Asien und Lateinamerika, erweisen sich die Volkswirtschaften im Osten der EU damit als erstaunlich widerstandsfähig. Dass dies aber so bleibt, **stellt** derzeit nicht zuletzt der Skandal um Abgasmessungen bei VW **infrage**. Die globalen Konjunktursorgen verstärkte gestern zudem eine Umfrage unter US-Einkaufsmanagern, die **eine Stagnation** in der Industrie **signalisiert**. Sollten auch andere Wirtschaftszweige von der Schwäche erfasst werden, dürfte eine **Zinserhöhung** in den USA tatsächlich **in weite Ferne rücken**.

Seit August ließ die Bruch vor einem nachlassenden Wachstum zunächst in den Schwellenländern **die Aktienkurse** an den weltweiten Börsen regelmäßig **abrutschen**. **Bis vor Kurzem** blieben große Wirtschaftsräume wie die USA und die Eurozone von den Konjunktursorgen verschont. Österreich **meldet** sogar entgegen den Klagen der Industriellenlobby IV seit Monaten **eine leichte Belebung**, auch der Rest Europas beschleunigte zuletzt.

US-Industrie vor Stagnation

Die jüngsten Konjunktursignale, die **diesen Trend bestätigen**, stammen aus den Einkaufsmanager-Befragungen vom September des Markit-Instituts in Europa und des ISM-Instituts in Amerika. Anleger und Konjunkturbeobachter schauen jeden Monat mit Spannung auf die Umfrageergebnisse, weil diese eine erste Einschätzung liefern, wie sich die Wirtschaftsleistung entwickelt haben dürfte, bevor die Statistiker konkrete **Daten**, zum Beispiel zu Produktion und Umsätzen, **veröffentlichen**. In den Instituten werden die **Ergebnisse** zu Indizes **zusammengefasst**, bei mehr als 50 Punkten signalisieren sie besser **laufende Geschäfte**, Werte von weniger als 50 Punkten deuten oftmals auf eine schrumpfende Wirtschaftsleistung.

In den USA **fiel das Barometer** von 51,1 Zählern im August auf 50,2 Punkte im September – also nur noch einen Hauch über der Expansionsschwelle. Im Dreimonatstrend zeigen die Konjunkturbarometer ausgewählter Länder, dass sich besonders die Geschäfte in Chinas Industrie im Sommer nochmals abgeschwächt haben. Obwohl die Türkei und Indonesien **auf Schrumpfkurs blieben**, zeigen die Umfragen jedoch zuletzt bessere Werte als im ersten Halbjahr.

Markant sah bislang die Erholung in Ländern wie Tschechien aus, wo es im Sommer das beste Quartal seit vier Jahren gab. Eine nachlassende Aufwärtsdynamik ist dagegen bereits in Polen zu spüren. In Russland **bestätigt sich der Trend**, dass die Industrie zwar weiterhin schrumpft, aber sich der Abschwung zuletzt nicht mehr verschärft hat.

http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/oesterreich/wien/4833822/VWskandal-elektrisiert-Mobilitaet?_vl_backlink=/home/nachrichten/index.do

02.10.2015. 2 06:54 von Kamil Kowalcze

VW-Skandal elektrisiert Mobilität

Der Abgasskandal bei VW könnte Antriebsarten **einen Schub verleihen**, die garantiert keine **Schadstoffe ausstoßen**. Viele elektrische Modelle sind bereits am Markt. Letztlich werden die staatlichen Anreize entscheidend sein.

Wien. Wo es Verlierer gibt, gibt es auch Gewinner. Dieser simplen Logik folgend lässt sich der Profiteur des VW-Abgasskandals leicht ausmachen: Alternative Antriebe wie die Elektromotor.

Obwohl sich unter den Befürwortern der E-Mobilität nach dem Skandal rund um die Manipulation der Abgaswerte beim größten Autoherstellers Europas, Volkswagen, die Schadenfreude breit machen könnte, geben sie sich betont zurückhaltend: „Die namhaften Autokonzerne haben ihre E-Modelle längst in der Entwicklungspipeline, das kommt ohnehin. Sobald die Rahmenbedingungen passen, löst das einen Nachfragepull aus und der Kunde schwenkt sofort um“, sagt Heimo Aichmaier, Geschäftsführer der Interessensvertreter Austrian Mobile Power beim Fachkongress E-Mobilität im Wiener Florido Tower. Sein Kollege Jürgen Halasz, des Bundesverband Elektromobilität Österreich, wird dagegen deutlicher: „Ich bin mir ziemlich sicher, dass VW die aus der Not eine Tugend macht und auf den Elektromotor setzen wird. Das zeigt auch der Wechsel an der Konzernspitze. Der Umschwung wird kommen.“

Keine Schadenfreude

Falls die E-Mobilität durch den Betrug des deutschen Autobauers tatsächlich einen Impuls bekommt, wäre Michael-Viktor Fischer einer der ersten, der in Österreich davon profitieren würde. Fischer ist der Geschäftsführer des E-Mobilitätsanbieters Smatrics, einem Joint Venture des Stromkonzern Verbund mit dem Technologieunternehmen Siemens. Das Unternehmen betreibt rund 250 E-Ladepunkte in ganz Österreich und bietet auch ein Abrechnungssystem an. „Natürlich hilft der VW-Skandal der E-Mobilität. Aber das hat nichts mit Schadenfreude zu tun. Es erhöht das Bewusstsein für die Emission-Problematik. Man wird in Zukunft sicher stärker darauf achten“, sagt Fischer am Rande des Fachkongresses.

Ob dieses Bewusstsein auch den Autohandel erfasst, lässt sich indes bezweifeln. „Neue Pläne in Bezug auf die Elektromobilität gibt es durch die Vorfälle bei VW nicht. Aber es ist nicht auszuschließen, dass es dadurch zu einem kleinen Anschub kommt“, sagt Felix Clary, Sprecher der österreichischen Automobilimporteure und langjähriger Geschäftsführer von BMW Austria.

Ob Volkswagen durch den Abgasskandal in Zukunft stärker auf die E-Mobilität setzen wird, kann Richard Mieling, Sprecher der für das VW-Österreich-Geschäft verantwortlichen Porsche-Holding, nicht bestätigen. „Aktuell kann ich nur sagen, dass sich der VW-Konzern zur Elektromobilität bekennt. Aber das war auch schon so bevor die Geschichte publik geworden ist.“ Bei der diesjährigen Automobilmesse IAA in Frankfurt hat Volkswagen angekündigt, bis zum Jahr 2020 20 elektrisch betriebene Modelle am Markt zu haben. Darunter fallen sowohl die sogenannten Plugins oder Hybride, die mit Elektro- und Verbrennungsmotor ausgestattet sind, als auch reine E-Fahrzeuge. Aktuell bietet VW in Österreich sieben teil- und vollelektrische Modelle an: e-Up, e-Golf, Golf GTE, Passat GTE, Audi A3 e-Tron, Porsche Cayenne und Porsche Panamera.

Anreize sind entscheidend

Doch ohne der entsprechenden Infrastruktur und Anreizsysteme kann das Angebot noch so groß sein. „Letztlich ist es entscheidend, ob die staatlichen Förderungen verstärkt werden. Die jüngsten Maßnahmen haben der E-Mobilität gut getan“, sagt Clary.

Mit Jänner 2016 können Besitzer von Elektrofahrzeugen, die als Dienstwagen genutzt werden, den Vorsteuerabzug geltend machen. Die Grenze für den Anschaffungspreis liegt hier bei 80.000 €. Zudem entfällt künftig bei E-Autos der Sachbezug.

<http://wirtschaftsblatt.at/home/life/karriere/4614899/Die-Erfolgsgeschichte-der-jungsten-SelfmadeMilliardaerin-der-Welt>

18.04.2015 20:03 von Evelin Past

Die Erfolgsgeschichte der jüngsten Selfmade-Milliardärin der Welt

Jus-Studium geschmissen, Kabarett-**Karriere gescheitert**. Die berufliche Laufbahn von Sara Blakely begann wenig glamurös. Ein Stück Strumpfhose, eine Vision und ein Anruf von Oprah Winfrey veränderten schließlich ihr Leben. Anfang 20 **fiel** sie zweimal **durch die Uni-Prüfungen**, sie versuchte sich als Stand-Up-Comedian, arbeitete anschliessend bei Disney World als Comic-Figur "Goofy", um dann sieben Jahre lang Faxgeräte zu verkaufen. Danach erfand sie die figurformende Unterwäsche "Spanx" und wurde zur jüngsten Selfmade-Milliardärin der Welt. Heute ist die Produktpalette der 43-Jährigen auf 200 Stück angewachsen und in 11.500 Läden in 40 Ländern erhältlich.

"Faxgeräte zu verkaufen war der härteste Job meines Lebens. Die Leute haben meine Visitenkarte vor meinen Augen zerrissen, bevor sie mich vom Sicherheitsdienst aus ihren Büros werfen liessen", sagte Sara Blakely in einem Interview mit dem Forbes-Magazin. Aber sie **lernte** die wichtigste **Lektion** für ihr späteres Leben als Unternehmerin: Sich nicht abwimmeln zu lassen.

Patentrecht

Am Anfang hatte sie **weder** Geld für einen Anwalt, **noch** Geld um sich ihr Produkt, also die unsichtbaren, figurformenden Strumpf- und Unterhosen, patentieren zu lassen. Gearbeitet wurde im eigenen Badezimmer. Für Spanx benutzt sie das Material einer Feinstrumpfhose. "Es beult nicht und retuschiert die Cellulite weg".

Sie verbrachte Nächte in der Bibliothek in Georgia, um sich Patentrecht selbst beizubringen. Sie klopfte persönlich an die Türen der Strumpffabrikanten, um sie davon zu überzeugen ihr Produkt herzustellen.

Falscher Arbeitsplatz

Als die US-Talkmasterin Oprah Winfrey "Spanx" in ihrer Sendung vorstellen wollte, stand sie vor einem Problem. Ein Filmteam, wollte sie auf ihrem Arbeitsplatz filmen. Weil es soetwas, wie ihr eigenes Büro oder Mitarbeiter nicht gab, entschied sie sich dieses Umfeld für den TV-Auftritt einfach zu fälschen. Sie wollte keinesfalls unprofessionell wirken. Eine Location wurde gefunden, ihr Freundeskreis mimte ihr Team. Mit Erfolg. Heute ist Spanx das heißeste Geheimnis von Hollywood. Wenn sich Stars wie Sarah Jessica Parker, Gwyneth Paltrow, Sandra Bullock oder Eva Longoria auf dem roten Teppich zeigen.

Geld ist grossartig

Gefragt, wie der plötzliche Erfolg ihr Leben verändert habe, sagt sie gegenüber US-Medien: "Geld ist grossartig. Ich habe da nie Probleme gehabt. **Es** zu **verdienen**, es zu verbrauchen oder zu verschenken, ist wunderbar. Geld verstärkt, wer du eh schon bist. Wenn du ein Arschloch bist, macht es dich zu einem noch größeren Arschloch. Wenn du freundlich bist, macht es dich freundlicher." Sara Blakely ist die erste Milliardärin, die The Giving Pledge unterzeichnete und sich damit verpflichtet, den größten Teil ihres Vermögens für wohltätige Zwecke zu spenden.

Übrigens hat Sara Blakely inzwischen schon wieder eine neue Idee: Sie will bequeme High Heels erfinden.

http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/recht_steuern/4831921/FrankenKredite_Teufel-steckt-im-Detail-der-BankenAGB

30.09.2015 13:06 von Oliver Jandl

Franken-Kredite: Teufel steckt im Detail der Banken-AGB

Recht. Anwalt meint, dass Banken vertraglich an Stop-Loss-Kurs gebunden sind. Diese sehen das freilich anders. Bei Franken-Krediten ist der Streit zwischen Kunden und Banken um eine Facette reicher. Der Wiener Anwalt Wolfgang Haslinger – er vertritt 50 Mandanten – hat die AGB der Institute untersucht. Ergebnis: Die Banken seien in vielen Fällen verpflichtet gewesen, den Kunden ins Auge gefasste Absicherungs-Kurse zu gewähren.

Wie berichtet, sind viele Franken-Kredite seit 2008 unter Wasser. Als heuer die Schweizer Nationalbank die Unterstützungs-Marke von 1,20 Franken je Euro aufgab, rutschte der Kurs rapid ab. Knapp unter diesem Wert hatten aber viele Kreditnehmer, oder besser deren Banken, Stop-Loss-Orders gesetzt: Wird der Kurs von 1,20 unterschritten, wird der Kredit automatisch zum nächstbesten Kurs in Euro umgewandelt. Doch diese Absicherungs-Orders verkehrten sich ins Gegenteil, weil sie im Volatilitätschaos der Kurs-Freigabe nicht bei etwa 1,20, sondern weit darunter ausgeführt wurden. Folglich durften im Zug eines „Moratoriums“ Kreditnehmer zurückkonvertieren, was angesichts des heutigen Kurses von 1,09 den Schaden nur teils lindert.

Haslinger hat die Natur dieser Stop-Loss-Absicherungen untersucht und ist der Rechtsmeinung, dass die Vereinbarung vor dem Hintergrund der meisten Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) bindend sind: Die Banken, so Haslinger, kennen in ihren AGB im Grund nur zwei Transaktions-Arten: Wertpapiergeschäfte zu Börse-Preisen und andere Transaktionen zu Fixpreisen. Da Franken-Verkäufe nicht unter die Rubrik „Wertpapiere“ fallen, seien sie zu Fixpreisen auszuführen gewesen – das sei eben der Stop-Loss-Kurs und nicht der tatsächliche Ausführungskurs.

Banken sehen Fall anders

In der Rechtsabteilung einer heimischen Großbank tritt man der Argumentationslinie des Anwalts freilich entgegen: Die rechtliche Herleitung eines vertraglich geschuldeten Stop-Loss-Kurses sei AGB nicht zu entnehmen. Es komme auf Details an, allerdings auf andere: So habe man Kunden stets Stop-Loss-Orders genau – auch mit Rechenbeispielen – erklärt und ihnen klar gemacht, dass der Auslösungs-Kurs der Order und der Kurs, bei dem die Order tatsächlich ausgeführt wird, nicht gleich sein muss.

http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/oesterreich/4833589/Industrie_Die-Stimmung-ist-so-schlecht-wie-noch-nie?_vl_backlink=/home/nachrichten/index.do

01.10.2015 2 14:36 von APA/log

Industrie: Die Stimmung ist so schlecht wie noch nie

"Die Sorge um den Industriestandort war, seitdem ich aktiv bin, noch nie so groß wie jetzt. Auch die Stimmung in den Unternehmen ist so schlecht, wie ich sie in den vergangenen zwei Jahrzehnten nicht erlebt habe", sagte Christoph Neumayer, Generalsekretär der Industriellenvereinigung (IV), am Donnerstag in Wien vor Journalisten. Der Start der Kollektivvertragsverhandlungen habe eine "surreale Situation" gebracht. Während die Stimmung in den Unternehmen schlecht sei, würden Rituale gepflegt, "die wir seit Jahrzehnten kennen" und die der Realität von 2015 nicht mehr entsprächen. "In der

Sozialpartnerschaft wird nicht mehr verstanden, was man dem Gegenüber zumuten kann", kritisiert Neumayer.

Forderungen nach einer Arbeitszeitverkürzung oder mehr Lohnnebenkosten seien "unzumutbar". "Die Idee, dass Arbeit eine fixe Größe ist, die gerecht verteilt werden kann, ist Dummheit", so wie es auch "dumm" sei zu glauben, dass automatisch mehr Arbeitslosigkeit entsteht, wenn mehr Menschen auf den Arbeitsmarkt kommen.

Neumayer **lässt keinen Zweifel**, dass auch die sechste Urlaubswoche für alle nach 25 Dienstjahren, die zuletzt eine Forderung der Gewerkschaft war und in Regierungspapieren vorkommt, aus Sicht der Industrie nur kostenneutral **in Frage komme**. Man müsse sich von der "Abtauschmentalität verabschieden. Es gibt nichts mehr abzutauschen", so Neumayer und fordert zugleich: Die Politik müsse **Signale senden**, die den Unternehmen Lust zum Investieren liefere.

Zahlen, um die Probleme zu untermauern, **lieferte** Fiskalratschef Bernhard Felderer in der gemeinsamen Pressekonferenz. Zwischen 2008 und 2014 seien die Lohnstückkosten in der Industrie zwar um 15,1 Prozent gestiegen, was europäisches Mittelfeld bedeute. Zugleich habe die **Produktivität** aber nur um 9,3 Prozent **zugelegt** - eine der geringsten Zuwachsraten in Europa. Es sei auch kein Widerspruch, dass zugleich die Realeinkommen der Menschen stagniert haben - denn diese würden netto, also ohne Steuern und Abgaben, berechnet. Dazwischen stehe eine "überzogene Steuerbelastung".

Früher wurden Arbeitszeitverkürzungen wie auch Lohnerhöhungen immer durch Produktivitätsfortschritte finanziert, sagte Felderer. Diese seien aber derzeit mit knapp mehr als einem Prozent nur mehr "mager". Auch werde deutlich weniger investiert. Die Investitionen seien heute in Österreich - wie auch in der Eurozone insgesamt - noch nicht auf Vorkrisenniveau (2008). In Deutschland hingegen schon.

<http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/europa/1567764/Vermogen-in-Deutschland-besonders-ungleich-verteilt>

26.02.2014 12:34 von Reuters

Vermögen in Deutschland besonders ungleich verteilt

In keinem anderen Euro-Staat sind die Vermögen einer Studie zufolge so ungleich verteilt wie in Deutschland. Das reichste Prozent der deutschen Bevölkerung besitze ein persönliches Vermögen **im Wert von** mindestens 800.000 Euro, hieß es in der am Mittwoch veröffentlichten Untersuchung des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW). Dagegen verfüge gut ein Fünftel aller Erwachsenen über gar kein Vermögen. Bei rund sieben Prozent seien die Schulden sogar größer als der Besitz. "Insgesamt hat sich an der Vermögensverteilung im Land wenig geändert, die Ungleichheit **verharrt auf hohem Niveau**", sagte DIW-Experte Markus Grabka, der mit seinen Kollegen die Daten von 2012 mit denen von 2007 und 2002 verglichen hat. "Nirgendwo in der Euro-Zone sind die Vermögen ungleicher verteilt als in Deutschland." Der sogenannte Gini-Koeffizient, der die Ungleichheit misst und international vergleichbar macht, liegt in Deutschland bei 0,78. **Bei einem Wert von** eins ist die Ungleichheit maximal, bei Null minimal ausgeprägt. Zum Vergleich: In Frankreich liegt der Wert bei 0,68, in Italien bei 0,61.

Unterschiede zwischen Ost und West

Insgesamt beläuft sich das Nettovermögen der Deutschen auf rund 6,3 Billionen Euro. Den größten Teil macht mit 5,1 Billionen Euro der Grund- und Immobilienbesitz aus. Etwa 40 Prozent bewohnen eine eigene Immobilie, zehn Prozent der Bürger besitzen andere Arten von

Immobilien wie Grundstücke oder Ferienwohnungen. Knapp jeder zweite Erwachsene besitzt Geldvermögen, und zwar durchschnittlich 29.000 Euro. 51 Prozent haben private Versicherungen oder Bausparverträgen, mit einem Durchschnittswert von 18.000 Euro.

"Deutliche Vermögensverluste" haben Grabka zufolge Arbeitslose hinnehmen müssen. Sie verfügten 2002 noch über ein durchschnittliches Vermögen von rund 30.000 Euro, zehn Jahre später seien es nur noch etwa 18.000 Euro gewesen. Große Unterschiede ermittelte das DIW auch zwischen Ost und West. Während Erwachsene in Westdeutschland im Schnitt 94.000 Euro Vermögen besitzen, sind es im Osten nur gut 41.000 Euro. Der Wert selbstgenutzten Immobilienbesitzes liege im Westen bei etwa 151.000 Euro, im Osten bei 88.000 Euro. Da auch der Nachlass für die nachfolgende Generation niedriger ausfalle, dürften diese Unterschiede fortbestehen, schätzt das Institut.

Die Vermögen von Männern liegt dem DIW zufolge um rund 27.000 Euro höher als der Frauen. Alleinerziehende mit zwei Kindern verfügten im Schnitt über ein Nettovermögen von 21.000 Euro. Aber auch wenn die Eltern zusammenleben, sinke das Vermögen mit steigender Kinderzahl.

<http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/europa/3860704/Erstmals-Warnung-vor-Rezession-in-Deutschland>

27.08.2014 11:33 von APA/dpa/ekh

Erstmals Warnung vor Rezession in Deutschland

Deutschland könnte aus Sicht des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) in eine Rezession abrutschen. „Gefahr durchaus ernst zu nehmen.“ Berlin. Deutschland könnte aus Sicht des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung (DIW) in eine Rezession abrutschen. Es deute sich an, dass die Produktion stagniere, teilte das DIW heute, Mittwoch, in Berlin mit. "Die Gefahr einer Rezession ist durchaus ernst zu nehmen", sagte Konjunkturchef Ferdinand Fichtner.

Von einer Rezession sprechen Ökonomen, wenn die Wirtschaftsleistung in zwei aufeinanderfolgenden Quartalen zurückgeht. Von April bis Juni war das Bruttoinlandsprodukt (BIP) nach Angaben des Statistischen Bundesamtes um 0,2 Prozent geschrumpft. Zu den Belastungsfaktoren zählt das DIW eine schwächere Weltkonjunktur, die unsichere Lage in Italien und Frankreich, den Ukraine-Konflikt und die Krisenherde im Nahen Osten.

<http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/oesterreich/4686900/Diese-deutschen-Banken-bluten-wegen-Heta>

19.03.2015 06:18 von APA/dpa

Diese (deutschen) Banken bluten wegen Heta

Zahlreiche deutsche Banken haben wegen des Schuldenmatoriums bei der österreichischen Krisenbank Hypo Alpe Adria bzw. jetzt deren Bad Bank "Heta" Millionen im Feuer.

Wien. Deutsche und österreichische Banken verfügen über die höchsten bekannten Bestände an Schuldpapieren der Heta Asset Resolution AG. Heta ist die österreichische "Bad Bank", deren Verpflichtungen seit dem 1. März nicht mehr bedient werden.

Laut Daten der Finanzagentur Bloomberg haben zehn Banken und Versicherungen Heta-Anleihebestände von jeweils mehr als 100 Millionen Euro.

Zusätzlich zu den Anleihe-Inhabern sind Heta's größter Gläubiger der ehemalige Eigentümer Bayerische Landesbank, dessen Forderung von 2,4 Milliarden Euro bei einem Münchener Gericht anhängig ist, und Pfandbriefbank Österreich AG, der 1,24 Milliarden Euro geschuldet werden.

Die BayernLB schreibt Branchenbeobachtern zufolge kommende Woche bei der Bilanzvorlage mehr als eine Milliarde Euro ab. Das berichtet die "Süddeutsche Zeitung" am Mittwoch. Dennoch sei BayernLB-Chef Johannes-Jörg Riegler zuversichtlich, so die Zeitung. Man setze sich schließlich schon seit Jahren mit der Angelegenheit auseinander und sei weiter als manche anderen. "Manchmal ist es auch hilfreich, nicht mehr allein zu sein", so Riegler laut dem Zeitungsbericht mit Blick auf die zahlreichen Wertberichtigungen bei deutschen Geldhäusern wegen des Heta-Schuldenmoratoriums. "Jetzt ist das keine österreichisch-bayerische Sache mehr, sondern eine österreichisch-europäische

Die Liste der Großgläubiger:

Commerzbank: 400 Millionen Euro, Dexia Kommunalbank: 395, Deutsche Pfandbriefbank: 395, NordLB: 380, DüssHyp: 348, FMS Wertmanagement: 295, NRW Bank: 276, Hypo Niederösterreich: 225, HSH Nordbank: 220, HVB Group: niedrig 3-stellig, Munich Re: niedrig 3-stellig, Versicherungskammer Bayern: 90, Vienna Insurance Group: 50, Hypo Vorarlberg: 30, Uniqa: 25, L-Bank: 2-stellig, Helaba: Mitte 2-stellig, DZ Bank: Mitte 2-stellig, Erste Abwicklungsanstalt: weniger als 100 Millionen Euro

Eine schnelle Rettung gab es für die angeschlagene Düsseldorfer Hypothekenbank, die wegen des Heta-Moratoriums **ins Trudeln geriet**: Der Einlagensicherungsfonds des privaten Bankverbandes übernimmt das kriselnde Geldinstitut. Die zuständigen Gremien des Bankenverbandes stimmten der Übernahme am Montag zu.

Damit sei "die Fortführung der Bank im Interesse der Kunden und der Finanzmarktstabilität garantiert", betonte der Hauptgeschäftsführer des Bankenverbandes, Michael Kemmer. Es ist bereits das zweite Mal innerhalb von knapp sieben Jahren, dass der Einlagensicherungsfonds der Düsseldorfer Bank zur Hilfe eilen muss.

Ausgelöst wurde die aktuelle Krise der Düsseldorfer Hypothekenbank durch die Turbulenzen um die einstige österreichische Skandalbank Hypo Alpe Adria. Die Regierung in Wien hatte Anfang März beschlossen, die "Bad Bank" der Hypo Alpe Adria namens Heta abzuwickeln und dabei sämtliche Schuldenzahlungen zu stoppen. Die Düsseldorfer Hypothekenbank **hatte** Ende 2013 Hypo-Papiere mit einem Volumen von 348 Millionen Euro **im Bestand**.

Der Bundesverband hatte bereits am Wochenende angekündigt, die aus dem Österreich-Engagement der Düsseldorfer Hypothekenbank entstehenden **Risiken abzusichern** und für die Anleihen **Garantien zu gewähren**. "Das Problem ist gelöst", teilte der Bankenverband mit. In einem zweiten Schritt werde nun kurzfristig die komplette Übernahme der Bank vom derzeitigen Eigentümer Lohn Star erfolgen, betonte der Verband.

Für die Kunden der Düsseldorfer Hypothekenbank **habe** der Eigentümerwechsel keine **Auswirkungen**, betonte ein Verbandssprecher. Eine Sprecherin der Hypothekenbank wollte die Entwicklung auch heute nicht kommentieren.

Die Düsseldorfer Hypothekenbank hat kein klassisches Privatkundengeschäft, sondern konzentriert sich auf die Finanzierung von gewerblichen Immobilien in Deutschland, Frankreich, den Niederlanden und Spanien. Früher gehörte auch die Staatsfinanzierung zu ihrem Geschäftsmodell.

Es ist bereits das zweite Mal, dass der Fonds der Bank **unter die Arme greifen** muss. Die Düsseldorfer Hypothekenbank war bereits in der Finanzkrise **an den Abgrund geraten** und im

April 2008 von der Einlagensicherung gerettet worden. Das auf Pfandbriefe spezialisierte Institut hatte vor der Rettungsaktion einen Gewinneinbruch erlitten.

Für die HSH Nordbank und die Helaba stehen wegen des Schuldenmoratoriums bei der österreichischen Krisenbank Hypo Alpe Adria bzw. jetzt deren Bad Bank Heta Millionen im Feuer. Die HSH habe Hypo-Anleihen mit einem Volumen von rund 220 Millionen Euro und deshalb im Konzernabschluss 2014 eine Abschreibung im zweistelligen Millionen-Euro-Bereich vorgenommen, sagte ein Banksprecher am Montag.

Die Abschreibung würden aber weitgehend durch Garantien der Länder Hamburg und Schleswig-Holstein kompensiert und hätten deshalb "keine signifikanten Auswirkungen" auf das Ergebnis der HSH 2014.

http://wirtschaftsblatt.at/home/life/immobilien/3877671/Hypo-Alpe-Adria_ImmoAbbau-ist-eine-Knochenarbeit

29.09.2014 08:05 von Andre Exner

Hypo Alpe Adria: Immo-Abbau ist eine Knochenarbeit

Hypo Alpe Adria. Die Abbaubank hat ein 2,2 Milliarden € schweres Immobilien-Portfolio mit 1500 Objekten. Rund 550 Objekte im Wert von 390 Millionen € konnten bereits verkauft werden.

Wien. Der Abbauteil der Hypo-Alpe-Adria werde „insgesamt um die 18 Milliarden € schwer sein“, sagte Hypo-Aufseher Herbert Walter vergangene Woche gegenüber dem WirtschaftsBlatt. Einen großen Teil davon macht das Immobilien-Portfolio aus. Auch deswegen wurde mit Bruno Ettenauer der CEO des Immo-Entwicklers CA Immo als Stellvertreter von Chefaufseher Wolfgang Nolz in die Abbaubank ABBAG geholt. Denn die einzelnen Teile unterstanden bisher je nach ihrer Historie diversen Hypo-Einheiten, vorwiegend der Probus Real Estate, in Zukunft (voraussichtlich per 1. November 2014, nach der Restrukturierung laut Hypo-Gesetz) wickelt die ABBAG sowie die darunter liegende Heta Asset Resolution alle Verkäufe ab.

Zu Details des Portfolios wollte sich die Hypo auf Anfrage nicht äußern, dem WirtschaftsBlatt liegen jedoch bankinterne Informationen vor: Insgesamt verfügt die Hypo derzeit über Immobilien im Wert von rund 2,2 Milliarden €. Die Objekte sind aus unterschiedlichen Gründen in den Besitz der Bank gelangt-oft als Sicherheit für faule Kredite. Einen Teil nutzt die Gruppe für ihr Kerngeschäft, wie die Sitze der Töchter und die Zentrale in Klagenfurt.

15 Dinge, die man mit den Hypo-Milliarden hätte kaufen können

Von den 2,2 Milliarden € ist der größte Teil für lokale Verwertung vorgesehen, darunter Gewerbeimmobilien, Grundstücke und Wohnhäuser. Rund 600 Millionen € in Form von Großimmobilien gelten als international platzierbar. Die große Diversität der Immobilien und ihre Verteilung über zwölf Länder erschwert Verkäufe. Da die Objekte bereits abgewertet wurden, wird nur dann verkauft, wenn der Preis mit dem Verkehrswert korrespondiert-und das ist bei der Marktlage in SEE die Ausnahme. Daher wurden vor allem Objekte in Deutschland und Österreich veräußert, das Deutschland-Portfolio sogar komplett abgebaut. Aber auch in SEE, etwa Bosnien-Herzegowina, gingen Objekte weg.

Knochenarbeit

Die Verkaufsbilanz seit 2011 weist 550 Immo-Transaktionen zu einem Preis von insgesamt 390 Millionen € aus. Prominenteste Deals waren das Schlosshotel Velden, Flächen im Stock-

im-Eisen-Platz 3 in Wien, das Stadtpark Center Spittal oder das Bürohaus Nomis Quartier in Hamburg. Solche Deals sind die Ausnahme, der Abbau ist **Knochenarbeit**-zu 90 Prozent wurden Kleinimmobilien auf lokalen Märkten verkauft.

<http://wirtschaftsblatt.at/archiv/printimport/4834044/Lage-auf-Jobmarkt-verschaerft-sich>

02.10.2015 3 04:01 von Sonja Gerstl

Lage auf Jobmarkt verschärft sich

Die Arbeitslosigkeit ist im September erneut gestiegen. **Die flaue Konjunktur** verhindert eine Entspannung.

WIEN. Wie erwartet, hat die Zahl der Arbeitslosen im September weiter zugenommen. Einschließlich AMS-Schulungsteilnehmern **stehen** 391.417 Menschen in Österreich **ohne Job da**, knapp 20.000 mehr als noch im Jahr zuvor. Das entspricht einem Plus von 6,1 Prozent, die nationale Arbeitslosenrate beläuft sich somit auf aktuell 8,3 Prozent. Rückläufig war im Vormonat lediglich die Zahl der Schulungsteilnehmer. Diese reduzierte sich auf 69.205 Personen (minus zehn Prozent).

Dramatisch gestaltet sich die Lage der Langzeitarbeitslosen. Ihre Zahl hat sich innerhalb eines Jahres auf über 42.000 Personen verdreifacht. Leicht entspannt hat sich indes die Situation bei den Jugendlichen. Man **verzeichnete** lediglich **ein leichtes Plus** von 0,3 Prozent. Mit einer Jugendarbeitslosenquote von 10,8 Prozent steht Österreich **im** EU-**Schnitt** noch sehr gut da. Nur Deutschland hat weniger arbeitslose 15-bis 24-Jährige (sieben Prozent). Die Negativstatistik wird von Spanien (48,8 Prozent), Griechenland (48,3 Prozent) und Kroatien (43,5 Prozent) angeführt. Am Missverhältnis zwischen offenen Lehrstellen (5103) und Lehrstellensuchenden (7482) in Österreich ändert das aber nichts. Interessant auch, dass Westösterreich in puncto Arbeitslosigkeit nur geringen Schwankungen unterworfen ist. Von minimalen Zuwächsen von 0,8 Prozent in Tirol, 2,3 Prozent in Vorarlberg und 2,7 Prozent in Salzburg kann man in Wien (plus 17,1 Prozent), Niederösterreich (plus 9,5 Prozent), Oberösterreich und dem Burgenland (jeweils plus 10,2 Prozent) nur träumen.

Zenit noch nicht **erreicht**

Ungeachtet der **prekären Lage** auf dem Arbeitsmarkt stieg die Zahl der unselbstständig Beschäftigten im September erneut leicht. Aktuell haben 3.581.000 Menschen in Österreich einen Job, knapp 30.000 mehr als im Vergleichszeitraum des Vorjahres. Auch die Zahl der offenen Stellen stieg, zum vierten Mal in Folge, auf 33.770 (plus 18,4 Prozent). Damit entfallen auf eine gemeldete offene Stelle aber immer noch zehn vorgemerkte Arbeitslose. Die am stärksten von Arbeitslosigkeit betroffene Branche war zuletzt das Gesundheits- und Sozialwesen (plus 11,6 Prozent), gefolgt von Handel und Leiharbeit. Bedingt durch die schwache Konjunktur erwarten die Experten von Wifo und IHS einen weiteren Anstieg der Arbeitslosenrate. Prognostiziert sind bis zu 9,7 Prozent.

<http://wirtschaftsblatt.at/archiv/printimport/4833076/Volksrepublik-will-Konjunktur-mit-Immobilien-und-Autos-ankurbeln?from=suche.intern.portal>

01.10.2015 3 04:01 von Krsto Lazareviæ, APA

Volksrepublik will Konjunktur mit Immobilien und Autos ankurbeln

China senkt die Mehrwertsteuer auf Autos und die Mindestanforderung für die Vorfinanzierung von Häusern.

WIEN. Die chinesische Regierung in Peking versucht **die Konjunktur** mit einer neuen Gesetzgebung **anzukurbeln**. Sie will **den Immobilienmarkt** mit gelockerten Regeln für den Kauf von Eigenheimen **beleben**. Zentralbank und Aufsichtsbehörden teilten am Mittwoch mit, dass die Mindestanforderung für Vorfinanzierungen beim Erwerb der eigenen vier Wände in vielen Städten gesenkt werde. Die Höhe der Anzahlung soll von 30 auf 25 Prozent gekappt werden. Die Änderung gilt für viele Großstädte **mit Ausnahme von** Metropolen wie Peking, Schanghai, Shenzhen und Guangzhou, wo es ein Überangebot an Häusern gibt und entsprechend verschärfte Regeln greifen.

Auf Chinas Immobilienmarkt entfallen rund 15 Prozent der Wirtschaftskraft der Volksrepublik. Beflügelt durch Zinssenkungen der Notenbank hat sich der Markt zuletzt stabilisiert, während der Industriesektor schwächelt. Manche Konjunkturdaten haben **Sorgen** vor einem Abschwung im Land **geschürt** und die Finanzmärkte im Sommer weltweit **in Aufruhr versetzt**.

Die Regierung hält dagegen und **setzt** dabei auch **den Hebel** beim einheimischen Automarkt **an**, dem größten der Welt: Die kommunistische Führung in Peking halbiert dafür die Mehrwertsteuer auf Kleinwagen mit maximal einem 1,6-Liter-Motor. Dieses Segment steht in der Volksrepublik für mehr als zwei Drittel des Marktes und damit auch für die neue chinesische Mittelschicht. Der Anreiz gilt ab Donnerstag und soll bis Ende 2016 laufen.

Chinesen legen an Börse zu

An der Börse sorgte der Schritt für gute Stimmung. Die Aktien der chinesischen Anbieter verteuerten sich deutlich. Great Wall Motor legte zum Beispiel fünf Prozent zu.

China ist seit 2009 der größte Automarkt der Welt. Seit Ende der 1990er-Jahre ging es steil bergauf, wovon auch deutsche Hersteller wie Volkswagen oder BMW stark profitierten. In den ersten acht Monaten 2015 stagnierte der Markt allerdings. Im August gab es sogar ein Minus von drei Prozent.

http://wirtschaftsblatt.at/home/boerse/europa/marktberichte_boerse_europa/4831667/Dax-steuert-auf-grossten-SeptemberKursverlust-seit-Lehman-zu?from=suche.intern.portal
29.09.2015 12:39 von Reuters/schu

Dax steuert auf größten September-Kursverlust seit Lehman zu

Die Furcht vor einer Rezession hat den Dax am Dienstag zeitweise auf den tiefsten Stand des Jahres gedrückt. Wegen der VW-Affäre um manipulierte Diesel-Abgaswerte und Rezessionsängsten steuern Dax und EuroStoxx50 auf den größten Kursverlust in einem September seit 2008 zu. Ihr Minus der vergangenen Wochen summiert sich auf jeweils mehr als sieben Prozent. Der September ist statistisch für beide Indizes der schwächste Börsenmonat.

"Eine nahende weltweite Konjunkturabschwächung verbunden mit fallenden Unternehmensgewinnen ist jetzt das an der Börse meist gehandelte Szenario", sagte Andreas Paciorek, Analyst des Online-Brokers CMC Markets.

Im Laufe des Vormittags machte der deutsche Leitindex seine Verluste zwar wett. "Die aktuelle Erholung **steht** allerdings **auf** sehr **wackligen Füßen**", warnte der CMC-Experte. Die Finanzmärkte litten Börsianern zufolge unter den Nachwehen des am Vortag bekanntgegebenen 8,8-prozentigen Einbruchs der Gewinne der chinesischen Industrie. Dies schlug sich auch auf die Rohstoffpreise nieder, da die weltweit zweitgrößte Volkswirtschaft der größte Abnehmer für Eisen, Kupfer & Co ist. So **fiel** der Stahlpreis an der Börse Shanghai um bis zu 2,3 Prozent **auf ein Rekordtief** von 1828 Yuan (287 Dollar) je Tonne. Eisenerz verbilligte sich zeitweise sogar um 3,3 Prozent auf 361 Yuan (56,72 Dollar).

Im Sog kräftiger Kursverluste der Aktienbörsen Tokio und Shanghai rutschte der Dax um bis zu 1,7 Prozent ab und notierte mit 9325,05 Punkten auf dem niedrigsten Stand seit Mitte Dezember. Anschließend **drehte** er **ins Plus** und notierte 0,5 Prozent fester bei 9529 Zählern. Der EuroStoxx50 legte nach anfänglichen Verlusten ähnlich stark auf 3052 Stellen zu.

Zwar hofften offenbar einige Anleger auf zusätzliche Geldspritzen der Regierung in Peking zur **Ankurbelung** der dortigen **Konjunktur**, schrieben die Analysten der Essener National-Bank in einem Kommentar. Sie warnten aber vor überzogenen Erwartungen an derartige Hilfen. "Die hohen Wachstumsraten, die das Land in der Vergangenheit produziert hat, sind Geschichte."

Aussagen von US-Notenbankern sorgen für Verunsicherung

Für Verunsicherung sorgten zudem die jüngsten Aussagen von US-Notenbankern zur Geldpolitik, betonten Börsianer. Während einige für eine Verschiebung der Zinswende auf Anfang 2016 plädierten, sprachen sich andere für eine Anhebung Ende 2015 aus. "Dass die Fed-Vertreter die unterschiedlichen Einschätzungen öffentlich diskutieren, ist nichts Neues", urteilten National-Bank-Experten. "Derzeit würden die Marktteilnehmer wohl klarere Botschaften präferieren." Vor diesem Hintergrund kostete der Euro mit 1,1225 Dollar etwas weniger als am Vortag. Der Bund-Future, der auf der zehnjährigen Bundesanleihe basiert, stagnierte bei 156,13 Punkten.

Autowerte fahren weiter hinterher – Versorger gefragt

Bei den Aktienwerten **standen** erneut die Autobauer **unter** Verkaufs**Druck**, die immer noch unter "Dieselgate" - der Volkswagen -Affäre um manipulierte Abgaswerte bei Dieselmotoren - litten. VW, BMW und Daimler rutschten um bis zu fünf Prozent ab. Die europäischen Konkurrenten Renault, Peugeot und Fiat verloren sogar bis zu 6,5 Prozent.

Gegen den Trend legten die Versorger kräftig zu, nachdem die CDU in Nordrhein-Westfalen Staatshilfen für die Bewältigung der Kosten des Atomausstiegs **ins Gespräch gebracht** hatte. RWE übernahmen mit einem Kursplus von 5,9 Prozent die Dax-Spitze, E.ON gewannen 3,6 Prozent. Damit notieren beide allerdings immer noch rund 25 Prozent unter ihrem Niveau vom Montagsbeginn.

<http://wirtschaftsblatt.at/home/nachrichten/international/4833104/Immer-mehr-Anzeichen-fur-Konjunkturabkuehlung-in-China?from=suche.intern.portal>

01.10.2015 4 11:21 von Reuters/ekh

Immer mehr Anzeichen für Konjunkturabkühlung in China

Die chinesische Industrie ist im September so stark geschrumpft wie seit mehr als sechs Jahren nicht mehr. Auch die Dienstleister wachsen kaum noch.

Peking. Die Hinweise auf eine deutliche Abkühlung der Wirtschaft in China mehren sich. Die Industrie in der zweitgrößten Volkswirtschaft der Welt schrumpfte im September so stark wie seit mehr als sechs Jahren nicht mehr. Wie aus dem am Donnerstag veröffentlichten Caixin/Markit-Einkaufsmanagerindex weiter hervorgeht, wächst zudem der Dienstleistungssektor nur noch schwach. Die endgültigen Daten des Konjunkturbarometers wurden **als schlechtes Omen gewertet** für die Mitte des Monats anstehenden offiziellen Daten zum Bruttoinlandsprodukt (BIP) für das dritte Quartal. Die meisten Fachleute gehen zwar davon aus, dass es keine harte Landung der Wirtschaft geben wird. Erstmals seit der globalen Finanzkrise könnte das Wachstum aber **unter die Marke** von sieben Prozent **rutschen**.

Die Ökonomen der Bank ANZ taxieren es auf nur noch 6,4 Prozent. Allerdings könne die Zuwachsrate gegen Ende des Jahres wieder zulegen, wenn die jüngsten Maßnahmen der Regierung zum Ankurbeln der Wirtschaft greifen. Die Führung in Peking **peilt einen Anstieg**

von sieben Prozent an. Dies wäre allerdings das niedrigste BIP-Wachstum seit einem Vierteljahrhundert für das Schwellenland, nachdem die Wirtschaft 2014 noch um 7,3 Prozent zugelegt hatte. Unter Experten kamen in jüngster Zeit immer stärker Zweifel an der offiziell mitgeteilten Wachstumszahl auf.

Schwache Wirtschaftsdaten drücken seit Monaten die Kurse an den chinesischen Aktienmärkten. Dort ruht allerdings feiertagsbedingt der Handel für eine Woche.

Der Einkaufsmanager-Index für Chinas Industrie fiel im September auf 47,2 (August: 47,3) Punkte und lag damit deutlich unter der Wachstumsschwelle von 50 Zählern. Im Service-Sektor sackte das entsprechende Barometer auf 50,5 (51,5) Punkte ab, den niedrigsten Stand seit 14 Monaten.

Massive Stützen

Nachdem die chinesische Notenbank mit mehreren Zinssenkungen die Konjunktur massiv stützte, hat die Regierung zuletzt auch an kleineren Stellschrauben gedreht: So wurden neue Maßnahmen zur Belebung des Immobilien- und des Automarkts auf den Weg gebracht. Dennoch stellen sich führende Rating-Agenturen auf eine deutliche Abschwächung des Wachstums im nächsten Jahr ein: Fitch erwartet nur noch ein Plus von 6,3 Prozent, S&P rechnet sogar mit einer deutlichen Abkühlung auf 4,4 Prozent. Zuletzt hatte auch die US-Notenbank aus Sorge um die Weltkonjunktur und wegen der jüngsten Börsenturbulenzen in China auf eine Zinserhöhung verzichtet. Eine Anhebung steht jedoch noch dieses Jahr auf der Tagesordnung: Da Anlagen in den USA dann attraktiver werden, befürchten die Schwellenländer von China bis Brasilien einen Abfluss von Kapital, das ihr schnelles Wachstum in der Vergangenheit mit ermöglicht hat.

DER STANDARD

össz-szószám:5440

össz-karakterszám:34429/39761

<http://derstandard.at/2000023230025/Weltbank-Extreme-Armut-geht-erstmal-auf-unter-zehn-Prozent-zurueck>

5. Oktober 2015 12:16

Weltbank: Extreme Armut erstmals unter zehn Prozent

Die weltweite Zahl der Armen soll heuer auf ein Rekordtief von 702 Millionen sinken. Washington – Die extreme Armut in der Welt wird dieses Jahr nach Angaben der Weltbank erstmals auf unter zehn Prozent zurückgehen. Dieses Jahr würden rund 702 Millionen Menschen in extremer Armut leben, das seien nur noch 9,6 Prozent der Weltbevölkerung, schrieb die Weltbank in einem am Sonntag veröffentlichten Bericht.

"Das ist die beste Geschichte der Welt heute – diese Hochrechnungen zeigen uns, dass wir die erste Generation in der Geschichte der Menschheit sind, die die extreme Armut beenden kann", sagte Weltbank-Präsident Jim Yong-kim.

Neue Armutsschwelle

Im Jahr 1999 lebten noch 29 Prozent der Weltbevölkerung in extremer Armut. 2012 waren es noch 13 Prozent oder 902 Millionen Menschen. Laut Kim ist der Rückgang auf die dynamische wirtschaftliche Entwicklung in Entwicklungsländern zurückzuführen. Eine weitere wichtige Rolle spielen demnach Investitionen in Gesundheit und Bildung sowie der Ausbau der sozialen Sicherungsnetze, die Millionen Menschen vor dem Rückfall in die

Armut bewahrten. Bisher galten Menschen, die mit weniger als 1,25 Dollar pro Tag auskommen mussten, als extrem arm. Neuerdings liegt die Schwelle bei 1,90 Dollar.

"Die neue Vorhersage, wonach die Armut in den einstelligen Prozentbereich zurückgeht, sollte uns neuen Schwung geben und uns helfen, uns noch klarer auf die wirksamsten Strategien zur Beendigung extremer Armut zu konzentrieren", sagte Kim. Die UN-Mitgliedsländer einigten sich im September darauf, bis 2030 die extreme Armut in der Welt ausrotten zu wollen. Die Weltbank warnte aber, es blieben noch große Hürden, bis dieses Ziel erreicht werden könne. Sorge bereitet den UN insbesondere, dass es in vielen Ländern des südlichen Afrika bisher nur geringe Fortschritte gibt.

<http://derstandard.at/2000023197501/19-von-28-EU-Laendern-wollen-Genpflanzen-Anbau-stoppen?ref=rec>

4. Oktober 2015 17:39

19 von 28 EU-Ländern wollen Anbau von Genpflanzen stoppen

Neben Österreich sind auch 18 weitere Länder beim nationalen Verbot dabei. Es geht nur um den Anbau, nicht um den Handel mit Pflanzen.

Brüssel/Wien – Mehr als zwei Drittel der 28 EU-Staaten wollen den Anbau gentechnisch veränderter Pflanzen auf ihrem Gebiet ganz oder teilweise stoppen. 19 Regierungen stellten bis Samstagabend einen entsprechenden Antrag bei der EU-Kommission, teilte die Behörde am Sonntag mit. Darunter ist auch Österreich. Umweltschützer werteten das als Beleg für einen generellen Widerstand gegen den Genpflanzenanbau.

Es geht um vier genveränderte Pflanzen, darunter die Maissorte MON810 von Monsanto. Grund für die Briefe der Mitgliedsstaaten ist eine Übergangsfrist nach im Frühjahr beschlossenen neuen EU-Regeln für den Anbau. Künftig müssen EU-Staaten ihre Verbote in der Regel begründen, zum Beispiel mit Verweis auf umweltpolitische Ziele. Sie müssen ihre Entscheidungen auch begründen, falls betroffenen Gentechnik-Unternehmen die Verbotsanträge nicht akzeptieren. Die Regierungen behalten aber in jedem Fall das letzte Wort.

Umweltschützer sehen "klares Signal"

Die meisten Anträge waren vor Ablauf der Frist eingegangen. Mute Schimpf von der Umweltschutzorganisation Friends of the Earth Europe erklärte: "Es hat nie ein klareres Signal gegeben, dass genveränderte Pflanzen und die Unternehmen, die sie herstellen, in Europa nicht gewollt sind."

Es geht aktuell nur um die Genehmigung oder das Verbot des Anbaus gentechnisch veränderter Pflanzen. Für den Handel mit gentechnisch veränderten Lebens- und Futtermitteln gelten andere Regeln.

<http://derstandard.at/2000023077565/Industrie-warnt-erneut-vor-Abwanderung?ref=rec>

1. Oktober 2015 13:54

Industrie warnt erneut vor Abwanderung

Hohe Arbeits- und Energiekosten werden schon lange als Wettbewerbsnachteil ins Treffen geführt, eine neue Studie will das belegen

Wien/Linz – Wenn eine Studie im Auftrag der Industriellenvereinigung (IV) und der Voest erstellt wird, kann das Ergebnis nicht überraschen: Deutschland und Österreich werden als Standort für Industriebetriebe einer solchen Erhebung zufolge immer unattraktiver. Die Arbeits- und Energiekosten in den beiden Ländern zählten weltweit zu den höchsten, so das deutsche Handelsblatt Research Institute.

In Deutschland beliefen sich die Arbeitskosten im verarbeitenden Gewerbe 2013 auf 36,20 Euro pro Stunde, in Österreich auf 33,20 Euro. Damit lagen sie deutlich über dem EU-Schnitt von 24,40 Euro und auch über dem Niveau in China, Japan und den USA. Zudem stiegen die Arbeitskosten in den beiden Ländern seit einigen Jahren stärker als die Produktivität. Bei den zu zahlenden Industriestrompreisen liege Deutschland deutlich über Österreich und auch über dem EU-Durchschnitt. Sie waren 2014 auch doppelt so hoch wie in den USA.

Schleichende Abwanderung

Energieintensive Unternehmen "wandern schleichend ab", teilte der heimische Stahlkonzern Voestalpine am Donnerstag unter Verweis auf die genannte Studie mit. Durch die schleichende Verlagerung der Produktion ins Ausland werde "der industrielle Kern beider Länder sukzessive aushöhlt", konstatiert Dirk Heilmann vom Handelsblatt Research Institute. Die EU-Klimaschutzpolitik und der Mangel an nicht-akademischen Fachkräften verschärften das "schwierige Umfeld für die Industrie" noch weiter, so die Voestalpine. In Deutschland habe sich 2014 bereits mehr als die Hälfte der Schulabgänger (52 Prozent) für ein Studium anstelle einer dualen Berufsausbildung entschieden, 1997 war es nur knapp ein Drittel (31 Prozent) gewesen. Erschwerend komme hinzu, dass die Zahl der verfügbaren Arbeitskräfte generell rückläufig sei.

Das EU-Ziel, den Industrieanteil am Bruttoinlandsprodukt bis 2020 von 15,1 Prozent (2013) auf 20 Prozent zu steigern, scheine vor diesem Hintergrund in weite Ferne gerückt. In Deutschland und Österreich liegt der industrielle Wertschöpfungsanteil laut Studie mit immerhin 21,8 bzw. 18,3 Prozent am BIP noch weit über dem EU-Durchschnitt.

Es bestehe ein enger Zusammenhang zwischen hohem Industrieanteil und niedriger Arbeitslosigkeit. Die deutsche Arbeitslosenrate lag den Angaben zufolge im Juli 2015 bei 4,7 Prozent, die österreichische bei 5,8 Prozent. Der EU-Durchschnitt war mit 9,5 Prozent rund doppelt so hoch. Die Industrie sei auch ein wichtiger Financier von Forschung und Entwicklung in der Privatwirtschaft.

<http://derstandard.at/2000022901852/Lebensmittelbranche-setzt-auf-TTIP?ref=rec>

28. September 2015 14:54 Regina Bruckner

Heimische Würste hatten es im Ausland schwer

Kaufkraftverlust in Italien, schwacher Konsum in Österreich: Die Lebensmittelbranche sucht neue Märkte, Käse kommt gut an, der Wurstexport ging zurück

Wien – Österreichs Lebensmittelproduzenten blicken auf ein schwieriges Jahr zurück. Russland-Sanktionen, Kaufkraftverluste im zweitgrößten Exportmarkt Italien innerhalb der EU, schwächelnde Konsumlaune im Inland hinterlassen Spuren sowohl bei den landwirtschaftlichen Produzenten als auch in der Lebensmittelindustrie. Die Jahre mit fetten Wachstumsraten gehören der Vergangenheit an.

Hierzulande liegt die Hoffnung darauf, dass die Konsumenten bereit sind, für höherwertige Lebensmittel mehr auszugeben. "Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten, besinnen sich

die Konsumenten auf den Wert der Lebensmittel", sagt AMA-Marketing-Geschäftsführer Michael Blass. Bio verzeichnet mit einem Anteil von acht Prozent einen leichten Zuwachs. "Eine Sättigung ist noch nicht erreicht", so Blass.

US-Markt wird bedeutender

Im Ausland sind Österreichs Lebensmittel dennoch gefragt. Die Agrarexporte stiegen im ersten Halbjahr gegenüber der Vorjahresperiode um 2,9 Prozent auf 4,98 Milliarden Euro. Zwei von drei in Österreich produzierten Lebensmitteln werden im Ausland verkauft, vor allem in der EU. Vier Fünftel des österreichischen Exportvolumens bleiben innerhalb der Union.

Immer wichtiger wird für die Branche aber der Markt außerhalb Europas. Derzeit liegt das Exportvolumen bei 900 Millionen Euro, um fast ein Fünftel ist es im ersten Halbjahr gewachsen. Exportmotor war der US-Markt, der gegenüber dem Vorjahr um mehr als 40 Prozent gewachsen sei, sagt Katharina Koßdorff, Geschäftsführerin des Fachverbands der Lebensmittelindustrie. Bei den weltweiten Absatzmärkten haben die USA mittlerweile Italien als zweitwichtigsten Exportmarkt abgelöst. Im umstrittenen Freihandelsabkommen TTIP sieht die Branche laut AMA-Mann Blass deshalb mehr Chance als Risiko: "Wir unterstützen die Position der EU-Kommission."

Wichtigster Markt für österreichische Erzeugnisse bleibt Deutschland. Die Nachbarn nehmen rund ein Drittel der heimischen Ausfuhren auf. Zwischen Jänner und März stiegen alleine die Lieferungen der österreichischen Lebensmittelindustrie nach Deutschland um 5,3 Prozent auf 959 Millionen Euro. Vor allem Käse kommt in Deutschland an. Im ersten Halbjahr fanden fast 30.000 Tonnen Käsespezialitäten im Wert von 142 Millionen Euro ihren Weg zu den dortigen Konsumenten. Im Gesamtjahr 2014 lag das Plus bei mehr als 13 Prozent.

Wurstexport ging zurück

Insgesamt hätten es "Würste und Fleischwaren hingegen in den letzten Monaten schwer" gehabt, räumt Koßdorff ein. Der Wurstexport ging heuer bisher um 10,3 Prozent auf 91,8 Millionen Euro zurück. Das größte Wachstum erzielt die Branche in der wertmäßig größten Warengruppe, nämlich mit Flüssigem: Limonaden, Energydrinks und Eistee erzielten einen Zuwachs von 24,3 Prozent auf 841,7 Millionen Euro.

Die Lebensmittelexporte nach Russland brachen im ersten Halbjahr 2015 gegenüber 2014 um 42 Prozent von 99 auf 57 Millionen Euro ein. Damit ist Russland im Ranking der Zielmärkte österreichischer Lebensmittelexporte vom elften auf den fünfzehnten Platz zurückgefallen. Die Russland-Sanktionen machen sich laut Koßdorff vor allem bei Apfelproduzenten und Schweinebauern bemerkbar: "Das führte zu einem Gedränge auf den Absatzmärkten, weil alle, die nach Russland exportierten, Ausweichmöglichkeiten suchten." (Regina Bruckner, 28.9.2015)

Wissen: Agrarexporte Österreichs

Seit dem EU-Beitritt im Jahr 1995 haben sich die heimischen Agrarexporte vervielfacht. Damals lag die Exportquote bei nur 16 Prozent. Allerdings gab es damals alleine in der Lebensmittelindustrie noch rund 100 Betriebe und 10.000 Arbeitsplätze mehr als heute – mittlerweile gibt es hier nur noch etwa 200 Betriebe, die mit rund 26.000 Mitarbeitern Lebensmittel in größerem Ausmaß herstellen. Das gesamte Produktionsvolumen erreicht rund acht Milliarden Euro. 2014 wurden Agrarwaren im Wert von 3,35 Milliarden Euro nach Deutschland exportiert – eine Steigerung um 527 Prozent gegenüber 1995. Ein Volumen von 1,3 Milliarden Euro ging nach Italien (plus 259 Prozent) und 2,26 Milliarden Euro in Nicht-EU-Länder. Die gesamten Agrarexporte beliefen sich auf rund 9,75 Milliarden Euro.

<http://derstandard.at/2000022973577/Europas-Gewerkschafter-stellen-sich-auf-die-Hinterbeine?ref=rec>

30. September 2015 05:30 Stefan Brändle aus Paris

Europas Gewerkschafter stellen sich auf die Hinterbeine

Der Kongress des Europäischen Gewerkschaftsbunds sagt dem Sozialdumping den Kampf an. EU-Kommissionspräsident Juncker versprach dabei mehr Sozialrechte

Wenn die Krise langsam banal wird, muss erst recht daran erinnert werden, was sie für die Erwerbstätigen konkret bedeutet. "Wir erleben eine Zunahme der Ungleichheiten, was zu mehr Sozialdumping, einer Lohnkurrenz nach unten und zunehmendem Druck auf den Sozialschutz geführt hat", meinte die scheidende Generalsekretärin des Europäischen Gewerkschaftsbunds (EGB), Bernadette Ségol, zum Auftakt des Vierjahreskongresses in Paris. "Diese Lage wird durch die Sparpolitik noch verschärft."

Der EGB galt bisher nicht als Hort radikaler Klassenkämpfer. Er hat aber auch Mühe, in Brüssel mit einer Stimme zu sprechen. Allzu unterschiedlich ist die wirtschaftliche und damit auch gewerkschaftliche Lage in einzelnen Ländern. Die Osterweiterung der EU hat die Gräben noch vertieft. "Zwischen einem bulgarischen und einem italienischen Angestellten bestehen wenig Gemeinsamkeiten in bezug auf Lohnhöhe oder Arbeitszeit", bekennt der Italiener Luca Visentini (46), der zum Ende des Kongresses auf die seit 2011 amtierende Französin folgen soll.

Höhere Sozialnormen

Die EGB-Führung wurde deshalb am ersten Kongresstag auch kritisiert, sie habe in den letzten vier Jahren nur einen einzigen wichtigen Aktionstag zustande gebracht. Dabei seien die sozialen Rechte seit 2011 – und erstmals in der sechzigjährigen Geschichte der Bewegung – klar auf dem Rückzug, monierten mehrere Gewerkschaftsdelegierte.

Umso mehr bemüht sich die EGB-Führung in Paris, vereint – und dezidiierter als auch schon – Maßnahmen gegen die Krise zu verlangen. Der Kongress wird ein "Manifest von Paris" verabschieden, das einen europäischen Plan öffentlicher Investitionen verlangt, die über bisherige Ansätze hinausgehen. Gefordert werden auch höhere Sozialnormen und ein Mindestlohn, der sich "den höchsten internationalen Normen annähert". Im EU-Raum verfügen derzeit noch fünf Länder über keinen Mindestlohn.

Flüchtlinge "willkommen"

Jean-Claude Juncker, der als EU-Kommissionspräsident erstmals vor einem EGB-Kongress auftrat, bekräftigte, er werde im Frühling 2016 einen "Sockel minimaler Sozialrechte" einbringen. Dabei wolle er "eng mit dem EGB zusammenarbeiten". Die gut 500 Delegierten von 90 nationalen Gewerkschaften bleiben aber misstrauisch. "Der Sozialdialog auf EU-Ebene ist blockiert, die Kommission spielt nicht mit", meinte Laurent Berger von der französischen Gewerkschaft CFDT.

Weniger floskelhaft wirkte Junckers Engagement für die ankommenden Flüchtlinge, hieß er sie doch an dem Kongress ausdrücklich "willkommen". Er wisse, dass die Aufnahme nicht für alle Gemeinden, Städte und Länder einfach sei; doch wenn er sehe, dass all diese Menschen nicht die USA, China oder Russland wählten, sondern die EU, fühle er sich stolz. Pflicht zur Solidarität heiße aber auch, die Schutzwirkung des Arbeitsrechtes auf alle Ankommenden auszudehnen, meinte Juncker, der sich generell für Prinzipien wie "ein Job, ein Gehalt" sowie unbefristete Arbeitsverträge aussprach.

Hollande will investieren

Der französische Präsident François Hollande appellierte im Pariser Kongressaal Mutualité seinerseits für vermehrte Investitionen zur Konjunkturankurbelung. Der bestehende Juncker-Plan über 315 Milliarden Euro sei nur ein Anfang gewesen. "Wir brauchen mehr", erklärte Hollande.

Zur Frage der Arbeitslosigkeit, die in Frankreich einen historischen Rekordstand erreicht hat, äußerte sich der französische Präsident nicht. Martin Schulz, Präsident des EU-Parlamentes, nannte sie hingegen ein "Pulverfass für die europäischen Gesellschaften". Der EGB-Kongress widmete sich in seinem ersten Roundtable-Gespräch der Bekämpfung der Jugendarbeitslosigkeit, die in Griechenland und Spanien 50 Prozent, in Kroatien und Italien 40 Prozent erreicht. Weitere Kongressthemen sind Frauen, Sozialdumping und Jobqualität.

<http://derstandard.at/2000023211660/American-Apparel-beantragt-Glaebigerschutz>

5. Oktober 2015 2 12:03 Daniela Rom

American Apparel: Rote Zahlen und Stress mit dem Ex

Nach mehreren Jahren sinkender Umsätze und dem Rausschmiss des Firmengründers beantragt US-Modelabel Gläubigerschutz, um so einer Pleite zu entkommen

New York – Cool und nachhaltig, das wollte die US-amerikanische Modekette American Apparel immer sein. Doch schon seit Jahren plagt sich das einstige Liebling der jungen Konsumenten mit sinkenden Umsätzen und dem zweifelhaften Image des Firmengründers herum. Im vergangenen Jahr wurde der Dov Charney rausgeschmissen. Berichten zufolge soll er nicht nur immer wieder in Unterhosen durch die Fabriken gegangen sein, er wurde auch vom mehreren Mitarbeitern der sexuellen Belästigung beschuldigt. Am Montag beantragte American Apparel nun Gläubigerschutz und plant eine Restrukturierung, um so einer Pleite zu entgehen.

Dabei war die Geschichte des Unternehmens zuerst durchaus eine Erfolgsstory. Charney eröffnete sein erstes Geschäft im Jahr 2003. Schon einige Jahre zuvor hatte er begonnen, T-Shirts in seiner Fabrik in Los Angeles zu produzieren. "Designed, cut and sewn in the US", also entworfen, zugeschnitten und genäht in den USA – damit setzte sich das Unternehmen ab. Und traf damit auch direkt in das Herz der auf Nachhaltigkeit bedachten Klientel, die nicht mehr in Billiglohnländern, zu miserablen Bedingungen gefertigtes Gewand einkaufen wollte. Charney produzierte nicht nur den USA, er bezahlte seine Fabrikmitarbeiter auch über dem Mindestlohn.

Wachstum und Skandale

Das Unternehmen wuchs, wurden erst nur T-Shirts und Unterwäsche verkauft, verbreiterte sich das Sortiment in den kommenden Jahren. 2004 wurde Charney zum "Unternehmer des Jahres" in Los Angeles gekürt, 2006 folgte der Börsengang. Internationale Aufmerksamkeit erhielt American Apparel aber nicht nur wegen des rasanten Aufstiegs zur bekannten und beliebten Modemarke, sondern wegen der Skandale des Firmengründers und Alleinherrschers. Eine Ansammlung rassistischer und sexistischer Ausfälle werden dem Chef, der sich selbst "Bad Daddy" genannt haben soll, zugeschrieben.

Charney wurde in kommenden Jahren von mehreren Mitarbeiterinnen beschuldigt, sie sexuell belästigt zu haben. Die provokative, stark sexualisierte Werbeschiene des Modelabels gefiel auch nicht jedem. Vor allem Frauen in expliziten Posen mit dementsprechenden Werbeslogans wurden zum Aushängeschild der Marke. Was anfangs noch wild und lässig

war, wurde langsam zu einem Problem. Im Jahr 2009 musste American Apparel dem Regisseur Woody Allen fünf Millionen Dollar **Schadenersatz zahlen**. Das Unternehmen hatte einen Ausschnitt aus dem Film "Annie Hall" zur Werbung genutzt. Probleme gab es auch mit illegaler Beschäftigung. 1.500 Arbeiter mussten gekündigt werden, weil die nötigen Papiere fehlten.

Rausschmiss

Letztendlich wurde Charney 2014 rausgeworfen. Seitdem **kämpft** er **mit allen Mitteln** um sein Erbe. Mit dem neuen Management läuft eine gerichtliche Schlammschlacht. Charney fordert über 40 Millionen Dollar (35,9 Millionen Euro) an Entschädigung. Daraufhin veröffentlichte American Apparel Auszüge aus einem Fundus an kompromittierenden Fotos, Mails und Videos, die auf den Servern des Unternehmens gespeichert sein sollen.

Das alles **hinterließ auch Spuren** in den Bilanzen. Die Verkäufe gehen seit fünf Jahren zurück. Im letzten Quartal dieses Jahres stieg der Verlust im Jahresvergleich von 16,2 auf 19,4 Millionen Dollar. Noch Anfang Juni hatte American Apparel angekündigt, Filialen zu schließen und **Personal abbauen** zu wollen. Mitte August wurde aus Börsendokumenten bekannt, dass Liquiditätsengpässe drohen. Der Aktienkurs war um mehr als 30 Prozent abgestürzt.

Mit dem Antrag auf Gläubigerschutz will das Unternehmen nun "ein stärkeres, dynamischeres Unternehmen" werden, so die derzeitige Chefin, Paula Schneider. 95 Prozent der Gläubiger hätten schon zugestimmt, ihre Forderungen zu reduzieren, und dafür Anteile am Unternehmen zu erhalten. Dann müssen nur noch die Kunden wieder vermehrt in den Läden von American Apparel einkaufen wollen.

<http://derstandard.at/2000023073953/Wertvollste-Marke-Red-Bull-rutscht-weiter-ab?ref=rec>
1. Oktober 2015 2 13:02

Wertvollste Marken: Red Bull rutscht weiter ab

Apple **ist** unverändert **die Nummer eins**, Red Bull fällt mit einem Wert von 14,82 Milliarden Euro von Platz 53 auf 62.

Wien/Fuschl – Apple ist mit einem Wert von 136,9 Milliarden Euro unverändert die wertvollste Marke der Welt, geht aus dem am Donnerstag veröffentlichten Ranking "Eurobrand Global Top 100" für das Jahr 2015 hervor. Google liegt an zweiter Stelle vor Microsoft. Der österreichische Getränkehersteller Red Bull rutschte weiter von Rang 53 auf 62. Der Wert von Red Bull sank um vier Prozent auf 14,82 Milliarden Euro.

Wertvollste Getränkemarke ist nach wie vor Coca-Cola mit momentan 66,52 Milliarden Euro. Den dritten Platz verlor Coca-Cola aber an Microsoft und liegt nun auf Rang vier. Damit werden die drei Stockerlplätze erstmals ausschließlich von IT-Konzernen gehalten. Apples Platz an der Spitze ist für die Konkurrenz vorerst unerreichbar, die Marke ist fast doppelt so viel wert wie die von Google mit 73,63 Milliarden Euro. Und der Abstand wird größer: Google **steigerte seinen Markenwert** gegenüber 2014 um neun Prozent, Apple um 21 Prozent.

Aus den Top Ten gefallen sind IBM und McDonald's. IBM verlor 20 Prozent Markenwert (nun mit 43,71 Milliarden Euro auf Platz elf), McDonald's 17 Prozent (15. mit 39,69 Milliarden). Neu unter den ersten zehn sind die Telekomanbieter China Mobile (Sechster mit 48,68 Milliarden) und Verizon (Achter mit 47,26 Milliarden).

Europas Topkonzern bleibt LVMH

Wertvollstes Unternehmen Europas blieb der französische Luxusgüterkonzern LVMH mit einem Markenwert von 39,83 Milliarden Euro auf Rang 14, gefolgt vom Brauereikonzern AB Inbev mit 35,78 Milliarden Euro auf Platz 16 und Nestlé mit 34,29 Milliarden Euro auf Rang 19.

Deutschlands wertvollste Marke ist Volkswagen. VW steigerte seinen Markenwert um sieben Prozent auf 27,33 Milliarden Euro und liegt nun auf Rang 24. Die Erhebung fand allerdings vor dem Abgasskandal statt.

Europa sei stark bei Markenportfolios, Nordamerika führe bei Single Brands, sagte Gerhard Hrebicek, Chef von Eurobrand und Vorstand des European Brand Institute, zu den Ergebnissen. Die US-Markenlandschaft, dominiert von IT & Technologie, Konsumgüter- und Finanzdienstleistungsmarken repräsentiert 47 der "Global Top 100"-Unternehmen. Europa ist nur noch mit 35 vertreten, während die asiatischen Markenunternehmen aufholten. Heuer sind 18 Konzerne aus Asien vertreten, nach 13 im Vorjahr.

In Österreich bleibt Red Bull die einzige Marke unter den Top 100. Zweitwertvollste österreichische Marke ist laut Anfang Juli veröffentlichten Zahlen der Tiroler Glaskonzern Swarovski mit rund 3,3 Milliarden Euro, gefolgt vom Glücksspielkonzern Novomatic mit 2,8 Milliarden.

<http://derstandard.at/2000023083042/Henkel-baut-in-Klebstoffsparte-1200-Jobs-ab?ref=rec>
1.Oktober 2015 3 14:54

Klebstoffsparte: Henkel baut 1.200 Jobs ab

Betriebsbedingte Kündigungen soll es nicht geben. Betroffen ist auch Wien – in welchem Ausmaß, lässt Henkel offen.

Düsseldorf/Wien – Der Konsumgüterkonzern Henkel reagiert mit dem Abbau von rund 1.200 Stellen auf schleppende Geschäfte in seiner Klebstoffsparte. Rund 100 Arbeitsplätze würden in Deutschland abgebaut, so ein Henkel-Sprecher am Donnerstag in Düsseldorf. In Europa insgesamt sollen es 250 sein, in Nordamerika 200. Der Großteil entfällt mit 500 bis 600 Stellen aber auf Asien, berichtet die "Wirtschaftswoche".

Wie viele Arbeitsplätze in Wien wegfallen könnten, wollte man auf APA-Anfrage bei Henkel CEE nicht beziffern. "Wir können nicht sagen, dass Wien nicht betroffen ist. Es gibt aber dazu keinen Länder-Split", hieß es am Donnerstagnachmittag. Es handle sich nicht um ein Restrukturierungsprogramm, ein Stellenabbau solle so sozialverträglich wie möglich erfolgen.

Henkel CEE steuert von Wien aus 32 Länder mit rund 10.000 der insgesamt 50.000 Konzernmitarbeiter. Von diesen sind 27.000 Menschen – mehr als die Hälfte – im konjunkturabhängigen Klebstoffgeschäft tätig. Dieser Bereich macht bei Henkel knapp die Hälfte des Konzernumsatzes aus. Österreich selbst steht im Henkel-Konzern für rund 850 Mitarbeiter.

Henkel-Chef Kasper Rorsted hatte im August eingeräumt, die Entwicklung der Sparte liege "unter unseren Erwartungen". Denn bereinigt um Zukäufe und Wechselkurseffekte legte der Umsatz mit Klebstoffen im zweiten Quartal nur noch um 1,7 Prozent zu, die Umsatzrendite sank. Rorsted hat für das Gesamtjahr indes ein organisches Umsatzwachstum zwischen drei und fünf Prozent angekündigt. Henkel verkauft Klebstoffe unter anderem unter den Marken Pritt, Pattex und Loctite. Zudem kommen die Klebstoffe in der Industrie zum Einsatz, unter anderem in Autos, Computern, Mobiltelefonen oder auch in Windrädern.

Schwache Wirtschaftsdaten nähren seit Monaten Sorgen um eine deutliche Abkühlung der Konjunktur in China. Die Regierung dort strebt 2015 ein Wachstumsplus von sieben Prozent an. Das wäre der kleinste Zuwachs seit einem Vierteljahrhundert.

Der Personalabbau im Henkel-Konzern soll nun schon bis Ende März 2016 abgeschlossen sein. Ursprünglich war Ende 2016 geplant, sagte ein Sprecher zur "Wirtschaftswoche".

<http://derstandard.at/2000023010156/Obi-darf-Baumax-ohne-Auflagen-uebernehmen?ref=rec>
30. September 2015 2 12:12

Obi darf Baumax ohne Auflagen übernehmen

Deutsche Kette übernimmt 68 der 105 Standorte, 48 davon in Österreich: Merkury Market will 18 Baumax-Märkte in Tschechien übernehmen.

Wien/Klosterneuburg – Die deutsche Heimwerkerkette Obi darf 68 der 105 Standorte der Baumarktkette Baumax ohne Auflagen übernehmen. Obi übernimmt 48 der 65 Märkte in Österreich, alle 14 Standorte in der Slowakei, beide in Slowenien und vier von 24 Märkten in Tschechien.

Durch den Zusammenschluss komme es zwar zur einer "erhöhten Marktanteilsaddition am nationalen Markt, aber es sind genügend Wettbewerber vorhanden, die verhindern, dass durch den Zusammenschluss eine Marktbeherrschung von Obi nach dem aktuell dargelegten Sachverhalt entstehen könnte", gab die Bundeswettbewerbsbehörde am Mittwoch bekannt.

Bedenken hatte die Wettbewerbsbehörde zunächst in Wien und Graz, daher habe man diese Städte detailliert analysiert. Bezüglich eines Standorts in Graz sei aber sichergestellt worden, dass dieser von einem Dritten übernommen wird, erklärte die Behörde.

Verkauf der tschechischen Standorte

Die Zerschlagung der Baumarktkette bauMax schreitet indessen voran. Auch die tschechischen Standorte sind nun so gut wie unter Dach und Fach. Vier Märkte übernimmt die deutsche Kette Obi, 18 Standorte will der polnische Händler Merkury Market übernehmen, gab das tschechische Kartellamt UOHS laut Nachrichtenagentur CTK am Mittwoch bekannt. Die endgültige Entscheidung darüber fällt die Behörde Ende Oktober.

Mit Ende November dürfte der Name bauMax auch in Tschechien Geschichte sein, heißt es. Die 1991 gegründete Merkury Market hat bisher Filialen in Polen und der Slowakei und verkauft hauptsächlich Inneneinrichtungen und Baumaterialien.

bauMax schrieb in Tschechien jahrelang Verluste. 2014 kletterte der Verlust auf 562 Mio. Kronen (20,66 Mio. Euro), nach 471 Mio. Kronen im Jahr 2013. In der Slowakei stieg der Verlust von 0,6 Mio. Euro im Jahr 2013 auf 7,8 Mio. Euro im Jahr 2014, berichtet die tschechische Agentur CTK.

<http://derstandard.at/2000022884814/Shell-gibt-Oelsuche-vor-Alaska-auf?ref=rec>
28. September 2015 2 10:06

Shell gibt Ölsuche vor Alaska auf

Der britisch-niederländische Konzern stoppt sein umstrittenes Projekt, Milliardenabschreibungen sind die Folge.

London – Der Energieriese Shell stoppt seine umstrittenen Öl- und Gasbohrungen vor der Küste Alaskas. Die bisher dort entdeckten Rohstoffvorkommen rechtfertigten keine weiteren Bohrungen, teilte das britisch-niederländische Unternehmen am Montag in London mit. Das Bohrloch werde versiegelt, weitere Aktivitäten in der Region seien mittelfristig nicht geplant.

Greenpeace nannte die Entscheidung eine "hervorragende Nachricht". Shell hatte erst im Juli mit Bohrungen nach Öl und Gas vor der Küste des US-Bundesstaats Alaska begonnen. Das Areal "Burger J" liegt in der Tschuktschensee, rund 240 Kilometer vom nächstgelegenen Ort in Alaska entfernt.

Hohe Kosten

Shell drang nach eigenen Angaben in eine Tiefe von gut 2.000 Metern vor. Zwar seien dabei "Hinweise auf Öl und Gas" gefunden worden, doch seien diese "nicht ausreichend, um eine weitere Erschließung zu rechtfertigen". Das Bohrloch werde deshalb "versiegelt und verlassen", und der Konzern werde "in absehbarer Zukunft" keine weiteren Bohrungen in den Gewässern vor Alaska anstreben. Neben zu geringen Rohstoffvorkommen führte Shell auch hohe Kosten der Unternehmung und eine "schwierige und unvorhersehbare" Regulierung durch die US-Behörden als Gründe für den Rückzug an.

US-Präsident Barack Obama hatte die Bohrungen im Mai erlaubt – und damit heftigen Protest von Umweltschützern ausgelöst. Greenpeace sprach von einem "schrecklichen Fehler", da das Projekt das fragile Ökosystem der Arktis bedrohe. Ein Austritt von Öl könne eine Umweltkatastrophe für die Region bedeuten.

Unterstützung für Kritiker

Obama verteidigte die Entscheidung im August. Zwar werde der Umstieg auf erneuerbare Energien beschleunigt, doch vorerst müsse sich die US-Wirtschaft noch auf Öl und Gas stützen. Dagegen bekamen die Shell-Kritiker Unterstützung von der demokratischen US-Präsidentenwahlkandidatin Hillary Clinton. Sie nannte die Arktis im August einen "einzigartigen Schatz" – das Risiko der Bohrungen in der Region sei zu groß.

Die Arktis-Expertin von Greenpeace in Deutschland, Larissa Beumer, erklärte am Montag, Shells Rückzug sei "eine hervorragende Nachricht für die Arktis und das Klima und ein großer Sieg für die weltweite Protestbewegung". Jetzt zeige sich, dass Ölbohrungen in der Arktis "auch ökonomisch keinen Sinn ergeben". Shells Entscheidung sei "ein deutliches Signal an alle anderen Ölkonzerne, die Finger von der Arktis zu lassen".

Der für die Rohstoffausbeutung auf dem amerikanischen Kontinent zuständige Shell-Manager Marvin Odum betonte am Montag, das Projektteam in Alaska habe "sicher und außergewöhnlich gut" gearbeitet. Shell sei zudem nach wie vor der Auffassung, dass das fragliche Areal in der Tschuktschensee "bedeutendes Potenzial" habe und in der Zukunft strategische Bedeutung für die Energieversorgung der USA erlangen dürfte.

Wie teuer der Rückzug aus Alaska für Shell wird, steht noch nicht fest. Genaue Zahlen sollen bei der Bilanzvorstellung am 29. Oktober veröffentlicht werden.

<http://derstandard.at/2000023199318/Air-France-droht-erneut-Jobabbau-und-Streik?ref=rec>

4. Oktober 2015

2

18:10

Air France drohen erneut Jobabbau und Streik

Laut Gewerkschaft stehen weitere 2.900 Arbeitsplätze auf dem Spiel, ab Montag könnte es zu Verspätungen kommen.

Paris – Bei der Fluggesellschaft Air France droht erneut der Wegfall vieler Arbeitsplätze. Es werde leider einen Plan zum deutlichen Stellenabbau geben, sagte der Chef des Mutterkonzerns Air France-KLM, Alexandre de Juniac, am Freitag dem Radiosender Europe 1. Auch die Flugzeugflotte und das Flugangebot der französischen Konzernsparte Air France sollen in den kommenden beiden Jahren schrumpfen.

Die Gewerkschaften riefen für diesen Montag zu Streiks auf. Die Airline rechnet zwar mit Verspätungen, aber nicht mit Flugausfällen.

Zahlen zum geplanten Stellenabbau nannte de Juniac nicht. Gewerkschaftskreisen zufolge stehen 2016 und 2017 bis zu 2.900 Stellen auf dem Spiel, wie die französische Nachrichtenagentur AFP meldete. Eine Quelle aus dem Verwaltungsrat sagte demnach, diese Zahl sei von der Unternehmensführung als Schätzung dafür genannt worden, wie viele Mitarbeiter Air France im Jahr 2017 zu viel haben wird. Eine offizielle Bestätigung gab es dafür nicht. Laut de Juniac sollen möglichst viele Stellen über freiwillige Vereinbarungen abgebaut werden. "Falls nötig" werde es aber auch Kündigungen geben.

Gescheiterte Verhandlungen

Am Donnerstag waren Verhandlungen mit Gewerkschaftsvertretern gescheitert. Die Konzernspitze wollte die Gehälter einfrieren und die Produktivität durch Mehrarbeit erhöhen, konnte sich gegen die Verhandlungsführer der Piloten aber nicht durchsetzen.

Die Fluggesellschaft will mit den Kürzungen ihre seit 2011 andauernde Verlustserie beenden. Nun denkt die Konzernspitze darüber nach, wie tief die Einschnitte ausfallen sollen.

Protest gegen Billigtochter

Zu den Streiks am Montag riefen mehrere Gewerkschaften auf. Vor gut einem Jahr hatten die Air-France-Piloten den Flugbetrieb aus Protest gegen den geplanten Ausbau der Billigtochter Transavia für zwei Wochen lahmgelegt.

"Wir sind heute nicht wettbewerbsfähig genug", begründete de Juniac seine harte Haltung. Neuen Verhandlungen erteilte er zunächst eine Absage. Falls Gewerkschaften in den kommenden Wochen neue Vorschläge und eine "echte Gesprächsbereitschaft" vorlegten, sei die Tür aber nicht geschlossen.

<http://derstandard.at/2000022838358/General-Motors-laesstFiat-Chrysler-erneut-abblitzen?ref=rec>

26. September 2015 13:59

General Motors lässt Fiat Chrysler erneut abblitzen

Die amerikanische Opel-Mutter General Motors hat den Fusionsvorschlag von Fiat-Chrysler-Chef Sergio Marchionne erneut zurückgewiesen

Rom/Amsterdam/Detroit

Die amerikanische Opel-Mutter General Motors (GM) hat den Fusionsvorschlag von Fiat-Chrysler-Chef Sergio Marchionne erneut abblitzen lassen. Der GM-Board habe Marchionnes Vorschlag erneut geprüft, sei jedoch der Ansicht, dass der Konzern allein seine Ziele erreichen könne, berichtete CEO Mary Barra laut italienischen Medien.

GM wolle sich im besten Interesse der Aktionäre auf die aktuelle Strategie konzentrieren. Spekulationen über eine Annäherung beider Konzerne machen schon seit längerem die Runde. Marchionne warb bereits öfters für Fusionen in der Branche und kündigte eine aktive Rolle dabei an.

Es wäre "verantwortungslos", den Zusammenschluss der beiden Autobauern nicht voranzutreiben, der jährlich 30 Mrd. Dollar (26,6 Mrd. Euro) Cash generieren würde, so Marchionne kürzlich. Marchionne argumentiert, dass die Überkapazitäten der Branche, vor allem in Europa, eine Fusion sinnvoll machen würden, um profitabler zu werden.

<http://derstandard.at/2000023218494/Raiffeisen-will-ohne-Kapitalerhoehung-auskommen>

5. Oktober 2015

3 10:15

Raiffeisen will ohne Kapitalerhöhung auskommen

In den nächsten zwei Jahren muss die Raiffeisen Bank International zusätzliches **Kapital aufbringen**. Dazu sollen keine neuen **Aktien ausgegeben** werden

München – Die österreichische Raiffeisen Bank International (RBI) will die Aktionäre zur Stärkung ihrer Kapitaldecke nicht **zur Kasse bitten**. "Wir haben bis Ende 2017 ausreichend Zeit, um die angestrebte Zwölf-Prozent-Kapitalquote zu erreichen", sagte RBI-Chef Karl Sevelda dem "Wirtschaftsblatt" (Montagausgabe). "Wir gehen davon aus, dass wir das ohne Kapitalerhöhung umsetzen." Zuletzt lag die Kernkapitalquote bei 10,7 Prozent.

Die Osteuropa-Tochter des österreichischen Raiffeisen-Sektors hatte sich mit einer jahrzehntelangen Expansion zum zweitgrößten Kreditgeber der Region hochgearbeitet. Nach einem Fehlbetrag von 493 Millionen Euro im vergangenen Jahr – der erster Verlust der Unternehmensgeschichte – ist die RBI allerdings auf Schrumpfkurs eingeschwenkt. Doch der geplante Verkauf der Polen-Tochter, durch den die RBI ihre Kapitalausstattung verbessern will, verzögert sich. "Wir haben Angebote am Tisch liegen, die aber alle die Schweizer-Franken-Problematik negativ berücksichtigen", sagte Sevelda. Die RBI werde eine Lösung dafür finden, ein Vertrag könnte im ersten Halbjahr 2016 unterschrieben werden.

Frankenkredite belasten

Die polnische Regierung will Banken zum Zwangsumtausch von Fremdwährungskrediten zwingen, die Institute sollen zumindest auf einem Teil der Lasten sitzenbleiben. **Vor allem** in den Jahren 2007 und 2008 hatten eine halbe Million Polen Hypothekenkredite in Schweizer Franken **aufgenommen**, weil die Zinsen darauf deutlich günstiger waren. Doch der rasante Kursverlust des Zloty zu der Schweizer Währung hat viele Kreditnehmer **in Bedrängnis gebracht**.

In Ungarn hatte die Regierung bereits in den vergangenen Jahren die Banken bei Fremdwährungskrediten Kosten aufgebürdet. Das Geschäft in Ungarn laufe in diesem Jahr wesentlich besser. "Nach den schweren, gesetzlich bedingten Verlusten des Vorjahres könnten wir heuer eventuell wieder positiv abschließen", sagte Sevelda. "In Ungarn wollen wir uns aus dem Massengeschäft zurückziehen, aber das Firmenkundengeschäft weiter ausbauen."

<http://derstandard.at/2000023237155/Schelling-blockiert-Tschechen-bei-Bieterschlacht-um-Casinos-Austria>

5. Oktober 2015

4 14:03

Casinos Austria: Schelling blockiert Tschechen als Bieter

Hauptversammlung genehmigt aber Übertragung der 16,8 Prozent Casinos-Anteile von MTB an Novomatic.

Wien – Die Staatsholding ÖBIB, mit 33,24 Prozent der Anteile Kernaktionär der Casinos Austria AG (CASAG), hat sich in der außerordentlichen Casinos-Hauptversammlung am gegen eine Übertragung der von der MTB Privatstiftung gehaltenen Casinos-Aktien an die CAME Holding ausgesprochen.

Ausschlaggebend für die Entscheidung sei ein Rechtsgutachten, das signifikante Rechtsunsicherheiten durch die Übertragung der Aktien aufgezeigt habe, sagte ÖBIB-Chefin Martha Oberndorfer. "Wir befürchten womöglich jahrelange Rechtsstreitigkeiten, die die

Übertragung der Aktien nach sich ziehen könnte", erklärte Oberndorfer in einer Aussendung. "Die notwendige Neuaufstellung der CASAG könnte dadurch über mehrere Jahre blockiert werden." Die Staatsholding habe daher von ihrem in der Satzung verankerten Recht **Gebrauch gemacht**, diesen Deal aus wichtigen Gründen abzulehnen.

Zugestimmt hat die Hauptversammlung hingegen der Übertragung der 16,8 Prozent Casinos-Anteile von der MTB-Privatstiftung (Maria Theresia Bablik) an den niederösterreichischen Glücksspielkonzern Novomatic.

ÖBIB hält 33,24 Prozent

Die Eigentümer-Struktur der Casinos Austria sieht nach der heutigen Hauptversammlung wie folgt aus: Die Staatsholding ÖBIB hält unverändert 33,24 Prozent, der Medial Beteiligungs GmbH gehören 38,2 Prozent und Novomatic hat 16,8 Prozent an den Casinos. Der Rest befindet sich in Streubesitz.

Allerdings haben der Mühlenkonzern Leipnik-Lundenburger (LLI) sowie die UNIQA ihre Anteile an der Medial (jeweils 29,63 Prozent) an die Novomatic abgetreten. Somit gehören der Novomatic durchgerechnet weitere knapp 22,8 Prozent an den Casinos – **in Summe** rund 39,5 Prozent.

Tschechen bei rund 11,3 Prozent

Die Donau Versicherung hat ihre Anteile an der Medial, die sie über die CAME Holding hielt (ebenfalls 29,63 %), den tschechischen Milliardären Karel Komarek und Jiri Smejck verkauft. Somit halten die Tschechen durchgerechnet rund 11,3 Prozent an den Casinos.

Da die Tschechen nun über die CAME Miteigentümer der Casinos sind, wollten sie von ihrem Vorkaufsrecht **Gebrauch machen** und die MTB-Anteile übernehmen, die bereits der Novomatic zugesagt waren. Dagegen hat die ÖBIB in der heutigen Hauptversammlung ihr **Veto eingelegt**.

<http://derstandard.at/2000023032664/Zartes-Pflanzlein-Onlineversicherung>

3. Oktober 2015 09:00 Claudia Ruff

Zartes Pflänzlein Onlineversicherung

Haftpflicht oder Kfz-**Verträge** können zwar schon online **abgeschlossen** werden. Manche Produkte sind aber so komplex, dass eine Beratung nötig ist

Wien – Grundsätzlich gilt, dass einfache Versicherungsprodukte wie Reise-, Kfz-, Haushalt- oder Rechtsschutzversicherungen von diversen heimischen Versicherern online angeboten werden. Komplexere Produkte, die sehr beratungsintensiv sind, wie eine klassische oder fondsgebundene Lebensversicherung oder eine private Krankenzusatzversicherung, können nicht via Internet gebucht werden. Das hat auch damit zu tun, dass der Vertrieb der Assekuranzen daran kein Interesse hatte.

Im Zeitalter der nicht vorhandenen Zinsen könnte sich diese Situation aber ändern. Zumal die steigenden Vertriebskosten, vor allem für Außendienstmitarbeiter, samt Provisionen der Versicherungsbranche zunehmend zu schaffen machen.

Tanja Trenker, Leiterin von Zurich-Connect, dem ältesten Onlineversicherungsanbieter in Österreich, gibt auch unumwunden zu: "Viel hat sich in der Branche seit dem Start von Zurich-Connect nicht getan." Die häufigsten Abschlüsse gebe es bei Kfz-Versicherung, gefolgt von Haushalt, Rechtsschutz, private Haftpflicht und Tierhaftpflicht. Trenker schließt aber nicht aus, dass Zurich künftig auch Lebensversicherungen online anbietet.

Videoberatung

Die Wiener Städtische startete vor kurzem neben ihrem Onlineangebot mit einer Videoberatung. Im Frühjahr wurde eine Digitaloffensive gestartet. Am Donnerstag hat sich unter dem Namen "Lamie-direkt" ein neuer Anbieter in Wien vorgestellt. In Kooperation mit Lloyd's in London werden Haushalt- und Eigenheimversicherungen ausschließlich online angeboten. Im ersten Jahr wird ein 40-prozentiger Prämienbonus versprochen.

Wie die Österreicher in Sachen Versicherungsvertrieb ticken, hat die Allianz Österreich im Dezember des Vorjahres bei einer Onlinebefragung herausfinden lassen. Demnach würden die Kunden bei der Recherche und beim Kauf von Versicherungsprodukten sehr unterschiedlich vorgehen: Nur sieben Prozent der Befragten bewegen sich bei Recherche und Kauf ausschließlich in der digitalen Welt. 55 Prozent der Kunden bleiben offline – das heißt, sie konsultieren bei der Recherche einen Berater oder Makler und schließen direkt bei diesem ab. 38 Prozent gelten als "hybride" Kunden: Diese nutzen bei der Recherche Online- und Offlinekanäle, vor der Kaufentscheidung suchen sie den Kontakt mit einem Berater. Bei der Suche nach Informationen über Kfz-Versicherungen nutzen die Österreicher unterschiedliche Kanäle: 61 Prozent fragen ihren persönlichen Versicherungsberater, 26 Prozent Makler, 25 Prozent recherchieren im Internet, zwölf Prozent konsultieren Freunde und Familie. Eine eher untergeordnete Rolle spielen derzeit Vergleichsportale (sechs Prozent) und Informationsbroschüren (je drei Prozent). "Kunden erwarten heute, dass sie jederzeit den für sie gewünschten Kommunikationskanal mit ihrer Versicherung wählen können, sei es per Smartphone, Brief, E-Mail oder persönlich. Der Wechsel zwischen den Kontaktwegen muss dabei nahtlos möglich sein", so die Conclusio.

Neue Zürcher Zeitung

össz-szószám:5380

össz-karakterszám:34988/40301

<http://www.nzz.ch/wirtschaft/wirtschaftspolitik/vor-dem-politischen-spiessrutenlauf-1.18624959>

5.10.2015

Schwerer Stand für Freihandel in den USA. **Vor dem politischen Spiessrutenlauf**

Der wirtschaftliche Nutzen der Transpazifischen Partnerschaft für die USA dürfte gering ausfallen. Nicht zuletzt deshalb ist das Abkommen im US-Kongress umstritten.

Was ist schwieriger: Sich mit elf anderen, sehr unterschiedlichen Staaten auf ein Handelsabkommen zu einigen oder die Vereinbarung durch den US-Kongress zu bringen? Der übernachtigte US-Verhandlungsführer Michael Froman wollte am Montag nach Abschluss der Verhandlungen über die Transpazifische Partnerschaft (TPP) nicht über die Erfolgsaussichten spekulieren. Dass er den Durchbruch in Atlanta nur als ersten wichtigen Schritt bezeichnete, zeigt aber, wie kontrovers das Thema Freihandel in den USA ist.

Zunächst muss der Vertragstext noch formalisiert werden, bevor er veröffentlicht werden kann. Dazu sind weitere Verhandlungen unter den TPP-Staaten auf technischer Ebene möglich. Erst dann kann der Vernehmlassungs- und Ratifizierungsprozess beginnen. Im besten Fall könnte das Abkommen 2017 in Kraft treten. Gut möglich ist aber auch, dass die TPP im Strudel der amerikanischen Präsidentschaftswahlen untergeht. In der jüngeren Vergangenheit brauchten selbst bilaterale Freihandelsabkommen Jahre, bis sie in Kraft traten. Ein Grund dafür, dass TPP in den USA einen schweren Stand hat, sind die Erfahrungen mit dem Nordamerikanischen Freihandelsabkommen (Nafta) zwischen den USA, Kanada und

Mexiko der 1990er Jahre. Die positiven gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen gelten als gering, während jene, die von dem Abkommen negativ betroffen waren, sich noch heute lautstark beklagen.

Von der Transpazifischen Partnerschaft sind ebenfalls keine Wunderdinge zu erwarten. Die TPP-Länder machen zwar etwa 40% des US-Aussenhandels (Exporte und Import von Gütern und Dienstleistungen) aus. Und **das Weisse Haus** meinte in einer ersten Würdigung, unter TPP fielen nun über 18 000 verschiedene **Steuern**, die im Ausland auf Produkten «made in America» **erhoben** würden, weg. Schätzungen des Peterson Institute for International Economics gehen aber davon aus, dass erst ab 2025 inflationsbereinigte Einkommensgewinne für die USA von jährlich lediglich 77 Mrd. \$ jährlich resultieren werden. Diese materialisieren sich wegen der langen Übergangsfristen nur allmählich und sind **vor allem** dem Phänomen geschuldet, dass als Folge von TPP künftig rund ein halbes Prozent mehr der US-Beschäftigten in exportorientierten und entsprechend weniger in den minder produktiven, inlanderorientierten Sektoren tätig sein werden. Ein Nettobeschäftigungswachstum wegen TPP ist laut der Studie dagegen kaum zu erwarten.

<http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/ermutigendes-signal-fuer-freihandel-1.18624921>

5.10.2015 2

Durchbruch in Atlanta. **Ermutigendes Signal für Freihandel**

Das transpazifische Freihandelsabkommen unter Beteiligung der Vereinigten Staaten und von Japan **ist unter Dach und Fach**. Für die Anhänger von Freihandel ist das gute Kunde. Gewiss sind noch zahlreiche **Hürden** zu **nehmen**, damit das Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP) in einem Wirtschaftsraum, der für etwa 40 Prozent des globalen Aufkommens steht, seine segensreiche **Wirkungen entfalten** kann.

Präsident Barack Obama und der japanische Ministerpräsident Shinzo Abe haben ein wichtiges Etappen**ziel** für die Umsetzung eines transpazifischen Freihandelsabkommens **erreicht**. Nach einer langen Verhandlungsnacht in Atlanta haben die beiden Handelsminister sowie ihre Amtskollegen aus zehn Pazifik-Anrainer-Staaten noch einige **Differenzen ausgeräumt**. Zuletzt wurde um den Schutz geistigen Eigentums für Generika in der Pharmaindustrie, um den Handel mit Milch oder mit Autoteilen gerungen.

Gewiss sind noch zahlreiche **Hürden** zu **nehmen**, damit das Trans-Pacific Partnership Agreement (TPP) in einem Wirtschaftsraum, der für etwa 40 Prozent des globalen Aufkommens steht, seine segensreiche **Wirkungen entfalten** kann. Skeptiker weisen auf die langen Übergangsfristen für heikle Bereiche – vor allem landwirtschaftliche Güter – oder die zentrale Frage hin, wie auch ausserhalb der Mechanismen der Welthandelsorganisation (WTO) Handels**streitigkeiten geschlichtet** werden könnten. Gleichwohl ist es in einer von aufkeimendem Protektionismus geprägten Phase eine gute Kunde, wenn jetzt zwölf Staaten im Pazifikraum sich auf Freihandel verpflichten. Nach dem enttäuschenden Treffen vor zwei Monaten auf Hawaii hätten nur wenige darauf gewettet, dass der mit einer Handelsvollmacht des Kongresses ausgestattete Obama sich noch durchsetzen würde.

Grosse Abwesende sind bei diesem Arrangement die Chinesen. Schaut man auf den enorm gewachsenen bilateralen Handelsaustausch zwischen den USA und der Volksrepublik oder die Intensität sino-japanischer Wirtschaftsbeziehungen, ist das ein Manko. Auch Indonesien oder Indien dürften der neusten Initiative entlang der Achse Washington–Tokio mit gemischten Gefühlen begegnen. Eine Antwort könnte darin bestehen, **unter der Ägide von** China in der Pazifikregion die sogenannte Regional Comprehensive Economic Partnership

unter tatkräftiger Beteiligung der Asean-Länder voranzutreiben. Das würde belebend wirken. Weiter mag die Existenz von weit über 300 bilateralen Freihandelsabkommen zeigen, dass es noch weitere handelspolitische Alternativen gibt – wenn auch womöglich nicht auf gleicher handelspolitischer Qualitätsstufe. Es wird zudem Widerstand, etwa des amerikanischen Kongresses, erwartet, wenn es um die Genehmigung des soeben in Atlanta Verhandelten gehen wird.

Zweifellos steigt nun der Druck auf Europa, die Transatlantische Handels- und Investitionspartnerschaft (TTIP) voranzubringen. Es müsste schon etwas erstaunen, wenn die Amerikaner mit Japan handelseinig würden, *sich* mit den Europäern aber dauerhaft **in den Haaren lägen.**

<http://www.nzz.ch/wirtschaft/athen-muss-sich-sputen-madrid-soll-nachbessern-1.18625094>
6.10.2015

Euro-Gruppe **Athen muss sich sputen, Madrid soll nachbessern**

Die Euro-Finanzminister drängen Griechenland zur raschen **Umsetzung der Reformen.** Es winken Gelder für die Bankenrekapitalisierung und Schuldenerleichterungen. Eine überraschende Mahnung erhält Madrid. Die Finanzminister der Euro-Zone (Euro-Gruppe) haben sich am Montag an einer Sitzung in Luxemburg erstmals seit den Wahlen in Griechenland wieder mit dem im August vereinbarten Hilfsprogramm für das Land beschäftigt. Seit der Einigung im Sommer seien die griechischen Umsetzungs-Anstrengungen solide, lobte der Euro-Gruppen-Chef Jeroen Dijsselbloem danach vor den Medien. Zugleich betonte er, der Schwung sei aufrechtzuerhalten.

Der nächste Vorgang besteht in 48 Reformschritten («Milestones»), auf die sich die beiden Seiten am Freitag verständigt haben und die die Euro-Gruppe bestätigt hat. Ihre Umsetzung, die laut Dijsselbloem hoffentlich bis Mitte Oktober erfolgt, ist die Voraussetzung für die Auszahlung einer nächsten Sub-Tranche von 2 Mrd. € aus der Kredithilfe von bis zu 86 Mrd. €. Danach verbleibt eine letzte Sub-Tranche von 1 Mrd. € aus der ersten Tranche, deren Auszahlung an weitere «Milestones» gebunden sein wird. Laut dem Euro-Gruppen-Chef ist es **im** griechischen **Interesse**, rasch voranzukommen: Der Abschluss der ersten Überprüfung der Programm-Umsetzung durch die Geber werde sowohl die Rekapitalisierung der Banken als auch die geplante Debatte über Schuldenerleichterungen auslösen. Die Prüfung solle vor Ende November abgeschlossen werden, ergänzte der EU-Wirtschaftskommissar Pierre Moscovici. Diplomaten schliessen aber nicht aus, dass die Euro-Gruppe weitere **Mittel** zur Bankenrekapitalisierung schon **freigibt**, wenn die den Finanzsektor betreffenden Auflagen erfüllt sind, aber noch nicht die ganze Prüfung abgeschlossen ist.

Eine unliebsame Überraschung erlebte derweil der spanische Finanzminister Luis De Guindos. Er hatte **den Entwurf** des nationalen Budgetplans für 2016, den alle Euro-Staaten bis am 15. Oktober in Brüssel **vorlegen** müssen, vorzeitig eingereicht. Die Kommission willigte ein, ihre Stellungnahme vorzuziehen, damit das spanische Parlament sie berücksichtigen kann, wenn es vor seiner wahlbedingten Auflösung **den Haushalt verabschiedet.** Laut ihrer Analyse **laufe** Spanien **Gefahr**, die EU-Vorgaben zu verfehlen, sagte Moscovici in Luxemburg. So könnte das Staatsdefizit 2015 bei 4,5% des Bruttoinlandprodukts (BIP) statt – wie im Rahmen eines Defizitverfahrens vereinbart – bei 4,2% und 2016 bei 3,5% statt 2,8% liegen. In der Stellungnahme, die sie am Dienstag verabschieden wolle, werde die Kommission Spanien «einladen», den Haushalt 2015 strikt umzusetzen und mit den nötigen Massnahmen sicherzustellen, dass das Budget 2016 in

Einklang mit den Vorgaben sei. Die nächste Regierung lade man ein, bald nach Amtsantritt einen revidierten Entwurf vorzulegen.

<http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/jetzt-antizipieren-und-agieren-1.18624885>

6.10.2015 2 05:30 Uhr von Peter A. Fischer

Neue Beps-Regeln zu Unternehmenssteuern

Jetzt antizipieren und agieren

Die neuen Regeln zur Besteuerung von Unternehmen sind eine aufwendige Herausforderung. Gelingt es jetzt aber, darauf richtig zu reagieren, könnte der Wirtschaftsstandort Schweiz gar gestärkt werden. Konzerne wie Starbucks oder Apple hatten vor Beginn des Beps-Projekts für Aufsehen gesorgt, weil es ihnen gelungen war, Lücken in Steuersystemen so auszunutzen, dass sie kaum mehr Gewinnsteuern zahlten. (Bild: Lucy Nicholson / Reuters)

Die Rollen für Gut und Böse scheinen klar verteilt im neuen Steuerhimmel. In einem auf Youtube verfügbaren Videoclip hüpfert ein blondes Mädchen hoffnungsvoll. Seine Kinderaugen leuchten beim Anblick des Geburtstagskuchens – bloss fehlt dort ein grosses Stück. Irritiert ist, begleitet von süsser Klaviermusik, auch der smarte Geschäftsmann, der beim Anblick seines Fahrrads ein grosses Stück am Vorderrad vermisst, und nicht nur mitten in einer Brücke, sondern selbst beim leuchtenden Mond fehlt ein Fünftel. «The Missing Part» heisst der Clip, dessen rätselhafte Lücken so erklärt werden: «An jedem einzelnen Tag geht ungefähr ein Fünftel des öffentlichen Geldes durch Steuerbetrug und Steuervermeidung verloren. Das Geld ist Ihr Geld.» Auftraggeber des suggestiven Filmchens ist nicht irgendeine NGO, sondern die Europäische Union höchstpersönlich. «Die EU arbeitet daran, den fehlenden Teil zurückzuerhalten», heisst es zum Schluss.

Transparenz und Substanz

Den angeblich «fehlenden Teil» zurückzuholen und die Welt in einen neuen Steuerhimmel zu verwandeln, ist das Ziel des Projekts Beps. Beps steht für Base Erosion and Profit Shifting, also das Erodieren der Steuerbasis und die Gewinnverschiebung, den legalen Teil des ominösen fehlenden Teils. Die Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD), bei der auch die Schweiz Mitglied ist, hat gut zwei Jahre lang keinen Aufwand gescheut, um in Zusammenarbeit mit der G-20 neue bindende Mindeststandards, Empfehlungen und bürokratische Prozedere für die Besteuerung von grenzüberschreitend tätigen Unternehmen zu entwickeln. Tatsächlich hatten Konzerne wie Starbucks oder Apple vor Beginn des Beps-Projekts für Aufsehen gesorgt, weil es ihnen gelungen war, Lücken in Steuersystemen so auszunutzen, dass sie kaum mehr Gewinnsteuern zahlten. Klar ist aber auch, dass hinter dem Beps-Projekt die Suche von Hochsteuer- und Schwellenländern nach zusätzlichen Steuereinnahmen und überhaupt eine Aversion gegen Steuerwettbewerb stecken. Weniger eindeutig ist hingegen, ob und wie viel Steuereinnahmen insgesamt tatsächlich fehlen. Im Schnitt kassieren die OECD-Staaten heutzutage über einen Drittel ihrer Wirtschaftsleistung als Steuern und Abgaben. Bei der Unternehmensgewinnsteuer sind in den letzten Jahrzehnten die Steuersätze zwar international gesunken, gleichzeitig wurden aber die Bemessungsgrundlagen bereits verbreitert; die effektiven Einnahmen sind ziemlich stabil geblieben. Ökonomisch gesehen wirken die bevorzugte Behandlung bestimmter Steuerstrukturen oder die weichere Besteuerung bestimmter Einnahmen zwar verzerrend. Es gibt aber gute Gründe, das besonders mobile Steuersubstrat (etwa Kapital und einfach verschiebbare Tätigkeiten) nicht zu hart zu besteuern. Denn auch relativ mobile Tätigkeiten bringen Arbeit, Einkommen und Steuern. Im Rahmen des Beps-Projekts selbst ist

bezeichnenderweise erst zum Schluss versucht worden, die vermutete Steuerlücke zu beziffern. Mit 4 bis 10 Prozent des globalen Unternehmenssteueraufkommens sind die Schätzungen viel geringer ausgefallen als im Clip der EU dargestellt. Das heisst nicht, dass die neuen Beps-Regeln unbedeutend wären. Sie werden aber weniger die Grösse des Kuchens als die Verteilung der Tortenstücke verändern.

Pascal Saint-Amans, als Direktor der OECD-Steuerabteilung einer der führenden Köpfe hinter Beps, hat bei der Vorstellung der am Montag veröffentlichten Beps-Schlussberichte euphorisch verkündet, den Steuerverwaltungen würden nun endlich die richtigen Instrumente **in die Hand gegeben**, um für ein faires Steuersystem zu sorgen. Was immer fair heissen mag: Wegen unterschiedlicher Interessen wurde in vielen Fragen, etwa der Besteuerung der digitalen Wirtschaft oder eines bindenden Streitschlichtungsmechanismus, wenig Konkretes beschlossen. Hingegen wird das neue Regelwerk den bürokratischen Aufwand für Behörden und Firmen erheblich vergrössern. Erhöhen wird das die Transparenz. Firmen werden ihre Steuerplanung gegenüber den Behörden detaillierter darlegen müssen. Die steuerlichen Vorgaben zu Transferpreisen werden weiter verfeinert. Wenn Steuerbehörden sich in einem Vorabbescheid auf eine steuerliche Behandlung eines bestimmten Sachverhalts festlegen, müssen sie künftig ausländische Steuerbehörden spontan informieren, dass sie dieses sogenannte Steuerruling erlassen haben, und es auf Anfrage **zur Verfügung stellen**. Das dürfte bewirken, dass weniger diskretionäre Übereinkünfte getroffen werden, was im Prinzip **im Interesse von** auf klare gesetzliche Regeln pochenden Systemen wie in der Schweiz ist.

Konzerne mit einem Jahresumsatz von mehr als 750 Millionen Euro werden neu für jedes Land, in dem sie tätig sind, jährlich einen Bericht («country-by-country-reporting») vorlegen müssen, in dem sie aufschlüsseln sollen, wie viel Umsatz und **Gewinn** vor Steuern sie mit wie vielen Beschäftigten **erwirtschaftet** haben und wie viel Gewinnsteuern sie dort bezahlt haben. Das dürfte neue Begehrlichkeiten wecken. Auch wenn die Berichte vorerst nur den Steuerbehörden zugänglich sein sollen, ist absehbar, dass Steuerplanungen von Konzernen stärker als bisher zu einer «öffentlichen Angelegenheit» werden. Multinationale Firmen werden vermehrt darauf achten müssen, dass ihre Steuerplanung nicht nur legal korrekt ist, sondern auch so robust, dass sie diese leicht nachvollziehbar begründen können.

Zusammen mit Empfehlungen zur Verhinderung von sogenannt schädlichen Steuerpraktiken zielen die neuen Transparenz- und Transferpreisvorschriften darauf ab, einen engeren Zusammenhang zwischen Wertschöpfung und Besteuerung zu erzwingen. **Die Tage von Briefkastenfirmen** und lediglich der Steueroptimierung dienenden Finanzierungsgesellschaften **sind gezählt**. Allerdings birgt die Forderung nach Substanz auch einiges Konfliktpotenzial. Für die Schweiz bedeutend sind in dem Zusammenhang zum Beispiel die neuen Vorschriften zu Patentboxen, die eine geringere Besteuerung von Erträgen aus geistigem Eigentum an lokal erbrachte Forschungs- und Entwicklungsleistungen knüpfen (« nexus approach »). Die neuen Substanzanforderungen **schaffen** letztlich **Anreize**, Tätigkeiten geografisch zu konzentrieren.

Direkt den Steuerwettbewerb ausschalten können Zinsschranken und Hinzurechnungsregeln. Die Hinzurechnung («controlled foreign company rules», CFC) ermöglicht es Hochsteuerländern, auf geringer besteuerte Einnahmen von ausländischen Tochtergesellschaften ihre eigenen Steuersätze anzuwenden. Die Empfehlungen dazu sind erfreulicherweise bei Beps unverbindlich geblieben. Ihre freiwillige Anwendung könnte sich für Hochsteuerländer als zweiseitiges Schwert erweisen: Sie verstärken nämlich den Anreiz, Konzernzentralen in ein Land zu verlegen, welches sich genügend wettbewerbsfähig wähnt, um sie nicht anzuwenden.

Steuerreform muss bald Klarheit schaffen

Zusammen mit der durch die EU erzwungenen Aufhebung von Sonderregimen für Spezialgesellschaften mit einem Grossteil ihrer Einkünfte im Ausland wird Beps die Steuerlandschaft in der Schweiz massgeblich verändern. Auch wenn manches noch unverbindlich ist oder erst in mehreren Jahren in Kraft treten wird, tun in der Schweiz ansässige Firmen bereits jetzt gut daran, sich damit eingehender auseinanderzusetzen. Strukturen vorzeitig zu bereinigen, die steuerlichen Folgen von Umstrukturierungen abzuklären oder auch nur über die Aktivierung stiller Reserven nachzudenken, kann sich danach während Jahren auszahlen.

Vor einer wirklich grossen Herausforderung steht jetzt die Schweizer Politik. Es braucht bei der Umsetzung von Beps sicher keine «Swiss Finish». Aber der Politik muss es gelingen, das lästige Unabänderliche rechtzeitig in eine Chance zu verwandeln. Die Kantone werden künftig weniger gezielt bestimmte Arten von Firmen steuerlich anziehen können. Sollen der überdurchschnittliche Lebensstandard und die hohen Löhne gewahrt werden, muss die Schweiz unbedingt trotzdem für die Erstellung von anspruchsvollen Gütern und Dienstleistungen, als Standort von Konzernzentralen, für Forschung und Entwicklung und als Finanzplatz attraktiv bleiben. Dazu braucht es zwingend auch ein steuerlich attraktives Umfeld.

Derzeit ist vieles daran in Veränderung. Damit wieder Klarheit geschaffen wird, muss die anstehende Unternehmenssteuerreform III bald gelingen. Die beabsichtigte Einführung einer Patentbox kann helfen, ist aber kein Allheilmittel. Den Kantonen sollte wenigstens fakultativ die Möglichkeit offenstehen, eine Zinsbereinigung auf «überobligatorischem» Eigenkapital anzubieten. Diese könnte die steuerliche Bevorzugung von Fremdkapital verringern und die Schweiz als Standort für Handelsfirmen und Konzernfinanzierungen attraktiver machen. Letzteres wäre auch gut für den Finanzplatz; dafür müsste aber auch die abschreckende Wirkung von Verrechnungssteuer und Stempelabgaben beseitigt werden. Die Schweiz sollte auch klar signalisieren, dass sie weiterhin keine Hinzurechnungsbesteuerung anwenden wird. Das wichtigste Instrument wird aber der generelle Steuersatz der Unternehmensgewinnsteuer bleiben. Absehbar dürfte eine Bandbreite von etwa 10 bis 16 Prozent internationale Wettbewerbsfähigkeit sichern. In der Schweiz mit ihrem relativ effizienten, föderalen Staatswesen werden sich die Kantone dies anders als viele Hochsteuerländer leisten können – allenfalls auch durch leichte Verlagerungen der Steuerlast hin zu Konsum- und Einkommenssteuern.

Die Schweiz hat mit ihrer Stabilität, Infrastruktur, ihrem Humankapital und ihrem Finanzplatz einige Trümpfe in der Hand. Sie hat eine reelle Chance, trotz all den lästigen Veränderungen im internationalen Steuersystem und trotz Angriffen auf den Steuerwettbewerb aus Beps letztlich Vorteile zu ziehen. Dies muss die Politik jetzt aber antizipieren und proaktiv agieren, um den Steuerstandort Schweiz attraktiv zu halten. Es geht nicht darum, dass der gute Staat für seine Kinder von bösen Konzernen fehlende Einnahmen zurückholt. Gut und Böse sind anders verteilt. Gut wird es, wenn die Schweiz für Firmen aus fern und nah attraktiv bleibt. Sonst kommt es böse und wird der jungen Generation tatsächlich bald ein grosses Stück Wohlstand im Geburtstagskuchen fehlen.

<http://www.nzz.ch/wirtschaft/umwaelzungen-bei-der-besteuerung-von-konzernen-1.18624721?reduced=true>
5.10.2015. 3

OECD setzt neue Standards **Umwälzungen bei der Besteuerung von Konzernen**

Die OECD hat den Schlussbericht gegen die Steuervermeidung von Konzernen vorgelegt. Der Kompromiss einflussreicher Hochsteuerländer hat auch bedeutende Folgen für den steuergünstigen Standort Schweiz. Anfangs hatten manche Firmenvertreter noch gedacht, dass die OECD-Initiative gegen die Steuervermeidung internationaler Konzerne irgendwann im Sand verlaufen werde. Zu unterschiedlich schienen die Interessen der einzelnen Staaten. Doch am Montag hat die Organisation in Paris nun sogar etwas früher als geplant einen umfassenden Katalog von Massnahmen vorgelegt, auf den sich die G-20-Finanzminister diese Woche verständigen dürften. OECD-Steuerchef Pascal Saint-Amans spricht von einem eigentlichen Paradigmenwechsel in der internationalen Firmenbesteuerung. Eine Reform ist notwendig, weil das Steuersystem in den vergangenen Jahrzehnten nicht mit den wirtschaftlichen Entwicklungen Schritt gehalten hat. Die steuerlichen Umwälzungen sind aber auch mit Risiken wie Doppelbesteuerungen verbunden, und es stellt sich die Frage, ob das dichte Regelwerk in seiner Gesamtheit die gewünschte Wirkung entfalten wird.

Dominanz der grossen Länder

Die neuen globalen Leitplanken erfassen fast 90% der Weltwirtschaft. So haben sich 62 Staaten – darunter OECD-Länder wie die Schweiz, die G-20-Staaten und Entwicklungsländer wie Senegal – an der Steuerinitiative «Base Erosion and Profit Shifting» (Beps) gegen Gewinnverschiebungen und Gewinnverkürzungen beteiligt. Das Hauptziel ist, dass die Konzerne ihre Gewinne dort versteuern, wo die Wertschöpfung erzielt wird. Der Schlussbericht ist ein Kompromiss, der vor allem die Handschrift grosser europäischer Hochsteuerländer trägt, insbesondere aber Einfluss auf kleinere, steuerlich attraktive Staaten wie die Schweiz hat.

Angestossen wurde Beps von Grossbritannien, Deutschland und Frankreich. Rückenwind gaben auch die prominent gewordenen Steuerpraktiken von Konzernen wie Google oder Starbucks. In den vergangenen zwei Jahren hat die OECD im Auftrag der G-20 insgesamt fünfzehn Massnahmen erarbeitet, die in ihrem Zusammenspiel die Steueroptimierung internationaler Konzerne einschränken sollen (siehe Kasten). Bestrebungen zu mehr Transparenz gehen etwa beim spontanen Austausch von Rulings sehr weit, während in einigen Punkten wie der Besteuerung digitaler Firmen keine Einigung erzielt wurde.

Die OECD schätzt, dass den Staaten durch die Steuervermeidung von Konzernen jährlich 100 bis 240 Mrd. \$ an Einnahmen entgehen. Um die Steuermilliarden ist ein eigentlicher Verteilungskampf zwischen den Ländern mit leeren Staatskassen entbrannt. Verschiedene Staaten haben unilaterale Massnahmen ergriffen, lange bevor man sich auf gemeinsame Regeln geeinigt hat.

Einige «Actions» des Schlussberichts, etwa die neuen Richtlinien zu den konzerninternen Verrechnungspreisen, sind sofort wirksam, andere werden über Steuerabkommen beziehungsweise über eine noch zu schaffende multilaterale Konvention oder Anpassungen im Landesrecht umgesetzt. Bei einigen Massnahmen wurden Mindeststandards definiert, andere haben den Charakter von Empfehlungen. Ob sich die Staaten an die gemeinsamen Regeln halten, soll künftig regelmässig überprüft werden. In welcher Form dies geschehen soll, wird nächstes Jahr ausgearbeitet. Denkbar wären etwa Länderüberprüfungen. Laut dem Staatssekretariat für Internationale Finanzfragen (SIF) ist dies zu begrüssen, weil damit im

Steuerwettbewerb der Staaten für gleich lange Spiesse gesorgt wird. Dabei stehen kleinere Länder wie die Schweiz aber unter kritischerer Beobachtung als einflussreiche Staaten. Im Unterschied etwa zum automatischen Informationsaustausch (AIA) von Bankkundendaten handelt es sich bei Beps nicht um einen einheitlichen Standard. Der Spielraum für Interpretationen ist viel grösser.

Die neuen globalen Leitplanken der internationalen Firmenbesteuerung haben bedeutende Folgen für die Schweiz, die für Firmen steuerlich attraktiv ist und eher von Gewinnverschiebungen internationaler Konzerne profitiert. Laut René Matteotti, Professor für schweizerisches, europäisches und internationales Steuerrecht, dürfte die Schweiz kurzfristig Steuersubstrat verlieren. Längerfristig böten sich für den Standort aber auch Chancen, vermehrt Konzerne mit hoher Wertschöpfung anzuziehen.

Die globalen Regeln werfen bereits ihre Schatten voraus. Die Schweiz will im Rahmen der Unternehmenssteuerreform III (USR III) verpönte Sonderregime wie die Holdingbesteuerung abschaffen und eine Patentbox einführen, in der Erträge aus geistigen Eigentumsrechten niedriger besteuert werden. Um von der Patentbox profitieren zu können, werden die Unternehmen aber vor Ort genügend Substanz aufweisen müssen. Diese Anforderungen sind in der USR III weitgehend berücksichtigt.

Gewinne aufschlüsseln

Ebenfalls bedeutend für die Schweiz ist der Standard zum spontanen Informationsaustausch über Steurrulings. Derzeit werden die rechtlichen Grundlagen für den internationalen Austausch von Absprachen zwischen Fiskus und Firmen geschaffen. Heikel ist, dass der Austausch zu Rulings mit Bezug auf die kritisierten Sonderregime bereits 2017 oder 2018 beginnen könnte, die Steuermodelle aber erst ein bis zwei Jahre später abgeschafft werden dürften.

Auch die Regeln zur länderspezifischen Berichterstattung wird die Schweiz umsetzen müssen. Mit diesem sogenannten «Country-by-Country-Reporting» werden Konzerne mit einem Umsatz von über 750 Mio. € dazu verpflichtet, den Steuerbehörden Angaben (z. B. zu Gewinnen und Umsätzen) zu liefern, die dann mit Steuerbehörden in anderen Ländern ausgetauscht werden. Staaten wie China oder die Niederlande haben die für die Firmen mit viel administrativem Aufwand verbundene Regelung bereits umgesetzt. Laut Peter Brülisauer, Steuerberater bei Ernst & Young, handelt es sich dabei um eine der bisher konkretesten Massnahmen des Projekts, wobei aber diverse Fragen zur praktischen Umsetzung noch nicht im Detail gelöst sind. Verschiedene Firmen treffen bereits Vorkehrungen.

Missbrauch verhindern

Mit der Unterzeichnung der multilateralen Konvention können Änderungen in bilateralen Doppelbesteuerungsabkommen (DBA) flächendeckend vorgenommen werden. So müssen künftig etwa alle Abkommen mit einer Anti-Missbrauchs-Klausel ergänzt werden. Die Klausel geht weiter, als es Länder wie die Schweiz wollten. Die weitgehende Formulierung kommt Hochsteuerländern entgegen und könnte dazu führen, dass Unternehmen vermehrt in zwei Ländern besteuert werden. Um solche Doppelbesteuerungen zu vermeiden, hatten sich Staaten wie die Schweiz für eine obligatorische Schiedsgerichtsbarkeit bei DBA-Streitigkeiten eingesetzt, die sich nun aber nicht durchgesetzt hat.

Die OECD hat zwar den Schlussbericht publiziert, doch die Arbeiten werden in verschiedenen Bereichen wie etwa der Besteuerung im virtuellen Raum weitergeführt. Mindestens bis 2020 soll die Zusammenarbeit im Rahmen von Beps zwischen den G-20-Staaten und den OECD-Ländern andauern.

<http://www.nzz.ch/meinung/reflexe/lebensversicherer-sind-ihr-geld-wert-1.18624944>

6.10.2015 3 05:30 Uhr von Werner Enz

Sichere Renten und Gewerkschaften **Lebensversicherer sind ihr Geld wert**

Die Polemik von Travail Suisse gegen Schweizer Lebensversicherer wegen angeblichen Rentenklaus **stösst ins Leere**. Die Linke will das BVG-Sparern verstaatlichen, das war schon immer so.

Alle Jahre wieder rechnet die Travail Suisse den Schweizern vor, dass Lebensversicherer im BVG-Geschäft «munter Rentenklau betreiben». An derart infame Unterstellungen darf man sich nicht gewöhnen, denn sie werden nicht wahrer, nur weil sie gebetsmühlenartig wiederholt werden. Am Montag hat die Gewerkschaft durchaus **auf der Basis von** korrekten Zahlen, wie sie der Finma-Jahresrechnung entnommen sind, argumentiert. Dabei wurde an erster Stelle beklagt, dass der Ständerat entgegen den Vorschlägen von Sozialminister Alain Berset die gesetzliche Mindestquote gemäss «Altersvorsorge 2020» bei 90% – hiermit maximal 10% der Bruttoerträge zugunsten der Versicherer – belassen hat. Travail Suisse möchte eine Quote von 95%, somit gegenüber der bisherigen Maximalforderung (von 94%) gar noch einen draufsetzen.

Es ist einfach: Aus einleuchtenden, sprich ideologischen Gründen ist es Ziel der Gewerkschaften, die zweite Säule integral zu verstaatlichen. Und weil dem so ist, muss sich Travail Suisse nicht einmal ansatzweise darum kümmern, wer für Rentner einstehen würde, wenn es mit den Kapitalerträgen – wie gerade jetzt – einmal hapern sollte. Die Eidgenossenschaft würde das schaffen, aber zu welchem Preis und auf wessen Kosten? Selbstverständlich **nehmen** über 160 000 KMU-Firmen die Dienstleistungen von Lebensversicherern im Wissen darum **in Anspruch**, dass Garantien für Mindestverzinsung, Kapitalerhalt und Rentenleistung auf Lebenszeit nicht zum Nulltarif zu erhalten sind. Als 2008 die Aktienbörsen taumelten, verloren die im BVG-Geschäft tätigen Lebensversicherer 2,2 Mrd. Fr., was zulasten ihrer Kapitalgeber ging. Obschon im Zeitraum 2012 bis 2014 über den BVG-Mindestzins hinaus **Renditen erwirtschaftet** werden konnten, konnten nur Betriebs**gewinne** von addiert 1,3 Mrd. Fr. **realisiert** werden. Lebensversicherer **tragen** mit anderen Worten hohe **Risiken**, und der Vorwurf von Rentenklau **stösst ins Leere**.

<http://www.nzz.ch/schweiz/weniger-zeitungsleser-mehr-online-besucher-1.18624985>

6.10.2015 4 06:00 Uhr von Rainer Stadler

Weniger Zeitungsleser, mehr Online-Besucher

Die Presse erzielt mit ihren gedruckten Erzeugnissen immer noch die grössten Reichweiten. Doch die Bedeutung der digitalen Ausgaben wächst weiter.

Die Wemf hat die Leserzahlen der Presse aufgrund von rund 19 000 Interviews erhoben, welche zwischen April 2014 und März 2015 durchgeführt wurden. Die schon öfters totgesagte Presse **nimmt** immer noch **eine** starke **Stellung** auf dem Medienmarkt **ein**. Trotz rasantem technologischem Wandel und einem rapide wachsenden Angebot an medialen Konsumprodukten sind die gedruckten Erzeugnisse bisher keineswegs **an den Rand gedrängt** worden. Dies zeigen die neuen Daten der AG für Werbemedienforschung (Wemf). Gedruckte Pressetitel **finden** weiterhin ein weitaus **grösseres Publikum** als die digitalen Informationsträger. Allerdings holen Letztere **von Jahr zu Jahr** auf; die Unterschiede werden geringer.

Print klar vor Online

Die Online-Ausgabe des «Blicks» hat inzwischen eine ebenso grosse Reichweite wie das gedruckte Boulevardblatt, wie der beistehenden Tabelle zu entnehmen ist. Der «Blick» stellt diesbezüglich indessen noch eine Ausnahme dar. Auch bei «20 Minuten» übersteigt die Nachfrage nach dem Pendlerblatt jene nach der elektronischen Schwester deutlich. Ebenso klar sind die Unterschiede bei den andern Presseprodukten mit aktuellen Informationen. Doch mit einer sukzessiven Expansion der digitalen Angebote muss man rechnen, während die Leserzahlen bei den gedruckten Titeln seit Jahren rückläufig sind.

Auch im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet die Mehrzahl der Blätter einen Rückgang der Nachfrage. Einen starken Verlust muss der «Sonntags-Blick» ausweisen (–11%), der sonntags aber immer noch am meisten Leserinnen und Leser erreicht. Im Zeitschriftenmarkt ist die Lage ebenfalls heikel. Hohe Einbussen müssen «Geo» (–11%), «Annabelle» (–11%) und «Bolero» (–35%) hinnehmen. In der Romandie verliert das Wirtschaftsblatt «Bilan» 26% der Leser. Das französischsprachige Schwesterblatt des «K-Tipps», «Bon à savoir», büsst 9% ein. Bei der Mehrzahl der Blätter sind die Veränderungen im Jahresvergleich statistisch nicht signifikant. So oder so ist der Trend negativ. Auffällig ist der Verlust des «Blicks am Abend» (–10%). Mehrmals haben Investoren und Verlage versucht, an die Erfolgsgeschichte von «20 Minuten» anzuknüpfen. Richtig gelungen ist das keinem.

Dank Internet mehr Publikum

Bemerkenswert ist ferner, dass es «20 Minuten» besser als andern Blättern gelingt, sein Publikum auf zwei Kanälen (Print und Online) gleichzeitig anzusprechen. Die Zahl seiner Doppelnutzer ist deutlich höher als bei anderen Presstiteln. Für die NZZ weist die Wemf 15 000 Doppelnutzer pro Tag aus, für den «Tages-Anzeiger» 37 000. Wer vergleichsweise wenige Doppelnutzer verzeichnet, kann im Gegenzug zeigen, dass er dank den elektronischen Ausgaben umso besser neue Kunden anzuziehen vermag. Allerdings sind diese in der grossen Mehrheit bis jetzt nicht bereit, für die Nutzung der Online-Nachrichten den Geldbeutel zu zücken. In diesem Sinn sind die Zeitungs-Abonnenten für die Verlage weiterhin die wichtigsten Kunden, mit denen man überdies auf dem Werbemarkt höhere Preise erzielen kann.

Die Wemf hat die Leserzahlen der Presse aufgrund von rund 19 000 Interviews erhoben, welche zwischen April 2014 und März 2015 durchgeführt wurden. Für die Ermittlung der täglichen Internet-Nutzung wurden zudem Daten verwendet, die technisch erhoben wurden. Da die Wemf dabei methodische Anpassungen vorgenommen hat, ist ein Vergleich mit den Vorjahreszahlen nicht möglich.

<http://www.nzz.ch/finanzen/aktien/glencore-wird-spekulationsobjekt-1.18624961>

6.10.2015 5 05:30 Uhr von Giorgio V. Müller

Kurssturz in einer Woche wettgemacht **Glencore wird Spekulationsobjekt**

Nur eine Woche dauerte es, bis sich die Glencore-Aktien vom fast 30%igen Kurseinbruch erholt haben. Die Beruhigungsspielle von Konzernchef Glasenberg zeigt offenbar die erwünschte Wirkung.

Für hochspekulative Nebenwerte sind solche Kursauschläge normal. Doch für einen Milliardenkonzern wie die schweizerisch-britische Bergbaugruppe Glencore, deren Aktien im britischen Blue-chip-Index FTSE 100 vertreten sind, sind die Kurskapriolen der vergangenen Tage mehr als unüblich. Es dauerte lediglich eine Woche, bis der fast 30%ige Kurseinbruch

vom Montag vor einer Woche wieder wettgemacht wurde. Nach einem Kurssprung von 20% gingen sie zu Wochenbeginn mit einem Tagesgewinn von 21% aus dem Markt.

Schon der Kurseinbruch war Zeichen dafür, dass Glencore zum Spielball der Spekulanten geworden ist. Die Sanierung, die den Abbau der Nettoschulden um 10 Mrd. \$ zum Ziel hat, und wie dies gelingen soll, sind bekannt. Trotzdem reichte eine kritische Analyse eines zweitrangigen Brokers aus, um den Kurssturz auszulösen und das Unternehmen zu veranlassen, öffentlich Stellung zu nehmen. In der Folge besuchte Konzernchef Ivan Glasenberg die Wertschriftenhäuser und versicherte ihnen, dass Glencore nicht nur solvent sei, sondern auch den Finanzmarkt frühestens 2017 wieder beanspruchen müsse.

Diesen Montag musste sich Glencore zum Kursverlauf auf Wunsch der Börsenaufsicht in Hongkong äussern. Am Ort der Zweitkotierung der Glencore-Aktien schnellte der Kurs von hohem Volumen begleitet um 72% in die Höhe. Der Verwaltungsrat sei sich keiner Gründe gewahr, die zu diesen enormen Kurs- und Handelsbewegungen geführt hätten, liess sich Verwaltungsratspräsident Tony Hayward zitieren.

Am Markt zirkulieren schon seit einigen Tagen Gerüchte, Glencore könnte das gesamte Agrargeschäft abstossen, das laut Analytikern 10 Mrd. bis 12 Mrd. \$ wert ist. Als potenzielle Käufer werden die Staatsfonds aus Saudiarabien und Singapur, die japanische Mitsui sowie kanadische Pensionskassen genannt. Offiziell beabsichtigt Glencore jedoch nur Teilbereiche zu verkaufen, was rund 2 Mrd. \$ einbringen soll.

<http://www.nzz.ch/finanzen/uebersicht-finanzen/gewinner-der-energiewende-1.18624337>

5.10.2015 4 05:30 Uhr von Eugen Stamm

Speicherbatterien. **Gewinner der Energiewende**

In den Aktien der Batteriehersteller steckt viel Energie – die Branche steckt noch in den Kinderschuhen. Die Solar-Titel haben aber vorgemacht, wie schnell sich die Grundlagen ändern können. Sonnen- und Windstrom sind mittlerweile systemrelevant. In Deutschland wird während einiger Stunden pro Jahr schon so viel davon produziert, dass die Strompreise an der Energiebörse ins Negative kippen. Der Grund dafür ist, dass sich Kohle- oder Kernkraftwerke nicht einfach kurz abschalten lassen.

Sonnenstrom fürs Nachtessen

Ein wichtiger Teil der Energiewende sind Speicherbatterien. Sie erlauben es Hausbesitzern, mittags einen Teil des Solarstroms zu speichern und ihn dann am Abend zum Kochen und Fernsehen zu brauchen. Das entlastet die Stromnetze. In Deutschland wurden 2014 bereits mehr als 10 000 Speicher installiert. An der Intersolar in München, einer wichtigen Messe der Solarindustrie, war Speicherung ein grosses Thema, sagt Thimo Lang vom Vermögensverwalter Robecosam.

Zwischen dem Preis, den ein Hausbesitzer für den selber produzierten Strom bekommt, und dem Preis, den er bezahlt, wenn er Strom aus dem Netz bezieht, gibt es einen Unterschied. Je grösser er ist, desto eher lohnt es sich, eine Batterie anzuschaffen. Da die Kosten der Speichertechnik stetig sinken, dürfte es in Zukunft zum Standard werden, Solarzellen in Kombination mit einer Batterie anzuschaffen.

Stromversorger sammeln ebenfalls Erfahrungen mit Speicherbatterien. Sie können eine Alternative zum sonst nötigen Bereitstellen von teurer Spitzenlast-Kapazität sein. Eine Batterie im Format eines Schiffscontainers kann ausserdem die Stabilität des Netzes verbessern, eine Dienstleistung, mit der ein Versorger Geld verdienen kann.

Produkte für den Hausgebrauch bieten Unternehmen wie das deutsche KMU Sonnenbatterie schon seit einiger Zeit an. Aber erst die Ankündigung des Autoherstellers Tesla, in dieses Geschäft einzusteigen, hat weltweit **Interesse** an diesem Thema **geweckt**. Nach der Vorstellung des Produktes gingen in einigen Tagen bereits Bestellungen über 800 Mio. \$ ein. Der aggressive Markteintritt der US-Firma sei für den ganzen Sektor sehr vorteilhaft, sagt Lang, denn damit setze Tesla neue Standards für Kosten und Leistung, an denen sich zunächst wohl die ganze Industrie zu orientieren habe. 1992 begann die Massenproduktion der ersten Lithium-Ionen-Batterie zelle. Bisher war die Unterhaltungselektronik, beispielsweise aus dem Bereich Smartphones, Notebooks und Tablets, der wichtigste Abnehmer.

Der Markt entwickelt sich rasch weiter. Gemäss Schätzungen des Lithium-Produzenten Albemarle wird sich das Volumen innert zehn Jahren verdoppeln. Die Nachfrage aus der Autoindustrie soll aber noch stärker wachsen und in zehn Jahren grösser als jene aus der Konsumelektronik sein.

Im Vergleich dazu fällt die Zunahme der ans Stromnetz angeschlossenen Speicherbatterien weniger stark **ins Gewicht**, und das, obwohl die geschätzte prozentuale Wachstumsrate noch höher ist. Die derzeit installierte Basis ist aber noch sehr gering. Nur treten in der Stromindustrie die Verlierer dieser Entwicklung viel rascher zutage. Die **Abschreibungen** in Milliardenhöhe, welche einige Eigentümer von konventionellen Kraftwerken **vornehmen** mussten, **legen** darüber **Zeugnis ab**.

Wenn man die Energiewende auf zwei Kernelemente reduzieren will, dann sind das folgende: Privatpersonen werden zu Stromerzeugern, und die etablierten Versorger müssen sich in einer völlig neuen Realität zurechtfinden. Es ist kein Zufall, dass zwei lesenswerte Studien aus dem Aktien-Research von Banken genau diese Elemente schon im Titel aufnehmen: «Power to the people» von HSBC und «Energy Darwinism» von Citi. Diese umfangreichen Einführungen in das Thema sind frei im Internet erhältlich.

Die Profiteure dieser zu erwartenden Entwicklung auszumachen, ist nicht schwierig. Die Auswahl an reinen Batterieherstellern ist aber relativ beschränkt. Dazu gehören etwa Samsung SDI und GS Yuasa. Setze man auf andere Unternehmen, kaufe man bedeutende branchenfremde Bereiche mit, erläutert Andreas Schneller von EIC Partners.

Die koreanische Firma LG Chem beispielsweise liefert **unter anderem** Batterien an Audi und General Motors. Die Batterie-Division ist in ihrer Bedeutung dem Hauptgeschäft, der Kunststoffherstellung, aber deutlich untergeordnet. 2014 machten Batterien 12,5% des Konzernumsatzes aus. Panasonic ist der Kooperationspartner von Tesla in der Batterieherstellung, die entsprechende Sparte **ist** innerhalb des Grosskonzerns aber **von** geringer **Bedeutung**. Es gibt neben den zwei grossen Firmen zwar noch andere, gering kapitalisierte «pure plays». Scheller rät jedoch, grosse Unternehmen mit etablierter Marktposition vorzuziehen. Denn die Technologie- und Liquiditätsrisiken der kleineren Firmen werden vom Markt nicht adäquat abgegolten.

Teurer Kapazitätsaufbau

Das Geschäft der Grossen mit Lithium-Ionen-Akkus ist noch im Aufbau. Sie investieren in Produktionskapazitäten. Bei GS Yuasa war dieser Bereich 2014 defizitär, während die anderen Segmente **Gewinn abwarfen**. Bei Samsung SDI wird der Absatz von Batterien für Elektroautos wie etwa den BMW i3 dieses Jahr um 80% auf umgerechnet etwa 50 Mio. Fr. zunehmen, schätzen Analytiker von Morgan Stanley. Trotzdem verliert die Firma derzeit damit noch Geld, insbesondere wegen ihrer hohen Ausgaben für Forschung und Entwicklung. Die Autohersteller Tesla und BYD aus China sind sowohl Hersteller von Batterien als auch Endkunden. In der Wertschöpfungskette sind aber noch viele Nischenanbieter tätig, die

weniger davon abhängig sind, welches Elektroauto ein Kunde letztlich kauft. Ein Beispiel dafür ist der Hersteller von Spezialmaterialien Umicore aus Belgien. Die Firma ist der führende Anbieter von Kathodenmaterial für die Produktion von Batterien und besitzt in Südkorea die weltweit grösste Fabrik für dieses Produkt. NGK Insulators aus Japan stellt Natrium-Schwefel-Akkus her, die in stationären Speicherkraftwerken **Verwendung finden**. Saft Groupe und Blue Solutions sind zwei kleinere Hersteller aus Frankreich.

Die Branche **steckt** noch **in den Kinderschuhen**, vergleichbar mit der Solarindustrie vor einer Dekade. Anleger sollten die Geschwindigkeit, mit der sich die Technik verbessert, nicht unterschätzen. Die Solar-Aktien haben es gelehrt, die Titel einer neu entstehenden Branche entwickeln sich unberechenbar.

Frankfurter Allgemeine Zeitung

össz-szósám:6260

össz-karakterszám:40233/44255

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/konjunktur/deutsche-industrieunternehmen-erneut-mit-auftragsminus-13841236.html>

06.10.2015

Konjunktur Deutsche Industrie verbucht erneut Auftragsminus

Industrieunternehmen **erhalten** den zweiten Monat **in Folge** weniger Neu**aufträge**. Dabei hatten Experten mit einem Auftragsplus gerechnet.

Die Bremsspuren in der deutschen Industrie werden deutlicher: Wie das Statistische Bundesamt am Dienstag mitteilte, haben die Industrieunternehmen den zweiten Monat **in Folge** deutlich weniger Neu**aufträge erhalten**. Demnach gingen die Aufträge im August zum Vormonat um 1,8 Prozent zurück. Zudem wurde der Rückgang im Juli von 1,4 auf 2,2 Prozent korrigiert. Bankvolkswirte hatten für August dagegen mit einem Anstieg um 0,5 Prozent gerechnet.

Positive Impulse kamen nur aus Ländern des Euroraums. Von dort kamen im August 2,5 Prozent mehr Aufträge als im Vormonat. Dagegen gaben die Nachfrage aus dem Inland und - besonders deutlich - die Aufträge aus Ländern außerhalb des Euroraums nach. „Die Auftragseingänge entwickelten sich nach der starken Belebung im zweiten Quartal zuletzt schwach“, kommentierte das Bundeswirtschaftsministerium. Allerdings sei der August durch einen Ferieneffekt - gemeint ist die späte Lage der Sommerferien - überzeichnet.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/maechtige-internetriesen/vg-media-hofft-auf-kompromiss-zum-leistungsschutzrecht-13825182.html>

26.09.2015

Leistungsschutzrecht **Die Verlage hoffen noch auf Geld von Google**

Im Streit zwischen Google und mehreren Presseverlagen sind **die Fronten verhärtet**. Das zuständige Amt hat einen Tarif der Verwertungsgesellschaft VG Media zurückgewiesen. Jetzt **suchen** die Verlage **nach Auswegen**.

Die Verwertungsgesellschaft VG Media würde sich im Streit um die Darstellung von Verlagsinhalten auf den Seiten von Suchmaschinen auf einen Vergleich mit Google einlassen. „Wir wären bereit, nach den Vorgaben der Schiedsstelle einen Lizenzvertrag zu verhandeln,

wenn Google das möchte“, sagte ein Geschäftsführer der Gesellschaft, Markus Runde, der Deutschen Presse-Agentur in Berlin.

Am Donnerstag hatte die Schiedsstelle des Deutschen Patent- und Markenamtes den von der VG Media geforderten Tarif in „seiner gegenwärtigen Form“ formal zurückgewiesen. Eine Geschäftsführerin der VG Media, Maren Ruhfus, sagte, dass die Schiedsstelle keine konkrete Vergütungshöhe ausgeurteilt habe. Die Schiedsstelle habe jedoch festgestellt, dass „Presseerzeugnisse die Attraktivität und den Werbewert“ der Suchmaschinen erhöhen.

Sieben Wörter könnten kostenlos bleiben

Die Schiedsstelle hatte außerdem vorgeschlagen, dass aus den Verlagsinhalten sieben Wörter plus die Suchbegriffe frei angezeigt werden können. Nach Interpretation der Verwertungsgesellschaft sind danach Verlagsinhalte, die mehr als sieben Worte beinhalten, vergütungspflichtig.

Beide Geschäftsführer der Verwertungsgesellschaft betonten, dass der Zahlungsanspruch dem Grunde nach bestätigt worden sei. Lediglich die Anspruchshöhe fehle. Dazu habe die Schiedsstelle eine Reihe von Angaben gemacht, die es nun umzusetzen gelte. Auf dieser Grundlage sei man bereit, mit Google zu verhandeln.

Die VG Media vertritt rund 160 Verleger-Websites in Deutschland, darunter Angebote von Axel Springer, Burda, Funke, Madsack, M. DuMont Schauberg und der Handelsblatt-Gruppe. Verlagsportale wie die von „Spiegel“, „FAZ“, „Süddeutsche Zeitung“, und „Die Zeit“ hatten sich den Forderungen der VG Media nicht angeschlossen und Google News die Nutzung von Snippets und Thumbnails erlaubt.

Am Landgericht Berlin liegt noch ein Verfahren

Google hatte in seiner ersten Stellungnahme betont, dass nach dem Bundeskartellamt nun auch die Schiedsstelle die Anträge der VG Media zurückgewiesen und in aller Deutlichkeit auf die Widersprüchlichkeit des Leistungsschutzrechts hingewiesen habe. „Wir möchten keine juristischen Auseinandersetzungen mit Verlagen führen. Viel lieber wollen wir mit ihnen zusammenarbeiten, um Besucher auf ihre Webseiten und Apps zu leiten, ihre Marken online zu stärken und digitalen Journalismus zu fördern.“

Außen vor sind nach der Entscheidung der Schiedsstelle die Verleger aus der Schweiz, die sich dem Tarifstreit der VG Media angeschlossen hatten. Sie fallen nach Einschätzung der Münchner Experten nicht unter den Anwendungsbereich des deutschen Urheberrechtsgesetzes. Nicht berücksichtigt wurden ebenfalls die Ansprüche kleiner Anbieter, etwa Radiostationen, deren Website nicht in die Kategorie „Presseerzeugnis“ im Sinne des Leistungsschutzrechts falle.

Vor der Kartellkammer des Landgerichts Berlin liegt unabhängig von dem Schiedsverfahren ein Verfahren mehrerer Presseverlage, in dem geklärt werden soll, ob die von Google im Herbst 2014 verlangte „Gratiseinwilligung“ für die Darstellung der Verlagsinhalte durch einen Missbrauch einer marktbeherrschenden Stellung zustande gekommen sei. Das Landgericht soll im Februar 2016 den Fall verhandeln. Google bestreitet die Vorwürfe vehement.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/fruehaufsteher/nike-uber-pop-google-und-das-leistungsschutzrecht-die-nachrichten-des-morgens-13822555.html>
25.09.2015

Weitere Nachrichten Nike verdient mehr Geld

China beschleunigt Nikes Absatz. Ein Brüsseler Gericht erklärt Uber-Pop für illegal. Und die Verlage müssen von Google fürs Leistungsschutzrecht weniger Geld verlangen.

Starke Verkäufe in China haben dem größten amerikanischen Sportartikelhersteller Nike zu einem kräftigen Gewinnsprung verholfen. Im Geschäftsquartal bis Ende August kletterte der Überschuss verglichen mit dem entsprechenden Vorjahreswert um 23 Prozent auf 1,18 Milliarden Dollar (1,05 Mrd Euro), wie der Adidas-Konkurrent am Donnerstag (Ortszeit) mitteilte. Der Umsatz kletterte um fünf Prozent auf 8,4 Milliarden Dollar.

EU-Kommission fordert Aufklärung im VW-Skandal

Im Abgas-Skandal bei Volkswagen fordert die EU-Kommission vollständige Aufklärung von den nationalen Behörden. Diese sollten genau herausfinden, wie viele Fahrzeuge in der EU mit manipulativer Software ausgestattet worden seien, verlangte die EU-Kommission am Donnerstag in Brüssel. Die europäischen Abgasnormen müssten eingehalten werden.

Großbritannien testet Abgaswerte erneut

Im Skandal um manipulierte Abgaswerte bei Volkswagen hat das britische Verkehrsministerium angekündigt, Autos erneut zu testen. „Wo es nötig sei“, würden Tests im Labor wiederholt und die Ergebnisse mit tatsächlichen Emissionen verglichen, sagte Verkehrsminister Patrick McLoughlin am Donnerstag in London.

Brüsseler Gericht erklärt Fahrdienst-Angebot UberPop für illegal

Das Brüsseler Handelsgericht hat das umstrittene Fahrdienst-Angebot UberPop für illegal erklärt. Das amerikanische Unternehmen Uber habe 21 Tage Zeit, sich an entsprechende Gesetze der Region Brüssel zu halten, sonst drohten Strafen von 10 000 Euro pro Verstoß, urteilte das Gericht am Donnerstag laut Nachrichtenagentur Belga. Uber wolle in Berufung gehen.

Schiedsstelle hält Snippet-Tarif der VG Media für 'nicht angemessen'

Im Streit deutscher Verlage mit Google hat die Schiedsstelle des Deutschen Patent- und Markenamtes den von der Verwertungsgesellschaft VG Media geforderten Tarif in „seiner gegenwärtigen Form“ als „nicht angemessen“ zurückgewiesen. Die von der VG Media geforderten gut 6 Prozent des Gesamtumsatzes von Google mit der Darstellung von Verlagsinhalten aus Deutschland sei zu hoch, erklärte die Schiedsstelle am Donnerstagabend in München.

Russland und Ukraine wollen im Gasstreit Winterpaket vereinbaren

Im Streit um Gaslieferungen wollen Russland und die Ukraine die Vereinbarung für ein neues Winterpaket unterzeichnen. Am Freitag werden Vertreter beider Seiten unter Vermittlung der EU-Kommission in Brüssel Gespräche führen, teilte die EU-Behörde am Donnerstag mit. Festes Ziel des Treffens sei, „das Winterpaket für den Winter 2015/2016 abzuschließen.“ An den Gesprächen werde der russische Energieminister Alexander Nowak sowie sein ukrainischer Kollege Wladimir Demtschischin teilnehmen.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/menschen-wirtschaft/ueber-100-milliarden-euro-wurden-verschenkt-oder-vererbt-13843671.html>

07.10.2015

Statistisches Bundesamt Über 100 Milliarden Euro wurden verschenkt oder vererbt

Allein der Wert der Schenkungen legte um in Deutschland 76,8 Prozent zu. Grund ist **vor allem** die Sorge der Unternehmer, dass die Privilegien für Firmenerben abgeschafft werden. Vermögen **im Wert von** rund 108,8 Milliarden Euro ist im vergangenen Jahr in Deutschland vererbt oder verschenkt worden - das waren 54,6 Prozent mehr als im Jahr zuvor. Wie das Statistische Bundesamt in Wiesbaden am Mittwoch berichtete, wurde weitaus mehr verschenkt als vererbt. Nur jeder dritte verschenkte oder vererbte Euro war steuerpflichtig, die Finanzämter setzten insgesamt 5,4 Milliarden Euro Steuern fest.

Der Wert von Schenkungen habe sich um 76,8 Prozent auf 70,5 Milliarden Euro erhöht, berichtete das Bundesamt. Über die Hälfte davon entfiel auf Betriebsvermögen. 2009 hatte der Wert von Schenkungen erst 13 Milliarden Euro betragen.

Große Erbschaften machten die Hälfte aus

„Möglicherweise beruht der Anstieg auf Befürchtungen der Unternehmer, dass künftig höhere Hürden für die steuerfreie Übertragung von Firmenvermögen gelten könnten“, sagte Isabel Klocke vom Bund der Steuerzahler. Derzeit ist eine Reform der Erbschafts- und Schenkungssteuer in Arbeit, nachdem das Bundesverfassungsgericht Ende 2014 geurteilt hatte, dass die seit 2009 geltenden Privilegien für Firmenerben verfassungswidrig sind.

Der Wert von Erbschaften und Vermächtnissen sei um 25,7 Milliarden auf 38,3 Milliarden Euro gestiegen, berichteten die Statistiker. Zu den verschenkten oder vererbten Vermögenswerten gehörten außerdem Bankguthaben, Immobilien, Grundstücke und Wertpapiere.

Große Erbschaften oder Schenkungen von über 20 Millionen Euro machten fast die Hälfte der Gesamtsumme aus: Sie stiegen insgesamt auf 51,1 Milliarden Euro und lagen damit um 131,6 Prozent über dem Ergebnis des Vorjahres.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/allianz-global-wealth-report-2015-vermoegen-auf-rekordhoehe-13829837.html>

29.09.2015

Global Wealth Report 2015 So reich war die Weltbevölkerung noch nie

Der weltweite Reichtum steigt und steigt. Gleich drei Mal könnten die privaten Haushalte sämtliche Staatsschulden der Welt tilgen. Doch die Vermögen sind weiter sehr ungleich verteilt.

Die Menschen um den Globus sind so reich wie nie. Ein Rekord jagt den nächsten: Das private Vermögen weltweit übersteigt erstmals die Marke von 100 Billionen Euro, Chinas privates Vermögen übertrifft das von Japan und erstmals gehören mehr als eine Milliarde Menschen zur Vermögensmittelklasse. Das geht aus dem Global Wealth Report 2015 hervor, den die Allianz am Dienstag vorstellte.

Die Allianz analysierte die Vermögens- und Schuldenlage der privaten Haushalte in über 50 Ländern. 2014 wuchs das Brutto-Geldvermögen der privaten Haushalte um 7,1 Prozent. Damit konnte ein ähnlich starkes **Wachstum erzielt** werden wie in den Jahren zuvor. Laut Allianz wird dieses Wachstum **vor allem** durch gesteigerte Sparanstrengungen getragen. Selbst die Amerikaner sparen wieder mehr. Nur Europa hinkt bei den Einsparungen noch

etwas hinterher. Damit zeigen sich die Vermögenden scheinbar unbeeindruckt von rekordtiefen Zinsen.

Vermögen weiter ungleich verteilt

In Asien und Amerika sorgten auch die Aktienmärkte für einen Vermögenszuwachs. In Westeuropa hingegen trennten sich die Haushalte im dritten Jahr in Folge von Wertpapieren. Die Allianz wertet das als Indiz für die noch nicht verarbeitete Finanzkrise in Europa.

Mit 136 Billionen Euro übertrifft das Privatvermögen erstmals den Wert aller weltweit an der Börse gelisteten Unternehmen. Außerdem könnten die privaten Haushalte alle Staatssschulden der Welt gleich dreifach tilgen, sagte Oliver Bäte, Vorstandsvorsitzender der Allianz. „Viele Beobachter werden diese Zahl als Beleg für die viel beschworene Ersparnisflut interpretieren“, sagte Michael Heise, Chef-Volkswirt der Allianz, bei der Präsentation der Studienergebnisse.

In Deutschland legte das private Brutto-Geldvermögen mit 4,2 Prozent zwar etwas langsamer zu. „Angesichts der immer noch höchsten Sparquote in Europa ist diese Entwicklung eher enttäuschend“, so Heise. Das zeige, die deutschen Haushalte beim Sparen weiterhin risikoscheu seien. Doch auch hierzulande häufen die Menschen ungeachtet der mickrigen Zinsen immer größere vermögen an. Nach früheren Zahlen der Bundesbank stieg das private Geldvermögen von 5,072 Billionen Euro Ende 2014 im ersten Quartal 2015 kräftig auf 5,212 Billionen Euro.

Das Vermögen ist allerdings ungleich verteilt. „Durchschnittlich entfallen in den von uns untersuchten 53 Ländern auf die ärmere Bevölkerungshälfte nur etwa fünf Prozent der Vermögenswerte.“ Auch das regionale Vermögenswachstum war sehr unterschiedlich. Den größten Vermögenszuwachs konnte wie auch schon zuvor die Region Asien verbuchen. Hier legte das Netto-Geldvermögen um 18,2 Prozent zu. Das ist insbesondere auf den rasanten Anstieg des Wertpapiervermögens besonders in China zurückzuführen. In den beiden weiteren Wachstumsregionen, Lateinamerika und Osteuropa, verlief die Entwicklung dagegen deutlich langsamer. Hier erhöhte sich das Netto-Geldvermögen nur um 4,2 Prozent (Lateinamerika) und 8,6 Prozent (Osteuropa).

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/unternehmen/apple-konkurrent-samsung-rechnet-mit-hohem-gewinn-13843515.html>

07.10.2015 2

Smartphone-Hersteller Samsung macht mehr Gewinn als jeder Dax-Konzern

Zwar läuft das Geschäft mit Smartphones für die Koreaner zuletzt nicht mehr so gut, doch Chips und Displays sind gefragt. Die erwartete Gewinnsteigerung ist enorm.

Das Geschäft mit den Smartphones lief für Samsung nicht mehr so rund. Konkurrenten wie Apple machen den Markt für den Marktführer eng. Doch für das dritte Quartal rechnet der südkoreanische Hersteller - nach zwei Jahren rückläufiger Ergebnisse - mit einem kräftigen Gewinnzuwachs. Der operative Gewinn wird nach der Prognose des führenden südkoreanischen Technologie-Unternehmens im Jahresvergleich um knapp 80 Prozent auf 7,3 Billionen Won (5,6 Mrd Euro) steigen. So viel Gewinn macht kein deutsches Dax-Unternehmen.

Den größten Gewinn im Dax fuhr zuletzt der Volkswagen-Konzern ein. Im zweiten Quartal 2015 konnte der Automobil-Hersteller einen Gewinn von etwa 3,49 Milliarden Euro verkünden und liegt damit deutlich unter dem erwarteten Gewinn der Südkoreaner.

Den Gewinnzuwachs von Samsung führten Analysten bei einem nach wie vor starken Preiskampf bei Smartphones vor allem auf das robuste Geschäft mit Chips und Displays zurück. Der Umsatz sei schätzungsweise um 7,5 Prozent auf 51 Billionen Won (39,3 Mrd Euro) geklettert, teilte Samsung am Mittwoch mit. Genaue Geschäftszahlen legt Samsung traditionell erst zu einem späteren Zeitpunkt vor.

Abstriche bei den Oberklasse-Smartphones

Mit seiner Prognose für die Monate Juli bis September liegt Samsung deutlich über den Markterwartungen. Die Umfrage der nationalen Finanznachrichtenagentur Yonhap Infomax unter 16 Marktanalysten hatte einen Mittelwert von 6,5 Billionen Won (5 Mrd Euro) beim operativen Gewinn ergeben. Auch günstige Währungseinflüsse könnten für den Anstieg verantwortlich sein, hieß es. Samsung ist der größte Hersteller von Smartphones, Speicherchips und Fernsehern.

Die Experten erwarten, dass Samsung auch bei Smartphones dank der steigenden Nachfrage nach günstigen Modellen einen höheren Absatz erzielt hat. Samsung habe 83 Millionen Geräte verkauft, gut zehn Millionen mehr als im zweiten Vierteljahr, zitierte Yonhap einen Analysten von Samsung Securites. Allerdings wirkten sich die fallenden Preise auf das Ergebnis der Mobilsparte aus. Angesichts der Konkurrenz aus Amerika und China fielen zuletzt auch die Absatz-Erwartungen für das neueste Oberklassen-Smartphone von Samsung insgesamt niedriger aus. Im Smartphone-Markt tobt sowohl bei günstigen als auch bei teuren Geräten einer harter Preiswettbewerb. In Asien machten im vergangenen Jahr besonders lokale Hersteller in China und Indien den Südkoreanern ihre Spitzenposition im Geschäft mit Handys und Smartphones streitig. Bei Oberklasse-Geräten verzeichnete vor allem Apple große Erfolge.

Nach der Gewinnankündigung machten sich unter den Anlegern Erleichterung und Zuversicht breit. Die Aktie legte 8,7 Prozent zu, der größte Tagesgewinn seit fast sieben Jahren. „Es gab Befürchtungen, dass die Ergebnisse mit sinkenden Smartphone-Gewinnen weiter zurückgehen würden, aber die Zahlen zeigen nun, dass Samsung die Kraft hat, der Schwäche des Handy-Geschäfts standzuhalten“, sagte Analyst Lee Seung-woo vom Broker IBK Securities. Samsung nannte keine weiteren Details. Der Konzern will die endgültigen Zahlen Ende Oktober vorlegen.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/eurokrise/wirtschaftskrise-in-spanien-armut-oder-auswandern-13817690.html>

26.09.2015 2 von Leonie Feuerbach, La Coruña

Opfer der Krise. Spaniens Wirtschaft wächst, doch die jungen Menschen spüren nichts

Obwohl sich die Wirtschaft in Spanien langsam wieder erholt, finden junge Menschen immer noch keine Arbeit. Akademiker kellnern, wenn sie nicht ihr Glück in der Ferne wagen. Ein junger Architekt erzählt, warum er bleibt und kämpft.

Die Krise raubt Omar Curros den Schlaf. Der 31 Jahre alte selbständige Architekt hat momentan keinen Auftrag. Deshalb kann er tagsüber mit Freunden Kaffee trinken und am Meer spazieren gehen in La Coruña, einer Stadt an der Küste Galiciens, der nördlichsten Region Spaniens. So richtig genießen kann er das nicht. „Mein Leben ist ein Scherbenhaufen“, sagt er, lacht, und schiebt hinterher: „Aber ich bin Optimist.“

Omar Curros, kurze Haare, langer Bart, schlendert an einem bewölkten Tag im Spätsommer mit einer Gruppe Gleichaltriger die Strandpromenade von La Coruña entlang. Sein ehemaliger Mitbewohner und Studienkollege Carlos García Martínez ist aus Bern zu Besuch

gekommen. Vor etwa sechs Jahren sind die beiden mit dem Architekturstudium fertig geworden, auf dem Höhepunkt der Krise. Nach dem Platzen der Immobilienblase war der Bausektor am schlimmsten betroffen. Niemand baute mehr, es gab keine Ausschreibungen für Projekte. Beide fanden nur kurzfristige Anstellungen, zogen aus dem Studentenwohnheim aus und wieder bei ihren Eltern ein.

Ein Zimmer, das man selbst bezahlen kann

So ging das einige Jahre. Ihnen und vielen anderen jungen Spaniern stellt sich seit 2007 deshalb die Frage: Bleiben und kämpfen, unterstützt von Eltern und Freunden? Oder ins Ausland gehen, wo es zwar Arbeit gibt, man aber auf sich allein gestellt ist und die Landessprache nicht spricht? García Martínez entschied sich zu gehen. Damals fühlte er sich dazu gezwungen und tat es widerwillig. Heute fühlt er sich wohl in Bern. Er genießt es, ein festes Einkommen und ein Zimmer zu haben, für dessen Miete er selbst aufkommt. Er spricht jetzt schon ziemlich gut Deutsch und lernt Französisch.

Curros wird nachdenklich, wenn er seinen Freund reden hört. Mehrmals war er kurz davor, es ihm gleich zu tun. Er hatte Deutschkurse besucht und seiner Freundin verkündet, er werde auswandern. Dann blieb er aber doch. Ihretwegen, und weil er eigentlich nie so richtig weg wollte. Eine Kollegin schlug ihm vor, sich zusammenzutun und gemeinsam an Ausschreibungen teilzunehmen. Seine Eltern zahlten ihm die Miete.

Von der Krise ist in jedem Gespräch der jungen Leute die Rede. Ökonomen und Politiker sagen zwar, dass sie vorbei sei; das Wachstum ist mit 3,3 Prozent so hoch wie vor dem Platzen der Immobilienblase. Bei Curros und seinen Freunden kommt dieses Wachstum, das in den offiziellen Statistiken steht, aber nicht an. Wenn einer einen Job hat, dann weit unter seiner akademischen Qualifikation, etwa in einer der vielen Bars, die im ehemaligen Problemviertel der Stadt eröffnen. Oder bei Inditex, dessen Zentrale in einem nur gut zehn Kilometer entfernten Vorort La Coruñas sitzt. Zu dem Modeimperium gehören Zara, Bershka, Pull & Bear, Massimo Dutti und andere Modeketten; es ist der Hauptarbeitgeber der Region.

Traum von 1000 Euro im Monat

Angeblich gehe es Spanien wieder besser, aber die Jungen fänden keine würdevolle Arbeit mit vernünftigem Gehalt, könnten nicht für die Zukunft sparen, klagt eine junge Frau, die bei Inditex im Büro arbeitet. Omar Curros sieht es genauso. „Wie soll eine Pflanze wachsen, die man nicht gießt?“, fragt er. Und die Wirtschaft könne ja wohl auch nicht wachsen, wenn die Gehälter so niedrig seien, dass niemand etwas kaufen könne. Vor der Krise beschrieb der Begriff der „Mileuristas“ junge Berufstätige, die trotz Vollzeitarbeit nicht mehr als tausend Euro im Monat verdienten. Heute könnten die meisten Leute seines Alters von tausend Euro im Monat nur träumen, sagt Curros. Sein Bruder arbeitet vierzig Stunden die Woche in einer Bar und verdient gerade einmal 750 Euro im Monat. Seine eigenen Freunde sind mittlerweile alle weg, haben Spanien und ihre Hoffnungslosigkeit hinter sich gelassen. Sie arbeiten nun in der Schweiz, in Deutschland, Österreich, England, Frankreich oder Australien.

Für Curros hatte es zu Beginn seiner Karriere eigentlich gut ausgesehen. Schon während des Studiums arbeitete er in einem Architekturbüro. Doch als die Aufträge ausblieben, entließ der Chef drei seiner vier Angestellten. Curros durfte als einziger bleiben, bis auch er irgendwann entlassen wurde. Die Frau, wegen der Curros auch im Lande blieb, hat sich inzwischen von ihm getrennt. Sie hat seit einigen Jahren eine sichere Stelle als Lehrerin, will heiraten und Kinder bekommen. Curros ist mal hier und mal dort, lernt Sprachen und bildet sich fort. „Die letzten fünf Jahre waren chaotisch bei mir und geregelt bei ihr.“ Es passte irgendwann einfach nicht mehr zusammen.

Nun **steht** in seinem Leben alles **auf wackeligen Beinen**. Ein Mann möchte sich ein Haus planen lassen, erfährt er, vielleicht von ihm, doch noch hat der den Auftrag nicht. Und ob er einen der Architekturwettbewerbe gewinnen wird, für die er sich gemeinsam mit seiner Kollegin beworben hat, weiß er nicht. Omar Curros kann nicht behaupten, wegen der Krise etwas Ungewöhnliches ausprobiert zu haben. Seit er seinen Job im Architekturbüro verloren hat, fühlt sein Leben sich an, als säße er in einem Wartezimmer. Ein Jahr will er sich noch geben in dem Projekt mit seiner Kollegin. Länger will er nicht mehr warten, nicht mehr länger von seinen Eltern abhängig sein. „Wenn man es objektiv betrachtet, werde ich nach diesem Jahr gescheitert sein“, sagt er. Aber er will es nicht objektiv betrachten, sondern optimistisch.

<http://www.faz.net/aktuell/finanzen/geldanlage-trotz-niedrigzinsen/die-bausparkassen-wuerden-gern-in-aktien-anlegen-13834539.html>

03.10.2015 von Christian Siedenbiedel

Der Umgang mit Sparergeldern Die Bausparkassen würden gern in Aktien anlegen

Die Lage der Bausparkassen ist nicht rosig. Bislang dürfen sie kein Geld **in Aktien anlegen**. Jetzt wird darüber gestritten, ob man das ändern soll. Das Gegenargument: Aktien sind nicht so sicher. Wie stark darf man mit Sparergeld spekulieren?

Deutschlands Bausparkassen würden gern **Geld in Aktien anlegen** dürfen: Bislang ist ihnen das nicht erlaubt. Aber in eine geplante Änderung des Bausparkassengesetzes, über die der Bundestag bis zum Jahresende entscheiden soll, würden die Bausparkassen einen entsprechenden Passus gern noch einbringen lassen, wie Andreas Zehnder, der Vorstandsvorsitzende des Verbands der privaten Bausparkassen sagt. „Durch eine Limitierung der Beimischung dieser neuen Positionen auf zum Beispiel 10 Prozent aller Kapitalanlagen einer Bausparkasse bliebe **das oberste Gebot** der Sicherheit der Sparergelder gewahrt“, meinte Zehnder.

Es geht um eine ebenso grundsätzliche wie umstrittene Frage: Sollen institutionelle Investoren in Deutschland, die zu einem sorgsamem Umgang mit Sparergeldern verpflichtet sind, stärker in die Anlageform „Aktie“ investieren dürfen? Immerhin werben Einrichtungen wie das Deutsche Aktieninstitut (DAI) dafür, dass auch in Deutschland die Aktie als Form der Geldanlage **weitere Verbreitung finden** müsse.

Vorschriften für institutionelle Investoren, wie sie ihr **Geld anlegen** dürfen, stehen dem tendenziell entgegen. Zu den Profiteuren gehören die Staaten, allen voran die Bundesrepublik Deutschland: Wenn institutionelle Investoren fast nur in Staatsanleihen anlegen dürfen, können sich die Staaten billiger verschulden. Kritiker solcher Regelungen sprechen von Ansätzen einer „finanziellen Repression“: Der Staat zwingt institutionelle Investoren auch aus eigennützigem Motiven zu Investitionen in Staatsanleihen. Wenn dann die Zinsen für die Staaten, wie derzeit, extrem niedrig oder sogar negativ seien, bereichere sich der Staat auf Kosten dieser institutionellen Investoren und ihrer Kunden. „**In der Tat** muss man darüber diskutieren, ob die generelle Risikobeurteilung von Aktien in der entsprechenden Regulierung zutreffend ist“, sagte Franz-Josef Leven, der Vizechef des Aktieninstituts.

Dem steht allerdings das Argument der Sicherheit entgegen. Die Situation der Bausparkassen ist schon jetzt nicht gerade rosig. Schließlich sind Bauspardarlehen derzeit nicht besonders attraktiv, weil schon normale Baudarlehen außerordentlich billig sind. Nur wenige Leute wollen deshalb lange auf ein Baudarlehen hin sparen. Zugleich laufen noch viele alte Verträge, bei denen die Bausparkassen den Sparern hohe, vor Jahren vereinbarte Zinsen zahlen.

Das Beispiel der Lebensversicherer mahnt zur Vorsicht

Mit juristischen Auseinandersetzungen versuchen die Bausparkassen zum Teil, sich davon zu trennen - zum Ärger der Kunden. Der Darmstädter Bankenprofessor Dirk Schiereck jedenfalls meint: Wenn man den Bausparkassen jetzt auch noch erlaube, in Aktien zu investieren, stünden bei der nächsten Baisse am Aktienmarkt die Bausparkassen „unter Wasser“: „Ich halte das für keine so gute Idee, in ein Geschäftsmodell, das für die Durchleitung von Geldern von Bausparern zu Baudarlehnnehmern gemacht ist, auf einmal eine so stark schwankende Komponente wie eine Aktienanlage einzubauen“, sagt Schiereck. Wenn man das mache, müsse man die Bausparkassen auf jeden Fall zu mehr Eigenkapital zwingen, als sie bislang haben.

Der Bonner Ökonom Martin Hellwig meint, man könne aus den Erfahrungen der Lebensversicherungen in dieser Frage lernen. „Die Lebensversicherungen durften traditionell bis zu 30 Prozent in Aktien gehen, haben das aber lange nicht gemacht, sondern blieben bei durchschnittlich etwa 10 Prozent“, erzählt Hellwig. Erst in der zweiten Hälfte der neunziger Jahre hätten sie ihren Aktienanteil deutlich erhöht. 2003 dann gerieten die Lebensversicherer in die Krise. Was war passiert? „Die einen waren so spät eingestiegen, dass sie nur die Verlustphase ab 2000 mitgemacht hatten“, sagt Hellwig. „Die anderen waren früher eingestiegen, aber die Regulierung zwang sie, jeweils 90 Prozent der ausgewiesenen Gewinne eines Jahres als Ertragsbeteiligung an die Versicherten zu übertragen - wohingegen sie die Versicherten nicht an den Verlusten ab dem Jahr 2000 beteiligen durften.“

Daraus könne man lernen: Wenn solcherlei Institutionen Geldanlagen hätten, die „im Aggregat riskant“ seien, brauche man Eigenkapital, um das aushalten zu können. Unklar sei zudem, ob die Bausparkassen die Kompetenzen für die Aktienanlage hätten. Außerdem stelle sich für die Bausparkassen die Frage, ob es sinnvoll sei, intern eine Konkurrenz aufzumachen zwischen der Vergabe von Baudarlehen und der Anlage des Geldes in Aktien. Zugespitzt formuliert: Wenn es Daseinszweck der Bausparkassen sei, Bauspardarlehen für die Hausfinanzierung zu vergeben - dann müsse man aufpassen, dass man am Ende nicht einen reinen Aktienfonds habe, der sich nur die Mittel für die Geldanlage verschaffe, in dem er Baudarlehen verspreche. Immerhin bleibt die Bundesregierung bei diesem Thema eher skeptisch: Der entsprechende Gesetzesentwurf sieht keine Aktienanlage vor.

<http://www.faz.net/aktuell/finanzen/aktien/dax-knackt-10-000-punkte-marke-13843400.html>

07.10.2015 3

Marktbericht. Dax knackt 10.000-Punkte-Marke

Noch vor einer guten Woche sah es rabenschwarz am deutschen Aktienmarkt aus. Der Dax fiel auf ein Jahrestief. Doch seitdem hat sich die Stimmung gedreht.

Die Erholung am deutschen Aktienmarkt hat zum Handelsstart am Mittwoch angehalten. Der Börsenchart sehe wieder besser aus und das löse noch einige Anschlusskäufe aus, sagte Aktienhändler Markus Huber vom Londoner Investmenthaus Peregrine & Black. Rückenwind kam von den freundlichen asiatischen Börsen. Klare Impulse von fundamentaler Seite fehlten dem Markt aber, sagte Huber.

Im frühen Geschäft kletterte der Dax bis auf 10.004 Punkte. Seit Wochenbeginn hat der deutsche Leitindex 4,5 Prozent zugelegt. Damit hat sich der deutsche Leitindex deutlich erholt. Noch vor gut einer Woche war der Dax auf ein Jahrestief bei 9325 Punkten gefallen.

Der M-Dax kletterte parallel wieder über 20.000 Punkte: Das Barometer der mittelgroßen Aktienwerte stieg um 0,6 Prozent auf 20091,6 Punkte. Der Technologiewerte-Index Tec-Dax

gewann 0,2 Prozent auf 1791,4 Punkte. Der Euro-Stoxx-50-Index legte um 0,8 Prozent zu. Am Vortag hatte der Leitindex der Eurozone den dritten Tag **in Folge** höher geschlossen.

Aktien von Daimler und BMW legen um mehr als 2 Prozent zu

Die jüngsten Sorgenkinder aus dem Dax wurden am Morgen von vorsichtig optimistischen Analystenstudien teils kräftig angeschoben: **Allen voran** erholten sich die Vorzugsaktien von Volkswagen um 4,4 Prozent und stiegen wieder über 100 Euro. Die Privatbank Berenberg hat die VW-Papiere mit „Buy“ wieder aufgenommen. Auch die UBS blieb bei ihrer Kaufempfehlung und setzte das Kursziel auf 150 Euro. Vor dem Hochkochen des Skandals um manipulierte Abgastests hatte die Aktie bei 162,40 Euro gestanden.

Im Kielwasser der festen VW-Aktie verteuerten sich auch Daimler und BMW um jeweils mehr als 2 Prozent. Händler verwiesen auf den fallenden Eurokurs, der neues Kaufinteresse in den Automobilssektor bringe. Den exportorientierten Autobauern kommt ein schwächerer Euro entgegen, da ihre Produkte für ausländische Käufer dann günstiger werden.

Eine unerwartet schwache Ergebnisentwicklung beim Stahlhändler Klöckner & Co (KlöCo) drückte die Aktien am M-Dax-Ende mit 3 Prozent ins Minus. „Jeder wusste von den schwierigen Marktbedingungen und den schlechten Geschäftstrends - so ein schlechtes Ergebnis wurde aber nicht erwartet“, sagte ein Händler.

<http://www.faz.net/aktuell/finanzen/digital-bezahlen/digitales-geld-wie-bezahle-ich-am-besten-im-internet-13685341.html>

06.07.2015 von Thorin Wäschle

Digitales Geld Wie bezahle ich am besten im Internet?

Paypal, Kreditkarte oder Überweisung - es gibt viele Arten im Netz zu bezahlen. Ein Vergleich von Kosten, Komfort und Sicherheit.

Ob Schuhe, Fernseher, Bücher, Lebensmittel, Autos oder Reisen, jede erdenkliche Ware lässt sich heute über das Internet kaufen. Seit Jahren wächst der Online-Anteil am Einzelhandel ungebremst. Bezahlt wird nicht nur mit Kreditkarte, Überweisung oder Lastschrift. Auch der Bezahlendienst Paypal wird immer beliebter. Am 20. Juli **geht** die stark wachsende Ebay-Tochtergesellschaft **an die Börse**.

Neben Paypal versprechen auch Click&Buy, Sofortüberweisung oder Giropay schnelle und sichere Zahlung. Paypal ist inzwischen in Deutschland mit 24 Prozent Anteil das bevorzugte Zahlungsmittel und löste damit gerade die Rechnung ab. Doch ist Paypal auch der beste Weg zum Zahlen im Netz?

Alle Bezahldienste haben den Vorteil, dass sie schnelles Bezahlen ermöglichen, die Bankdaten nicht an den Händler weitergeben und manchmal preisgünstiger als andere Bezahlverfahren sind. Paypal erleichtert durch seine starke Verbreitung vor allem den Kauf im Ausland und bei kleinen Anbietern. Die bieten oft weniger oder unsichere Zahlungsmöglichkeiten an.

Einfache Sofortüberweisung

Wer Paypal nutzen will, muss sich zunächst mit seinen EC- oder Kreditkartendaten registrieren. Zum Bezahlen reicht es dann, die E-Mail-Adresse und das **Passwort einzugeben**. Daraufhin bucht Paypal die Zahlung vom hinterlegten Konto ab und leitet sie an den Shop weiter. Das ist unkompliziert und geht schnell. Weiterer Vorteil: Man muss seine Bankdaten nicht gegenüber dem Betreiber preisgeben. Das ist sicherer. Manche Händler geben allerdings die Gebühr, die ihnen Paypal berechnet, an ihre Kunden weiter. Dann kann der Einkauf

schnell ein paar Euro teurer werden. Dienste wie Skrill oder die Telekomtochtergesellschaft „Click & Buy“ funktionieren wie Paypal, sind aber weniger verbreitet.

Wer die Sofortüberweisung oder Giroipay nutzt, kommt fast überall ohne zusätzliche Kosten davon. Auch bei diesen Diensten **gibt** man seine **Bankdaten** nicht dem Händler **preis**. Bei Giroipay wird man direkt zum Onlinekonto seiner Bank weitergeleitet und weist dort die Zahlung mit einer Tan-Nummer an, bei der Sofortüberweisung **gibt** man seine **Onlinebankdaten** für eine Überweisung in ein Formular des Dienstleisters **ein**. Gegenüber einer Überweisung ohne diese Dienste hat das einen Vorteil: Dem Händler gegenüber bestätigen die Dienste die Zahlung, so dass die Ware sofort versandt werden kann. Und anders als bei Paypal ist keine Registrierung notwendig. Nicht immer wird aber wie bei Paypal ein Käuferschutz angeboten, der die Rückerstattung des Kaufpreises garantiert, sollte die bestellte Ware nicht geliefert werden.

Ansonsten sind die Sicherheitsrisiken bei Sofortüberweisung und Paypal ähnlich. Die größte **Gefahr lauert** im sogenannten „Phishing“, das auch Kreditkarten und Online-Banking betrifft. Um an Kontodaten und Passwörter zu gelangen, verschicken Cyber-Kriminelle gefälschte Mails, in denen sie sich als Bank oder Bezahlendienst ausgeben. Der Kunde wird **unter einem Vorwand** dazu aufgefordert, seine **Daten** auf einer Seite **einzugeben**, welche der des Unternehmens täuschend ähnlich sieht. **Mit Hilfe** der erbeuteten Daten **plündern** die Betrüger dann **das Konto**. Mit etwas Wachsamkeit sind verdächtige Mails jedoch meist durch Rechtschreibfehler oder eine unpersönliche Anrede zu identifizieren. **Im Zweifel** sollte sich der Nutzer direkt an den Anbieter wenden und die Mail ignorieren.

Selbst aufpassen ist Pflicht

Bei Diensten, bei denen man seine **Bankdaten hinterlegen** muss, bleibt zudem das Risiko eines Datendiebstahls. So kam es bei Ebay und Paypal in den vergangenen Jahren des Öfteren zu Datenlecks. Hacker erbeuteten Namen und Adressen von Millionen Kunden und verschickten daraufhin besonders schwer zu erkennende Phishing-Mails.

Wie sicher die einzelnen Anbieter tatsächlich sind, liegt auch an der Vorsicht des Nutzers selbst. Auf eine sichere Aufbewahrung von Passwörtern und eine regelmäßige Überprüfung der Kontobewegungen muss jeder selbst achten. Wer ein Paypal-Konto als Ersatz für sein Bankkonto nutzt, sollte aber gewarnt sein. Auf seiner Website weist das Unternehmen darauf hin, dass die Paypal-Guthaben nicht durch die Einlagensicherung geschützt sind, obwohl die Ebay-Tochter nach luxemburgischem Recht als Kreditinstitut lizenziert ist. Bei einer Pleite sind die Paypal-Guthaben also vermutlich dahin.

Es geht auch anonym

Wer aus Angst vor Datendiebstahl auch im Netz am liebsten bar und anonym bezahlen möchte, kann das zum Beispiel mit der Paysafecard tun. Die Karte ist an zahlreichen Verkaufsstellen in der Offline-Welt erhältlich und lässt sich mit Nennbeträgen zwischen zehn und hundert Euro aufladen. Bezahlt wird durch die **Eingabe** eines auf der Karte aufgedruckten 16-stelligen **Pin-Codes**. Solche Prepaidlösungen sind zwar besonders sicher, aber gerade bei größeren Beträgen ist das mühsam oder gar nicht möglich.

Ebenfalls anonym bezahlen lässt sich in immer mehr Internetläden mit der virtuellen Währung Bitcoin. Starke Kursschwankungen und Anfälligkeit für Manipulationen **setzen** ihrer Verbreitung jedoch **Grenzen**. So wird sie wegen ihrer Anonymität bislang auch für illegale Geschäfte verwendet.

Glaut man Verbraucherschützern, ist das sicherste Zahlungsmittel daher **nach wie vor** die Rechnung. Hier liegt das volle Risiko beim Händler, weshalb häufig eine Gebühr fällig wird und einige Anbieter ganz darauf verzichten. Auch das Lastschriftverfahren gilt als relativ

sicher, da der Käufer im Nachhinein die Zahlung widerrufen kann, falls er die gekaufte Ware nicht erhalten hat. Er gibt aber, wie auch bei der Bezahlung mit Kreditkarte, seine Bankdaten an den Ladenbetreiber weiter.

Wer sein Risiko minimieren will, muss also Internethändler wählen, die einen Kauf auf Rechnung ermöglichen und dafür im Zweifelsfall draufzahlen. Wer hingegen beim Shoppen im Netz alle Läden zur Auswahl haben will, kommt an Paypal & Co. kaum vorbei. Daran wird vermutlich auch eine Initiative einiger deutscher Privatbanken nichts ändern, die bis zum Jahresende ihren eigenen Dienst „Pay Direkt“ anbieten möchte. Der Kunde soll sich registrieren, um dann direkt von seinem Girokonto bezahlen zu können. Damit scheint der Dienst aufwendiger als die Sofortüberweisung oder Giropay, ohne das er einen echten Mehrwert bietet. Ob der Vertrauensvorteil, den die Banken nach eigener Annahme bei den Online-Käufern genießen, tatsächlich reicht, um die Kunden dennoch von Pay Direkt zu überzeugen, darf bezweifelt werden.

Ein Blick in die Vereinigten Staaten zeigt hingegen, welche Neuerungen uns in den nächsten Jahren erwarten könnten, denn der Markt für Online-Bezahlsysteme ist dort mächtig in Bewegung. Die Schwergewichte der Internetbranche sind dabei allesamt mit von der Partie. Der chinesische Internethandelsriese Alibaba, der vor einem Jahr für 25 Milliarden Dollar an die Börse ging, will mit seinem Dienst Alipay auch in den amerikanischen und europäischen Markt expandieren. Die Chinesen gelten als potentieller Partner oder gar Kaufinteressent, wenn Paypal in zwei Wochen an die Börse geht. Google will nach dem eher holprigen Start seines Systems „Google Wallet“ noch in diesem Jahr Android Pay einführen. Damit will man Apples erfolgreichem Bezahldienst Apple Pay in den Vereinigte Staaten Konkurrenz machen.

Apple Pay ist deshalb so interessant, weil mit dem Bezahldienst nicht nur im Internet, sondern auch an der Supermarktkasse oder der Tankstelle bezahlt werden kann. Das Smartphone wird dabei zur digitalen Geldbörse. Per Fingerabdruck wird im Vorübergehen der Kauf angewiesen. Ab wann Kunden auch in Deutschland über Apple Pay bezahlen können, ist noch völlig unklar.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/maechtige-internetriesen/verkauf-von-google-glass-wird-eingestellt-13374767.html>

16.01.2015 von Roland Lindner, New York

„Glass“ Wie geht es mit Googles Datenbrille weiter?

Der Verkauf von „Google Glass“ wird eingestellt. Aber der Internetkonzern will eine Niederlage vermeiden. Hat das umstrittene Projekt noch eine Zukunft? Wie viele andere Unternehmen aus dem kalifornischen Silicon Valley erhebt auch der Internetkonzern Google gerne den Anspruch, die Welt besser zu machen. Und doch eckt Google oft genug an und hat Kritiker zuhauf, ob nun unter Kartellwächtern oder Datenschützern. Aber wohl mit keinem anderen Produkt ist dem Unternehmen so viel Feindseligkeit entgegengeschlagen wie mit seiner Datenbrille „Google Glass“.

Für viele Menschen war der auf der Nase sitzende Minicomputer ein Angriff auf die Privatsphäre, weil es unauffälligeres Fotografieren erlaubt als etwa ein Smartphone. Vielerorts wurde Google Glass verboten, etwa in Kneipen, Kinos oder Kasinos. Die Brille machte Menschen nicht nur Angst, sie wurde auch Gegenstand von Spott. Wer das recht klobige Gerät aufsetzte, musste befürchten, dass seine Mitmenschen sich über ihn lustig machten. In Amerika wurden Träger der Brille sogar als „Glassholes“ tituiert. Ein solcher

Schmähbegriff ist eine Herausforderung für jede Marketingabteilung. Google sah sich sogar genötigt, Benimmregeln für die Nutzer der Brille zu veröffentlichen.

Jetzt greift Google durch und verordnet seiner Brille eine Zäsur. Der Verkauf der gegenwärtigen Version des Geräts an Endverbraucher wird am kommenden Montag eingestellt, teilte das Unternehmen mit. Aber Google beteuerte, dies sei nicht das Ende des Projekts, sondern versuchte, seinen Schritt als Aufwertung zu verkaufen. So werde die Datenbrille nun nicht mehr Teil der Forschungseinheit Google X sein, in der diverse Zukunftsprojekte wie selbstfahrende Autos untergebracht sind. Vielmehr werde das Brillenprojekt nun zu einer eigenen Abteilung bei Google.

Außerdem bekommt Google Glass nun einen hochkarätigen neuen Verantwortlichen. So wird sich künftig Tony Fadell, der im vergangenen Jahr durch die Übernahme des auf intelligente Haushaltsgeräte spezialisierten Unternehmens Nest Labs zu Google kam, zusätzlich um die Brille kümmern. Fadell gilt als Mann mit einem Gespür dafür, Hardware ästhetisch ansprechend zu machen. Er war früher beim Elektronikkonzern Apple und hatte dort eine führende Rolle bei der Entwicklung des digitalen Musikspielers iPod. Bei Nest hat er es geschafft, Alltagsprodukte wie Heizungsthermostate nicht nur durch Verbindung mit dem Internet intelligenter, sondern auch optisch attraktiver zu machen.

Noch dieses Jahr eine Neuauflage der Brille?

Dass Google nun mit der Datenbrille erst einmal eine Pause einlegt, ist bemerkenswert, zumal das Unternehmen anfangs sehr aggressiv die Werbetrommel dafür gerührt hat. Insbesondere Google-Mitgründer Sergey Brin versuchte, Begeisterung für das Gerät zu versprühen. Er ließ sich einmal in der New Yorker U-Bahn mit der Brille fotografieren, das Bild ging hinterher um die Welt.

Auf einer Google-Konferenz vor zwei Jahren ließ Brin eine Gruppe von Fallschirmspringern mit der Brille ausrüsten und von einem Zeppelin aus auf den Boden schweben. 2013 startete Google dann sein „Explorer“-Programm und stellte die Brille ausgewählten Nutzern für 1500 Dollar zur Verfügung. Im vergangenen Jahr konnte sich jedermann in Amerika die Brille bestellen. Aber die Verkaufszahlen sollen sich in Grenzen gehalten haben. Und die ursprünglich für das vergangene Jahr in Aussicht gestellte Markteinführung von Google Glass auf breiter Front blieb aus.

Es ist offen, wie es nun mit der Brille weitergehen soll. Google selbst teilte nur mit, es solle „zukünftige Versionen“ der Brille geben, und die werde es zu sehen geben, wenn sie fertig seien. Eine für die Brille zuständige Managerin sagte dem „Wall Street Journal“, es solle in diesem Jahr eine Neuauflage geben. Anders als bei der bisherigen Version wolle Google keine vorläufigen Varianten an ein begrenztes Publikum abgeben, sondern ein endgültiges Produkt herausbringen. In der Zwischenzeit will Google versuchen, die Brille als Gerät für den kommerziellen Einsatz zu etablieren. Viele Beobachter meinen, für professionellen Bedarf von Ärzten, Polizisten oder Mechanikern sei Google Glass viel besser geeignet als für Endverbraucher.

<http://www.faz.net/aktuell/wirtschaft/maechtige-internetriesen/angst-um-arbeitsplaetze-wegen-digitalisierung-auf-der-dld15-13380885.html>

20.01.2015 von Patrick Bernau, München

Digital-Konferenz Die neue Angst um Arbeitsplätze

Die Digitalisierung kann Millionen von Arbeitsplätzen kosten. Diese Furcht setzt sich immer weiter durch - jetzt sogar bei den größten Internet-Enthusiasten.

Kurz zusammengefasst lautet die These von Brynjolfsson und McAfee: Computer werden immer schlauer und können immer mehr Aufgaben von Menschen übernehmen - und die

Entwicklung wird immer schneller. Nach „Moore's Gesetz“ von Intel-Gründer Gordon Moore verdoppelt sich die Komplexität von Computerchips alle ein bis zwei Jahre.

Computer entwickeln sich immer schneller

Das Gesetz ist bis heute ungebrochen, und das bedeutet auch: In den nächsten zwei Jahren werden die besten Computer so viel an Komplexität gewinnen, wie sie es in der ganzen bisherigen Computergeschichte getan haben. Die wahren Folgen der Digitalisierung werden erst kommen, und das wird nicht nur unqualifizierte Menschen treffen. Häuser zu putzen, diese Arbeit wird noch eine ganze Zeit lang nicht automatisierbar sein. Steuerberatung funktioniert dagegen für viele Leute schon mit der heutigen Steuersoftware gut.

Roboter zeigen Emotionen

Wie es weitergehen kann, auch das zeigt so eine Digitalkonferenz: Prototypen von Robotern können halbwegs überzeugend Emotionen in Gesichtern zeigen. Drohnen werden immer kleiner und vollführen immer kompliziertere Flugmanöver. Intelligente Fabriken kommen mit immer weniger Mitarbeitern aus.

Die These der beiden Ökonomen hat Eindruck hinterlassen. Bei Joe Schoendorf zum Beispiel. finanziert und berät seit 20 Jahren junge Internet-Unternehmen. In München stellt er laut fest, dass er gar keinen Bankmitarbeiter am Schalter mehr braucht, um an Bargeld zu bekommen - und er überlegt erschrocken, wie lange ein Heer an arbeitslosen Menschen die Techniker noch weitermachen lassen würde.

Beim Weltwirtschaftsforum in Davos rechnet Facebook vor, wie viele Stellen die Facebook-Ökonomie geschaffen hat. Und wenn sich Uber-Chef Travis Kalanick in Europa beliebt machen will, dann malt er den Europäern aus, wie viele neue Stellen für Fahrer der Dienstleister schaffen könnte. Auf der anderen Seite könnten dafür aber einige Taxifahrer-Stellen wegfallen. Und wenn erst mal das selbstfahrende Auto entwickelt ist, geht der Bedarf an Fahrern schnell zurück.

„Es kann sein, dass die Hälfte aller Arbeitsplätze wegfällt“, sagt EU-Internetkommissar Günther Oettinger. „Aber auf der anderen Seite werden genau so viele neue Stellen entstehen.“ Das allerdings bedeutet, dass sich die Gesellschaften umstellen müssen. Leicht wird das nicht.

Die Sorgen sind jetzt auch bei den enthusiastischsten Freunden der Digitalisierung angekommen.

DIE WELT

össz-szószám:5555

össz-karakterszám:34608/40090

<http://www.welt.de/wirtschaft/energie/article147303124/Das-Ende-des-Energie-Monopols-der-grossen-Vier.html>

06.10.2015

Das Ende des Energie-Monopols der "großen Vier"

Eine Expertenkommission stellt das Ende des Strom-Monopols fest: Eine Marktbeherrschung durch RWE & Co. findet nicht mehr statt. Sorgen um den Energiemarkt der Zukunft muss man sich trotzdem machen.

Noch vor vier Jahren galt der deutsche Energiemarkt weithin als ein Reich des Bösen: Ein paar Energieriesen teilten das Kilowattstunden-Geschäft untereinander auf, manipulierten angeblich sogar die Strompreise, unterdrückten jeden gesunden Wettbewerb.

Die Wettbewerbssituation auf dem Strommarkt sei "nach wie vor unbefriedigend", klagte noch im September 2011 die unabhängige "Monopolkommission", ein von der Bundesregierung berufenes Expertengremium: Die Konzerne E.on, RWE, Vattenfall und EnBW verfügten nach Berechnungen der Kommission allein über rund 80 Prozent der Stromerzeugungskapazitäten in Deutschland. Die deutsche Stromwirtschaft: ganz offensichtlich ein mächtiges Oligopol.

Jetzt allerdings hat sich das Bild grundsätzlich gewandelt: Die Monopolkommission hat sich den deutschen Energiemarkt erneut in einem Sondergutachten vorgenommen – und gibt umfassend Entwarnung: Obwohl die einst "große Vier" genannten Konzerne immer noch für 62 Prozent der konventionellen Stromerzeugung stehen, liege "derzeit keine Marktbeherrschung vor". Verschiedene Indexwerte zur Berechnung von Marktmacht seien "unproblematisch" beziehungsweise "unauffällig".

Nur noch 62 Prozent Marktanteil

Mit ihrem Urteil erklären die Wettbewerbshüter unter der Ägide des Bonner Wirtschaftsrechtlers Daniel Zimmer die Epoche der Energieriesen in Deutschland praktisch für beendet. "In den vergangenen Jahren wurden in puncto Wettbewerbsintensität große Fortschritte erzielt", bestätigt der Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) das Ergebnis der Bonner Wissenschaftler.

Der deutsche Strommarkt zeichne sich mittlerweile durch eine "große Akteursvielfalt" aus. "Im Schnitt konkurrieren pro Netzgebiet 80 Stromanbieter und 30 bis 50 Gaslieferanten um die Gunst der Kunden."

Zwar klingen die nominellen Marktanteilswerte noch immer beeindruckend: Da kommt RWE laut Monopolkommission weiterhin auf 21 Prozent, knapp gefolgt von E.on mit 15 Prozent und Vattenfall mit 13 Prozent.

Doch bezieht sich diese Prozentzahl stets nur auf die konventionelle Stromerzeugung – und die ist im Zuge der Energiewende insgesamt deutlich unwichtiger geworden. In Zeiten, da fast alle konventionellen Kraftwerke rote Zahlen schreiben und immer mehr Anlagen zur Abschaltung angemeldet werden, sagt ein Marktanteil von insgesamt 62 Prozent der "großen Vier" nicht mehr viel aus.

Ökolobby findet neues Feindbild

Der Bedeutungsverlust der "großen Vier" spiegelt sich bereits in der Rhetorik von Ökostrom-Lobbyisten wider. So reichte früher ein Hinweis auf die angeblich sinistren "Interessen der Energiekonzerne" stets aus, um den ökologischen Mainstream der Bevölkerung für die eigenen Zwecke zu aktivieren.

Doch weil die bösen Riesen schon aufgrund ihrer zwergenhaften Aktienkurse fast nur noch Mitleid erregen, muss ein neues Feindbild her: So wird inzwischen zur Rechtfertigung und Letztbegründung ökologischer Forderungen nicht mehr das Feindbild der "Energiekonzerne", sondern nunmehr das der "Kohlelobby" beschworen.

Diese semantische Nachjustierung oder Neubewaffnung bedeutet allerdings auch eine Ausweitung der Kampfzone – denn zur Kohlelobby gehören nach dem Verständnis der Umweltgruppen nun auch direkt Arbeitnehmer, Gewerkschaften sowie Landes- und Kommunalpolitiker.

Kommission hält Klimareserve für unnütz

Doch auch nach dem Ende des Energie-Oligopols gibt die Situation auf dem deutschen Strommarkt Anlass zur Sorge. So stoßen etwa die Pläne des Bundeswirtschaftsministeriums für eine Neuordnung des Strommarktes bei der Monopolkommission auf erhebliche Kritik.

Der Vorschlag, für die Versorgungssicherheit eine Kapazitätsreserve einzurichten, sei mit "erheblichen Effizienzrisiken" verbunden, erklärte das Gremium. Die Reserve müsse "an enge Bedingungen" geknüpft, in der Größe beschränkt und nur temporär eingerichtet werden.

Das Wirtschaftsministerium von Ressortchef Sigmar Gabriel (SPD) hatte im September einen Referentenentwurf zum künftigen Strommarkt veröffentlicht. Darin ist eine "Kapazitäts- und Klimareserve" vorgesehen: Zum einen sollen Kraftwerke unabhängig vom Energieträger in Reserve gehalten und aktiviert werden, wenn es kein ausreichendes Stromangebot für die bestehende Nachfrage gibt.

Zugleich sollen separat mehrere Braunkohlekraftwerke in Reserve gehalten und nach vier Jahren ganz stillgelegt werden mit dem Ansinnen, das nationale Klimaschutzziel für 2020 noch zu erreichen. So werde der Ausstoß an Kohlendioxid im deutschen Stromsektor "substanziell verringert", heißt es in dem Entwurf

Die Monopolkommission sieht es allerdings als problematisch an, aus umweltpolitischen Gründen Braunkohlekraftwerke für die Reserve zu nutzen. Dies führe zu hohen Kosten, habe aber "keine Auswirkungen" auf den Gesamtumfang des Ausstoßes an Kohlendioxid, der bereits durch den europäischen Emissionshandel vorgegeben sei.

Kritik an neuer Ökostrom-Förderung

Daneben setzt sich das Gremium kritisch mit dem Plan auseinander, die Förderung der erneuerbaren Energien umzustellen. So soll für die Produktion von Solar- oder Windstrom künftig keine gesetzlich fixierte "Einspeisevergütung" mehr gezahlt werden.

Stattdessen sollen sich Investoren ökologischer Kraftwerke künftig in einem Ausschreibungsverfahren um Fördergelder bewerben. Grundsätzlich werde das System dadurch "wettbewerblicher", findet die Kommission.

Sie lehnt es aber ab, die Ausschreibungen getrennt nach Energieträgern und bei Wind auch unterschieden nach Anlagen auf See und an Land vorzunehmen, wie es das Ministerium vorschlägt. "Technologieneutrale" Ausschreibungen würden demgegenüber "Wettbewerb zwischen Erzeugungstechnologien" entstehen lassen, argumentiert die Monopolkommission. Die Stromerzeugung aus erneuerbaren Energien würde dadurch effizienter, und "einem weiteren Kostenanstieg für die Verbraucher" könne entgegengewirkt werden.

<http://www.welt.de/wirtschaft/article145555678/Energieversorger-wollen-57-Kraftwerke-abschalten.html>

24.08.2015

Energieversorger wollen 57 Kraftwerke abschalten

57 konventionelle Kraftwerke sollen abgeschaltet werden, wie neue Zahlen der Bundesnetzagentur zeigen. Darunter seien auch zahlreiche Großkraftwerke. Grund sei fehlende Rentabilität.

Die Energieversorger wollen nach einem Bericht der "Bild"-Zeitung bundesweit 57 konventionelle Kraftwerke abschalten. Das berichtet das Blatt unter Berufung auf neue Zahlen der Bundesnetzagentur. Das seien neun mehr als noch zu Jahresbeginn. Als Grund nennen die Betreiber die fehlende Rentabilität wegen der Energiewende.

Der Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft (BDEW) ist über die Entwicklung sehr besorgt und warnt vor Problemen für die Versorgungssicherheit. BDEW-Hauptgeschäftsführerin Hildegard Müller sagte der Zeitung, die Lage spitze sich immer weiter zu. "Auch im Kraftwerksneubau droht eine Eiszeit: Jede zweite geplante Anlage steht auf der Kippe."

Unter den Kraftwerken, die abgeschaltet werden sollen, seien demnach auch zahlreiche Großkraftwerke. Darunter Anlagen der Energielieferanten E.on, RWE, EnBW und Vattenfall als auch viele Kraftwerke von regionalen Versorgern wie der Stadtwerke Bremen oder Augsburg oder der Mainova in Frankfurt/Main.

Energiewende kostet Kunden 28 Milliarden Euro

Laut Berechnungen des arbeitgebernahen Instituts der deutschen Wirtschaft (IW) für das "Handelsblatt" belaufen sich die Kosten der Energiewende für die Stromkunden auf 28 Milliarden Euro pro Jahr. Ein Haushalt mit einem Stromverbrauch von 3500 Kilowattstunden zahle somit 270 Euro im Jahr für die Umsetzung der Energiewende, schreibt das "Handelsblatt" in seiner Montagsausgabe.

Die Berechnungen beinhalten demnach neben den Kosten für die Förderung der erneuerbaren Energien auch die durch die Energiewende verursachten Kosten des Netzausbaus. Auch die jüngsten Beschlüsse zur zusätzlichen Förderung der Kraft-Wärme-Kopplung (KWK) und zum Aufbau einer Kapazitätsreserve seien berücksichtigt.

"Die Energiewende ist mit der Annahme gestartet, dass die Energiekosten hierzulande beherrschbar bleiben und international in vergleichbarem Maße ansteigen. Beides hat sich nicht bewahrheitet", kritisierte die Geschäftsführerin des Verbands der Industriellen Energie- und Kraftwirtschaft (VIK), Barbara Minderjahn, der Zeitung angesichts der IW-Zahlen.

Der Präsident des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI), Ulrich Grillo, sagte dem "Handelsblatt": "Die Berechnungen machen klar, mit welchen Kosten die Energiewende wirklich verbunden ist." Unternehmen fürchteten, "dass sie sogar noch weiter steigen".

Auch der Chef der Mittelstands- und Wirtschaftsvereinigung der Union, Carsten Linnemann (CDU), sieht Handlungsbedarf: "Insgesamt muss die Große Koalition noch mal nacharbeiten", sagte er dem "Handelsblatt". Die Folgen der Energiewende entwickelten sich "zu einem bedrohlichen Standortnachteil, der Investoren abschreckt und Arbeitsplätze kostet".

<http://www.welt.de/wirtschaft/article147313759/Volkswagen-hat-einen-neuen-Aufsichtsratschef.html>

07.10.2015

Volkswagen hat einen neuen Aufsichtsratschef

Die Abgas-Affäre war über VW hereingebrochen, als der Konzern keinen wirklichen Chefskontrolleur hatte. Nach Ferdinand Piëchs Abgang im April war da nur ein Interimschef. Nun steht der Nachfolger fest.

Der bisherige Finanzvorstand von Volkswagen, Hans Dieter Pötsch, ist neuer Aufsichtsratschef des Wolfsburger Autokonzerns. Das Kontrollgremium wählte ihn am Mittwoch zum neuen Vorsitzenden, wie Wolfgang Porsche mitteilte. Pötsch folgt auf Ferdinand Piëch, der im April sein Amt niedergelegt hatte. "Vor dem Volkswagenkonzern liegen große Herausforderungen", sagte der neue Chefaufseher im Anschluss an seine Wahl.

Mit Blick auf die Abgasaffäre bei VW sagte Pötsch, es werde noch eine Zeit dauern, bis "sichere und belastbare Ergebnisse vorliegen". Alle Beteiligten seien sich einig, dass es bei VW zu Veränderungen kommen müsse – unter anderem in den Strukturen und Entscheidungsprozessen. Er wolle und werde seinen Beitrag leisten, dass das Vertrauen von Kunden, Öffentlichkeit, Anlegern und Geschäftspartnern in Volkswagen wieder wachsen könne.

Die Wahl von Pötsch zum Aufsichtsratschef war nicht unumstritten. Kritiker hatten bemängelt, dass Pötsch als langjähriger Finanzvorstand nicht der Richtige für einen Neuanfang bei VW nach dem Abgas-Skandal sei.

Seitens des Betriebsrates und des Landes Niedersachsen, das einer der großen Aktionäre der Volkswagen AG ist, hatte es zunächst offenbar Vorbehalte gegenüber Pötsch gegeben. Dem Finanzchef wurden zwar weder Eignung noch Format abgesprochen, doch stand die Frage im Raum, ob Pötsch aufgrund seiner langjährigen Mitgliedschaft im Konzernvorstand und seiner Nähe zu Winterkorn angesichts der Enthüllungen über manipulierte Software der richtige Mann für das Spitzenamt ist.

Aktionärsvertreter hatten Bedenken

Die Bedenken wurden aber überwunden, letztlich einigte sich das einflussreiche Präsidium des Aufsichtsrats, in dem neben Wolfgang Porsche für die Großfamilien das Land Niedersachsen und Betriebsratsmitglieder vertreten sind, einstimmig auf Pötsch.

Aktionärsvertreter hatten daraufhin Bedenken geäußert, dass ein Wechsel vom Vorstand direkt in den Aufsichtsrat der im Regelwerk für gute Unternehmensführung vorgeschriebenen "Abkühlphase" zuwiderlaufe. Diese Regel kann zwar durch ein Votum von mehr als einem Viertel der Eigentümer ausgehebelt werden, doch dann schreibt das deutsche Aktiengesetz eine "Wahl" in das Kontrollgremium vor.

Diese würde normalerweise auf einer Hauptversammlung stattfinden, doch Volkswagen hatte das für November geplante Aktionärstreffen aus naheliegenden Gründen abgesagt. Man brauche erst mehr Klarheit in der Abgasaffäre und Fortschritte bei der Aufklärung, um vor die Aktionäre treten zu können, hieß es.

Pötsch steht kurz vor der Wahl

Pötsch löst damit den Ex-IG-Metall-Chef Berthold Huber ab, der das Amt nach dem Ausscheiden Ferdinand Piëchs interimsmäßig übernommen hatte. Schon Anfang September hatte das Präsidium Pötsch einstimmig als Nachfolger von Ferdinand Piëch an der Spitze des Aufsichtsrates vorgeschlagen – allerdings bevor das ganze Ausmaß der Abgasaffäre bekannt war.

Zuletzt hatten auch kritische Aktionärsvertreter die Wahl Pötschs begrüßt. Die außerordentliche Lage Volkswagens rechtfertige es, dass schnell ein neuer Aufsichtsratschef berufen werde. Volkswagen brauche wieder eine stabile und langfristige Führungsmannschaft.

Mit Pötsch an der Spitze steht diese neue Führungsmannschaft nun. Volkswagen kann sich voll auf die Aufarbeitung der Abgasaffäre konzentrieren. Der bisherige Vorstandsvorsitzende der VW-Finanztochter, Frank Witter, wird neuer Konzernfinanzchef von Volkswagen werden. Witter gilt als echter Fachmann. Nach seiner Ausbildung zum Sparkassenkaufmann absolvierte er ein Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität seiner Geburtsstadt Hannover.

<http://www.welt.de/wirtschaft/article145617936/Hier-enthueellt-Putin-sein-neues-Freund-Feind-Bild.html>

25.08.2015

Hier enthüllt Putin sein neues Freund-Feind-Bild

Russland bittet zur Luft- und Raumfahrtmesse Maks. Ein Blick auf die Ausstellerliste zeigt viel: Einst galt die Messe als Plattform für Russlands Öffnung nach Westen. Heute ist davon kaum etwas übrig.

Und er kam wirklich. Alle Beobachter waren sich einig, dass Wladimir Putin nicht kneifen wird wie im Jahr 2013. Damals hatte Russlands Präsident wohl Sorge um sein Image. Er wollte wohl nicht vor Ort sein, falls auf der größten russischen Luft- und Raumfahrtmesse Maks eine Panne passiert.

Doch in diesem Jahr lässt sich Putin stolz die Kampffjets, Helikopter, Raketen und Luftabwehrsysteme des Landes vor den Toren Moskaus zeigen. Eine Machtdemonstration. Der König von Jordanien, Abdullah II. bin al-Hussein, und der Kronprinz von Abu Dhabi, Scheich Mohamed bin Zayed Al Nahyan, machen ebenfalls einen Rundgang über die Messe. Die Staatsoberhäupter sind eingeladen – auch in der Hoffnung, dass sie Aufträge und Geld mitbringen.

Bei der Maks 2015, die heute eröffnet wird, ist vieles anders als bei den Vorgängerveranstaltungen. Das politische Umfeld, die Sicherheitslage, die Konjunktur und ein neues Freund-Feind-Bild. Es ist die erste Messe seit den Sanktionen des Westens gegen Russland wegen der Krim-Krise. Und es ist die erste Maks, auf der kein Aussteller aus der Ukraine vertreten ist. 2013 waren es noch gut 50. Dabei spielten einst die Ingenieure aus der Ukraine, wie beispielsweise von Antonow oder von Raketenfirmaen, in der Ex-Sowjetunion eine Schlüsselrolle im Wettlauf mit dem Westen.

Russland wendet sich ab vom Westen

Putin steht jetzt vor einem Berg von Problemen und einem Kurswechsel seiner Luft- und Raumfahrtindustrie. Durch den niedrigen Ölpreis fehlen Einnahmen für ambitionierte neue Projekte und die dringend erforderliche Modernisierung. Die Verbindung zu Lieferungen aus der Ukraine ist gestört, und der Westen hat Sanktionen verhängt. Russlands Luftfahrtindustrie, wie etwa der Branchenriese UAC mit 100.000 Beschäftigten, ist weitgehend von Westkrediten abgeschnitten.

Der Hauch des Kalten Krieges liegt über einer Branche, die zuletzt verstärkt den Kontakt in den Westen suchte und jetzt den Kurs ändert. Vor zwei Jahren war die Maks noch eine Plattform für die Öffnung. Es gab fast 300 ausländische Aussteller. Davon ist jetzt nur noch die Hälfte übrig geblieben. Boeing und Airbus sind zwar wieder vertreten, jedoch auf kleinerer Flamme. Airbus schickt für ein paar Tage seinen nagelneuen Großraumflieger A350. Ein Vorstandsbesuch ist nicht geplant.

Das Deutsche Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR) ist auch wieder dabei, aber die neue Chefin Pascale Ehrenfreund reist nicht nach Moskau. An der Ausstellerliste lässt sich ablesen, wie sich für Russland die Kooperationstüren zum Westen schließen und in Richtung China, Mittlerer Osten und Indien weit öffnen. Auch eine Delegation aus dem Iran wird erwartet.

Auf der Suche nach neuen Verbündeten

Ruslan Pukhow, Chef der Moskauer Denkfabrik Cast, räumt ein, dass die Luft- und Raumfahrtbranche seines Landes vor enormen Herausforderungen steht. "Sie steckt in einem Umbruch und muss ihre Ressourcen, Partner und Kunden neu sortieren", sagt er. "Die Messe wird zeigen, wohin die Reise geht." Schon im Frühjahr warnten die Analysten, dass Russland mit seinen gewaltigen Rüstungsplänen bei der Rubel-Abwertung bis 2020 wirtschaftlich überfordert ist. Programme müssten verschoben oder gestreckt werden.

Russland liegt nach den USA und China weltweit auf Platz drei der Rüstungsausgaben. Sie stiegen 2014 um acht Prozent auf umgerechnet rund 80 Milliarden Euro. Die Militärausgaben verschlingen immer mehr Geld des Haushalts. Moskau ist durch die Westsanktionen daher auf der Suche nach neuen Verbündeten und auf einen Schub bei Exporten angewiesen, um Geld in die Kasse zu bekommen.

Das fördert Spekulationen. Erstmals wird auf der Mags der neue russische Kampfhubschrauber Ka-52K gezeigt. Er wurde zur Stationierung auf dem Hubschrauberträger Mistral konzipiert. Die Mistral-Schiffe – in Frankreich gebaut – werden aber nicht mehr nach Russland ausgeliefert.

Freund oder Feind? Taktieren wie im Kalten Krieg

Alexei Khlebnikow, ein Experte für Rüstungsexporte in den Mittleren Osten, kann sich vorstellen, dass Saudi-Arabien, das bislang für Milliarden Rüstungsgüter in den USA einkaufte, den russischen Kampfhelikopter kaufen könnte. Und zudem Frankreich die Mistral-Schiffe abnimmt.

Auf dem Einkaufszettel der Saudis steht angeblich auch die modernste Variante des taktischen russischen Luftabwehrsystem Iskander. Vereinfacht ausgedrückt das Patriot-System Russlands. Die Saudis haben bestätigt, dass sie daran Interesse haben. Doch gibt es auch Zweifel, weil die USA über die Saudis Einblick in die Russentechnik bekommen könnten.

Zu den Stars der Messe vom 25. bis 30. August zählt wieder der Tarnkappen-Kampffjet Sukhoi T-50 aus der PAK-FA-Modellfamilie, das Gegenstück zum leistungsstärksten US-Kampffjet F-22. Das T-50-Modell wurde bereits 2011 und 2013 gezeigt. Die russische Luftwaffe soll ab 2017 den Kampffjet erhalten. Im Modell präsentiert wird auch das Jagdflugzeug MiG 1.44. Es könnte als leichtes Kampfmodell womöglich ins Ausland verkauft werden. Erstmals gezeigt wird die Kampf- und Aufklärungsdrohne Chirok, die wahlweise auch bemannt fliegen kann.

Amerikanische Raumfahrt ist abhängig von Russland

Wohl vergeblich werden die Besucher ein Modell des geheimen neuen Langstrecken-Tarnkappenbombers PAK DA von Tupolew suchen. Wie es heißt, wollen die Russen wie die Amerikaner einen neuen Langstreckenbomber entwickeln. Er soll 2025 im Einsatz sein, um jahrzehntealte Bomber abzulösen.

Die seit jeher von Militärmodellen geprägte Messe wird nach Ansicht von Russlandkennern die zwei Gesichter der Luftfahrtbranche des Landes zeigen. Auf der einen Seite gibt es viel Stolz – und auf der anderen Seite Abhängigkeiten, Überalterung, Unproduktivität und Qualitätsmängel.

Zum Ruhm der Branche zählt, dass seit vier Jahren kein Astronaut ohne Russenrakete zur "ISS" kommt, seitdem die Amerikaner ihre Spaceshuttle eingemottet haben. Die Amerikaner brauchen zudem noch Russentriebwerke für ihre Atlas-Rakete, um große Militärsatelliten ins All zu wuchten. Aktuell kann die "ISS" nur mit russischen und japanischen unbemannten Kapseln mit Nachschub versorgt werden. Im Juni war eine US-Rakete vom privaten Betreiber SpaceX kurz nach dem Start explodiert, und die Sicherheitsbehörden verhängten eine Zwangspause.

Serie von Fehlstarts, Abstürzen und Zwischenfällen

Es gibt aber auch eine düstere Seite. In der Passagierluftfahrt, bei großen Flugzeugen, spielt Russland auf dem Weltmarkt keine Rolle mehr. Amerika mit Boeing und Europa mit Airbus dominieren. Bei den Versuchen Moskaus, mit kleineren Modellen wieder Anschluss zu finden, ist der Oststaat auf Westtechnik angewiesen. Im Flugzeug Superjet-100 oder dem künftigen Modell MC-21 steckt Westtechnik in Hülle und Fülle. Von den früheren Pläne Moskaus, ihren zu knapp 90 Prozent von Militärs abhängigen Flugzeugbau ziviler auszurichten, ist nichts mehr zu hören.

In der Raumfahrt hat Russland zudem seinen Nimbus als superzuverlässiger Transporteur in den Weltraum bei manchen Raketen verloren. Seit 2008 gab es beispielsweise sieben

Fehlstarts der leistungsstarken Proton. Bei Militärflugzeugen kam es im Sommer zu einer Kette von Abstürzen und Zwischenfällen. Allein im Juli ging ein halbes Dutzend Modelle verloren. Mal versagten Triebwerke, mal der Bremsschirm.

Darüber wird Putin auf der Maks vermutlich nicht gerne reden. Ihm sind sicher Berichte lieber, wie sie Anfang August erschienen. Danach haben von indischen Piloten geflogene russische Kampffjets vom Typ Sukhoi 30MKI in einem Training für Luftkämpfe von Briten geflogene Eurofighter angeblich haushoch geschlagen – mit 12:0. Kaum waren die Berichte publik, wurde von Indiens Luftwaffe und der westlichen Seite heftig dementiert und relativiert. Das Manöver habe keiner echten Kampfsituation entsprochen. Auch der Eurofighter habe hervorragend abgeschnitten, hieß es. Russland freute sich dennoch.

<http://www.welt.de/finanzen/geldanlage/article145458037/Was-hinter-dem-ploetzlichen-Absturz-der-Weltboersen-steckt.html>
20.08.2015

Was hinter dem plötzlichen Absturz der Weltbörsen steckt

An den Aktienmärkten beschleunigt sich der Ausverkauf. Auch der Dax kommt nicht ungeschoren davon. Die Börsen nähern sich gefährlich einem Punkt, an dem die Verluste sich verselbstständigen könnten.

Mitten in der Ferienzeit glühen vielen Vermögensverwaltern und Investmentbanken plötzlich die Telefone. "Wie ernst ist es?" lautet die Frage, die den Finanzprofis tausendfach gestellt wird. Mit "es" meinen die besorgten Anrufer die um sich greifenden Kursverluste an den Aktienbörsen.

Was vor ein paar Wochen noch ein chinesisches Problem zu sein schien, hat inzwischen fast die ganze Welt erfasst. Minuszeichen längst nicht mehr nur an den Schwellenländerbörsen und an den Rohstoffmärkten, sondern auch bei uns in Europa. Die Börsen nähern sich dem Punkt, wo die Verluste sich verselbstständigen könnten.

Am Donnerstag verzeichnet der Deutsche Leitindex Dax einen weiteren Tagesverlust von am Ende 2,3 Prozent. Auch die Börsen in Paris und Mailand schlossen im Minus. Abwärts ging es auch in Asien und in den USA.

Ertrag eines Börsenjahres vernichtet

"Die Abschlüge kennen gerade kein Halten. Schon jetzt ist dieser August für die deutsche Börse der schlechteste Monat seit Mai 2012", sagt Jens Klatt, Stratege beim Researchhaus DailyFX.

Das deutsche Börsenbarometer hat allein in den vergangenen fünf Handelstagen 500 Punkte verloren. Im Vergleich zum Monatsbeginn beträgt das Minus mehr als 1000 Punkte. Rechnerisch wurde damit der Ertrag eines durchschnittlichen Börsenjahres ausradiert.

Der Goldpreis schoss hingegen nach oben und notierte bei 1150 Dollar je Unze (31,1 Gramm) auf dem höchsten Stand seit einem Monat. Gefragt waren auch deutsche Bundesanleihen, die als sicherer Hafen in stürmischen Zeiten gelten. Die Rendite der zehnjährigen Anleihe sank auf 0,58 Prozent. "Vielen wird gerade jetzt klar, dass es mit der Weltlage keineswegs zum Besten steht", sagt Joachim Paul Schäfer, Portfolioverwalter bei der Vermögensverwaltung PSM.

Billiges Geld und die Hoffnung auf ein robustes globales Wachstum hatten dieses Jahr vor allem deutsche und europäische Aktienkurse steigen lassen. Im April markierte der Dax bei 12.375 Punkten ein neues Rekordhoch. Aktien deutscher Unternehmen wurden damals selbst

zu hohen Preisen gekauft, in der Hoffnung, dass ihre starke Geschäftsposition in China und anderen Schwellenländern die Gewinne weiter sprudeln lassen würden.

China wackelt

Doch die chinesische Erfolgsgeschichte ist keine mehr. "Das Wachstum im Reich der Mitte war künstlich aufgebläht. Es war klar, dass eines Tages das böse Erwachen kommen musste", sagt Schäfer.

Erste größere Erschütterungen löste der Crash an den überhitzten chinesischen Aktienmärkten aus. Nach einer monatelangen Rallye begannen die Kurse in Schanghai und Shenzhen Mitte Juni zu bröckeln. Die Bemühungen der Regierung, die Verluste zu begrenzen, verfielen nur begrenzt. Inzwischen hat sich fast ein Drittel der dortigen Marktkapitalisierung in Luft aufgelöst – in etwas mehr als zwei Monaten.

Unterdessen wird mehr und mehr klar, dass die Probleme der Volksrepublik keineswegs nur auf den Finanzsektor beschränkt sind. Die US-Großbank Citi hat gerade ihre Wachstumsprognose für das Land für 2016 von 6,7 auf 6,3 Prozent reduziert. Das klingt immer noch imposant, jedoch erkennen die Experten immer mehr, dass das Turbo-Wachstum in der Volksrepublik durch viel heißes Geld angetrieben wurde.

Krise auch in Russland und Brasilien

Und auch die anderen großen Schwellenländer stecken in der Krise. In Russland rechnet inzwischen sogar die eigene Zentralbank mit einem Einbruch der Wirtschaftsleistung von annähernd fünf Prozent, und der einstige Hoffnungsträger Brasilien offenbart sich mehr und mehr als "kranker Mann" der Weltwirtschaft.

Politisches Missmanagement und ein Vertrauensverlust der Bevölkerung bescheren der größten Ökonomie Lateinamerikas eine Kapitalflucht: Seit Jahresanfang hat sich die Landeswährung Real zum Dollar um 24 Prozent verbilligt. Die Inflation ist auf zehn Prozent hochgeschwungen. Der Unmut treibt Hunderttausende auf die Straße.

Das Analysehaus Pierpont hat ausgerechnet, dass Chinas Ausfuhren nach Brasilien auf Jahressicht um 18 Prozent eingebrochen sind, die Ausfuhren nach Russland um 35 Prozent. Der Russische Rubel, der sich kurze Zeit gegen seinen Abwärtstrend aufbäumte, hat inzwischen wieder deutlich an Wert im Vergleich zum Dollar eingebüßt.

Risiken für Exportnation Deutschland

All das lastet schwer auf dem deutschen Aktienmarkt, der weitaus exportorientierter ist als zum Beispiel der amerikanische Dow Jones. Während der Dax bereits 16 Prozent von seinem Hoch eingebüßt hat, sind es in New York weniger als sechs Prozent.

Optimisten verweisen darauf, dass der August traditionell zu den schwächeren Börsenmonaten zählt. Anleger sollten die Verluste also nicht überbewerten. Vielmehr könnten langfristig orientierte Anleger die Korrektur nutzen, um solide deutsche Dividendenwerte günstig einzukaufen, raten sie.

Auch Schäfer glaubt nicht, dass der jetzige Fall des Börsenbarometers schon "der große Crash" ist. Seiner Einschätzung nach wird die US-Notenbank Federal Reserve ihre angekündigte erste Zinsanhebung seit 2007 verschieben und so die Märkte beruhigen.

Andere Beobachter verweisen darauf, dass die Gewinnentwicklung der europäischen Firmen zuletzt nach oben zeigte. Die Konjunktur scheint sich zu stabilisieren. Sogar Griechenland meldete überraschend gute Wachstumswerte. So könne ausgerechnet die Euro-Zone Deutschlands Firmen aus der Patsche helfen. Denn dorthin geht das Gros der Exporte.

DailyFX-Stratege Klatt blickt dagegen sorgenvoll in die Zukunft. Der kritische Börsenmonat September stehe erst noch bevor, merkt er an. "Wenn sich die Situation in China also nicht

schleunigst beruhigt, könnte den Marktteilnehmern ein ziemlich heißer Spät-Sommer bevorstehen", sagt er. Und schon klingelt wieder sein Telefon.

<http://www.welt.de/finanzen/verbraucher/article147321666/Paket-beim-Nachbarn-Das-sind-Ihre-Rechte.html>

07.10.2015 2

Paket beim Nachbarn? Das sind Ihre Rechte

Kennen Sie das auch? Auf der Suche nach einem Paket klingelt man sich durchs halbe Haus. **Im** schlimmsten **Fall** ist der Nachbar im Urlaub – und man wartet wochenlang. Aber ist das überhaupt rechtens?

Eigentlich sollte das Paket mit den neuen Stiefeln heute ankommen. Doch stattdessen ist nur ein Zettel im Briefkasten: Das Paket ist nicht etwa in der Filiale gelandet oder in einem Paketkasten – sondern beim Nachbarn. Ist das überhaupt erlaubt? Das sind die wichtigsten Fragen und Antworten zum Thema

Darf der Zusteller das Paket einfach beim Nachbarn abgeben?

Die meisten Paketdienste behalten sich in ihren AGB vor, das Paket beim Nachbarn abgeben zu dürfen, wenn sie den Empfänger nicht antreffen. "Nachbar" kann allerdings ein **weit gefasster Begriff** sein.

"Es gibt keine gesetzliche Einschränkung, wie weit der Nachbar entfernt wohnen darf", sagt Iwona Husemann von der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen. Manchmal landet das Paket dann etwa in einem Laden in der Nähe. Teilweise können Verbraucher mit einer Vorausverfügung bestimmen, was mit dem Paket passiert, wenn es nicht zustellbar ist.

Was ist, wenn das Paket weg ist?

Bis zur Ablieferung des Pakets ist das Transportunternehmen verantwortlich. Der Verbraucher muss erst für die Ware zahlen, wenn er sie erhalten hat.

Geld nach Erhalt Zahlungsfrist

Verbraucher müssen eine Lieferung erst bezahlen, wenn sie das Paket tatsächlich erhalten haben. Ist es beim Nachbarn oder in einem Laden in der Nähe gelandet, läuft die Zahlungsfrist noch nicht, erklärt die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen.

Widerrufsfrist

Gleiches gilt auch für die Frist für das Widerrufsrecht: Sie läuft erst ab dem Moment, in dem der Empfänger seine Bestellung in den Händen hält. *dpa*

"Verschwindet das Paket also beim Nachbarn, muss der Empfänger nicht zahlen", erklärt Husemann. Der Versender muss sich dann an den Transporteur wenden und klären, wo das Paket geblieben ist. Eventuell muss der dann Kontakt zum Nachbarn aufnehmen.

Was ist, wenn der Nachbar im Urlaub ist?

Auch hier gilt: Der Verbraucher muss **den Preis** für die Bestellung erst **entrichten**, wenn er das Paket erhalten hat. Auch die Frist für das Widerrufsrecht beginnt erst dann zu laufen, wenn der Empfänger die Ware in den Händen hält. Oftmals geht aber vom Versender automatisiert die Rechnung an den Empfänger, sobald der Transporteur das Paket abgegeben hat – egal wo.

"Den Versendern muss man hier zugutehalten, dass sie meist gar nicht wissen, dass das Paket nicht beim tatsächlichen Empfänger gelandet ist", sagt Husemann. Sie rät Verbrauchern, sich dann an den Versender zu wenden. Auch der Nachbar sollte bestätigen, dass er über einen gewissen Zeitraum nicht anwesend war – und das Paket daher später beim Empfänger eintraf.

Was, wenn der Empfänger zu Hause war, der Paketbote das Paket aber trotzdem woanders hinterlegt hat?

"Ärgerlich ist das immer", findet Husemann. Schwierig ist allerdings, zu beweisen, dass man tatsächlich die ganze Zeit über in der Wohnung war – und nicht mal eben kurz beim Bäcker, als der Paketbote klingelte. Sie rät, sich zu beschweren und eine erneute Zulieferung zu fordern.

<http://www.welt.de/finanzen/verbraucher/article147189999/Auf-Ebay-schaut-das-Finanzamt-ganz-genau-hin.html>

04.10.2015.

Auf Ebay schaut das Finanzamt ganz genau hin

Wer im Internet, etwa auf Ebay, gebrauchte Dinge verkauft, sollte genau darauf achten, dass er nicht unternehmerisch tätig wird. Sonst greift das Finanzamt ganz schnell über die Umsatzsteuer zu.

Die Bücherregale sind voll, der Kleiderschrank auch. Und in den Keller mag man eigentlich auch schon lange nicht mehr gehen. Bleibt noch spenden, wegwerfen – oder verkaufen. Wer sich jedoch letzteres vorgenommen hat, der sollte sich die jüngste Rechtsprechung des Bundesfinanzhofs (BFH) genau anschauen.

Denn der hat jetzt einem Finanzamt den Rücken gestärkt, das Umsatzsteuer für Verkäufe verlangte, weil es den Online-Handel zur unternehmerischen Tätigkeit ausarten sah (Az.: XI R 43/13). Im konkreten Fall verkaufte eine Frau die Pelzmantelsammlung aus dem Erbe ihrer verstorbenen Schwiegermutter. Sie bot 140 Pelzmäntel für insgesamt rund 90.000 Euro auf Ebay an.

Zu viele Marken, zu viele Größen

Das Finanzamt verlangte von der Frau Umsatzsteuer. Daraufhin klagte sie. Begründung: Der Verkauf einer privaten Sammlung sei keine unternehmerische Tätigkeit.

Das sahen jedoch sowohl die Finanzbeamten als auch die Richter des BFH anders. Aus ihrer Sicht verkaufe die Frau nicht ihre eigene Sammlung, sondern fremde Pelzmäntel. Außerdem handele es sich bei diesen Mänteln nicht um Sammlerstücke, sondern um Gebrauchsgegenstände.

Denn aufgrund der unterschiedlichen Pelzarten, -marken und Konfektionsgrößen sei nicht ersichtlich, welches Sammelthema im konkreten Fall verfolgt worden sei. Daraufhin musste die Frau Umsatzsteuer zahlen.

Entscheidende Kriterien für eine unternehmerische Tätigkeit sind, inwieweit der Verkauf planmäßig und mit erheblichem Organisationsaufwand verbunden ist.

<http://www.welt.de/finanzen/versicherungen/article145496209/Mit-diesen-Versicherungen-koennen-Paare-sparen.html>

22.08.2015

Mit diesen Versicherungen können Paare sparen

Wer heiratet, hat finanzielle Vorteile. Viele Versicherer aber haben auch Modelle für unverheiratete Paare: Bestimmte Verträge decken den Partner mit ab. Ganz gleich, ob mit oder ohne Eheurkunde.

Es ist noch nicht lange her. Noch bis in die 70er-Jahre hinein musste, wer ohne Trauschein unter einem Dach lebte, froh sein, wenn er nicht wegen unsittlichen Verhaltens und Kuppelei

angezeigt wurde. Heute lebt selbst der Bundespräsident unverheiratet mit seiner Lebensgefährtin zusammen – die **wilde Ehe** ist gesellschaftliche Normalität.

Das sieht auch die Versicherungswirtschaft in vielen Fällen so: Zieht ein Paar zusammen, kann es auch ohne Trauschein von speziellen Partner-Tarifen profitieren. Viele Versicherungen, wie zum Beispiel die Hausrat- und die Haftpflichtversicherung, gelten einfach für den gesamten Haushalt – einschließlich Partner.

"Für in einem Haushalt lebende Paare genügt eine Police, daher kann der Beitrag für eine zweite Police entfallen", erklärt Peter Schneider, Geschäftsführer des Analysehauses Morgen & Morgen. Eine Ausnahme: "Der verbleibende Tarif darf allerdings kein sogenannter Single-Tarif sein." Ein Standardtarif, der für den Haushalt gilt, kostet **in der Regel** wenig mehr als ein vergleichbarer Single-Tarif – ist aber deutlich günstiger als zwei separate Policen.

Bei Hausrat und Rechtsschutz sparen mit Paar-Prinzip

Bei der Hausratversicherung **liegen** die Gründe für eine gemeinsame Police **auf der Hand**: Zieht ein Paar zusammen in einen Haushalt, nutzt es schließlich auch die Einrichtung gemeinsam. Da liegt es nahe, Möbel und Geräte mit einer gemeinsamen Hausratversicherung zu versichern. Teure Haushaltsgeräte wie Kühlschrank und Fernseher gibt es in einem gemeinsamen Haushalt **in der Regel** nur einmal.

Um aus zwei Policen eine zu machen, genügt ein Anruf beim Versicherer. Dabei **gilt** die **Grundregel**: Die Versicherungspolice, die zuletzt abgeschlossen wurde, wird ausgesetzt. Die ältere gilt **von nun an** für den gemeinsamen Haushalt.

Nur wenige Paare denken dagegen beim Zusammenziehen auch gleich an eine gemeinsame Privat-Haftpflichtversicherung – obwohl diese ein ähnliches Spar**potenzial bietet**. Auch hier gilt: Die Beiträge für eine Standard-Police, die den Partner mit abdeckt, sind **in der Regel** nur ein bis zwei Euro monatlich teurer als die für eine Single-Police. Auch hier ist das Sparen einfach: Ein Partner muss lediglich seinen Versicherer darüber informieren, dass er in Zukunft die Versicherung seines Partners mitbenutzt.

Das gleiche Prinzip gilt für eine Rechtsschutzversicherung. Auch hier ist der Lebenspartner, ob verheiratet oder nicht, ohne Zusatzbeitrag eingeschlossen.

Unfall-, Kranken- und Lebensversicherung sind solitär

Das Paar-Prinzip funktioniert allerdings nicht überall. Eine Unfallversicherung zum Beispiel müssen beide Partner **in der Regel** einzeln abschließen. Sie **übernimmt** die langfristigen **Kosten** eines Unfalls, etwa durch bleibende Gesundheitsschäden.

Es gibt zwar Familienversicherungen, und die meisten Versicherer bieten diese auch für eheähnliche Lebensgemeinschaften ohne Trauschein an. Damit können Paare, je nach Versicherer, jedoch maximal zwei bis drei Euro im Monat sparen. Um sich **für den Fall der Fälle** abzusichern, ist es hier am einfachsten, wenn jeder Partner sich einzeln versichert. Die Anbieter **berechnen** die monatliche Beitrags**summe** und die Schadenssummen nach Alter, Gehalt und Berufsgruppe. Deshalb wird von Versicherern meist zu getrennten Verträgen geraten.

Außerdem müssen sich unverheiratete Paare gegenseitig das sogenannte "Bezugs**recht**" **einräumen**. Die Partner vermerken also ausdrücklich beim Versicherer, wer im Todesfall das Geld ausgezahlt bekommen soll. Tun sie das nicht, dann geht die Auszahlung im Todesfall an die gesetzlichen Erben.

Achtung: Bezugsrecht bei Lebensversicherungen

Risikolebensversicherungen lassen sich gar nicht zusammenlegen. Selbst nach einer Hochzeit laufen diese getrennt voneinander weiter. Ein Grund: Auch hier müssen die Partner sich gegenseitig das **Bezugsrecht einräumen**. Egal, ob verheiratet oder nicht: Das Bezugsrecht

sollte man immer aktuell halten. Jüngst stellte sich der Bundesgerichtshof beim Kampf um die Lebenspolice eines verstorbenen Mannes klar auf die Seite der Ex-Frau. Seine aktuelle Ehegattin ging leer aus (Az.: IV ZR 437/14).

Die höchsten deutschen Richter wiesen die Klage einer Witwe im Streit über die betriebliche Kapital-Lebensversicherung ihres verstorbenen Mannes ab. Sie wollte sich dagegen wehren, dass der Versicherer nach dem Tod ihres Mannes 2012 rund 34.500 Euro nicht an sie, sondern die Ex-Frau des Toten ausgezahlt hatte.

Den Vertrag hatte ihr Mann noch vor seiner ersten Ehe geschlossen. 1997 erklärte der Mann aber, dass im Falle seines Todes seine verwitwete Ehefrau das Geld bekommen solle. Ein konkreter Name wurde nicht eingetragen, zu dem Zeitpunkt war er aber in erster Ehe verheiratet. Als er nach seiner Scheidung 2002 wieder heiratete, telefonierte er mit der Versicherung. Er wollte sichergehen, dass nun seine neue Frau bei seinem Tod als "verwitwete Ehefrau" das Geld bekommt. Doch das reichte nicht aus, entschied der BGH und wies die Klage der Frau ab. Nur eine schriftliche Änderung des Vertrages hätte das einmal vereinbarte Bezugsrecht geändert.

<http://www.welt.de/finanzen/verbraucher/article147162615/So-trotzen-Sie-den-Psychotricks-Ihres-Stromanbieters.html>

07.10.2015 3

So trotzen Sie den Psychotricks Ihres Stromanbieters

Die Deutschen sind bekannt für ihre Sparwut. Nur beim Strompreis akzeptieren sie unnötig hohe Preise. Das liegt auch an den schlaun Psychotricks der Versorger. Dagegen helfen nur zwei Maßnahmen.

Montagabend, um 21.24 Uhr, gibt es Post. Endlich. Eine E-Mail von Meisterstrom, mit der Betreffzeile "Aktuelles zu Ihrem Stromliefervertrag". Das kann ja nur eines bedeuten. Die Zeitenwende bei den Energiepreisen kommt beim Verbraucher an. Die Strompreise werden erstmals seit vielen Jahren sinken – so die sichere Erwartung.

Tatsächlich will der Anbieter "über Neuerungen informieren, die sich zum Teil aus Änderungen der bestehenden Regulierungen im Energiesektor für unsere Gewerbekunden und Verbraucher ergeben." Auf zehn ausgedruckten Seiten ist von verbesserter Servicequalität, mehr Mitarbeitern im Kundencenter und günstigen Strompreisen die Rede. Doch am Ende bleibt eine Zahl: 29,98 – so viel Cent soll die Kilowattstunde ab 1. November kosten.

Meisterstrom kündigt eine verklausulierte Preiserhöhung an.

Dieser Tage werden Millionen Bundesbürger von ihrem Versorger enttäuscht. Entweder lässt ihr Anbieter nichts von sich hören, oder er serviert den Kunden eine Preiserhöhung. Das verwundert Experten und verärgert Verbraucher. Denn lange war das Umfeld nicht mehr günstig für Preissenkungen wie jetzt. Die Rohstoffpreise für Öl, Kohle und Gas purzeln. Auch deshalb müssen die Versorger beim Einkauf von Strom so wenig zahlen wie seit gut zehn Jahren nicht. Dazu kommt: Die staatlich auferlegten Kosten aus der Förderung erneuerbarer Energien sind erstmals seit Einführung 2003 gesunken. Die so genannte EEG-Umlage war in den vergangenen Jahren das meist benutzte Argument für steigende Preise.

Doch für Millionen deutscher Haushalte ist der Strom nicht billiger geworden. Im Gegenteil: Beispiele wie Meisterstrom offenbaren, dass viele Anbieter ihren Kunden sogar noch mehr Geld abknöpfen.

Träge Verbraucher

Die Verbraucher sind zum Großteil mit verantwortlich für die Misere. Auf der einen Seite sind sie träge. Und die wenigen, die doch gewechselt haben, fallen regelmäßig auf die Tricks der Strom-Discounter herein. 15 Jahre nach der Liberalisierung des Strommarktes wird offenbar, dass er sich – anders als etwa der Telekom-Sektor – nicht zum Vorteil des Verbrauchers entwickelt hat. Der Preis ist allein zwischen 2004 und 2014 um 60 Prozent gestiegen. Doch wer die Tricks kennt, kann das Spiel gewinnen. Es gibt nämlich Strategien, mit denen günstiger Strom doch Wirklichkeit wird.

Während Deutschland als Nation der Discounter gilt und die Bundesbürger für Sparsamkeit und Schnäppcheneifer bekannt sind, waren Ende 2014 knapp 80 Prozent der Bürger noch immer bei ihrem Heimatversorger. Lediglich jeder Fünfte hatte von der Möglichkeit des Anbieterwechsels Gebrauch gemacht. Dabei haben Verbraucher an ihrem Wohnort die Wahl zwischen durchschnittlich 152 Anbietern – doch 151 davon werden ignoriert.

"Viele Verbraucher fühlen sich durch einen Wechsel überfordert", sagt Roland Pause von der Verbraucherzentrale Sachsen. Sie würden noch immer denken, es könne etwas schief laufen und die Wohnung am Ende dunkel bleiben. Andere scheuen den vermeintlichen bürokratischen Aufwand.

WirtschaftsWoche

össz-szócím: 3399

össz-karakterszám: 21030/24371

<http://www.wiwo.de/finanzen/geldanlage/anlegen-wie-buffett-wie-sie-gute-aktien-guenstig-kaufen/9445766.html>

17.02.2014

von Jürgen Büttner

Anlegen wie Buffett Wie Sie gute Aktien günstig kaufen

Börsenidol Warren Buffett kauft gerne idiotensichere Aktien - Papiere von wundervollen Unternehmen zu einem fairen Preis. Wie Anleger solche Qualitätswerte aufspüren.

Wenn Warren Buffett spricht, hören Anleger genau hin: „Es ist viel besser, ein wundervolles Unternehmen zu einem fairen Preis zu kaufen als ein durchschnittliches Unternehmen zu einem wunderbaren Preis“, lehrt der Chef der Beteiligungsholding Berkshire Hathaway.

Auf den Altmeister berufen sich die Analysten der Großbank Credit Suisse. Sie setzen, wenn sie Aktien beurteilen, stark auf den Cash Flow Return on Investment (CFROI). Diese Renditekennzahl misst inflationsbereinigt die Fähigkeit von Unternehmen, Cash-Flow zu erzeugen. Der Cash-Flow bildet die gesamten Bareinnahmen eines Unternehmens ab, nach Abzug aller Kosten und Investitionen.

Vereinfacht zeigt der Cash Flow Return on Investment, wie viel Gewinn, gemessen am investierten Kapital, in einem Jahr erzielt wurde. Gesellschaften mit einem hohen CFROI über viele Jahre sind oft Qualitätsunternehmen. Laut Credit Suisse weisen Unternehmen aus wenig konjunkturabhängigen Branchen wie Pharma oder Nahrungsmittel oft eine nachhaltigere Profitabilität auf als die Zykliker aus dem Maschinenbau, der Chemie oder der Autobranche.

Für Industrieunternehmen und Dienstleister ergibt sich bei der langfristigen Messung im weltweiten Vergleich ein CFROI von im Schnitt rund sechs Prozent pro Jahr. Das heißt, gemessen an dem um Inflationseffekte bereinigten eingesetzten Kapital, wird jährlich ein Geldzufluss von sechs Prozent generiert. Wer mehr schafft, ist laut Credit Suisse ein

Werterzeuger, wer darunter liegt, ein Wertvernichter – er holt nach Inflation nicht mehr herein, als er anderswo für sein Kapital an Zinsen bekommen würde.

Ein Unternehmen, das mehr als die eigenen Kapitalkosten erwirtschaftet, schafft Mehrwert für Aktionäre. Theoretisch sollte **die Aktie** dann über dem Buchwert (dem Wert aller Anlagen, Immobilien und Patente, der Aktionären nach Abzug aller Schulden zustünde) **gehandelt** werden. Für Unternehmen, die Kapital vernichten, sollten Anleger dagegen weniger als den Buchwert bezahlen.

Die Credit-Suisse-Analysten Bryant Matthews und David Holland haben beobachtet, dass zwischen Wertschaffern und -vernichtern wenig Bewegung herrscht: Gute Unternehmen bleiben gut, schlechte bleiben schlecht. Wechseln bei anderen Unternehmen zuvor erfolgreiche Manager zu einem Wertvernichter, gelingt ihnen eine Wende eher selten. Laut Holland **kommt** hier wieder Buffett **ins Spiel**, der einmal sagte: „Fängt ein Managementteam mit erstklassigem Ruf bei einem Unternehmen mit schlechtem Ruf an, bleibt meist nur der Ruf der Gesellschaft intakt.“

Unternehmen mit nachhaltigem Wettbewerbsvorteil

Gut geführte Unternehmen nutzen den Cash Flow Return on Investment als Steuerungsinstrument. Beim Schweizer Pharmakonzern **Novartis** etwa hat Finanzvorstand Harry Kirsch allen Konzerndivisionen vorgegeben, den CFROI in den nächsten fünf Jahren zu steigern. Auch Fondsmanager orientieren sich an der Größe. „Viele sind Value-Investoren, die ähnlich wie Buffett sehr auf eine hohe Qualität der Unternehmen achten“, sagt Holland. „Der CFROI hilft uns, Gesellschaften mit unterschiedlichen Verschuldungsgraden über Branchen und Länder hinweg zu vergleichen“, sagt Louis Florentin Lee, Portfoliomanager bei Lazard Asset Management.

Für Anleger zahlt sich das aus: **Laut Berechnungen** der Credit Suisse haben Unternehmen mit einem niedrigen CFROI Anlegern über einen Zeitraum von 20 Jahren ein durchschnittliches Kursplus von 4,5 Prozent gebracht. Solche mit einem hohen CFROI kamen dagegen auf einen Wertzuwachs von 10,9 Prozent pro Jahr – brachten also 6,4 Prozentpunkte mehr, bei geringeren Kursschwankungen. „Die Strategie, gute Unternehmen zu einem fairen Preis zu kaufen, ist empirisch fundiert“, so Credit-Suisse-Analyst Holland.

Er rät dazu, **auf Unternehmen** zu **setzen**, die einen nachhaltigen Wettbewerbsvorteil haben und vergleichsweise günstig sind. Einen entscheidenden Rendite-Kick gibt dann noch der sogenannte Momentum-Ansatz. Hier werden Aktien mit relativer Stärke favorisiert – letztlich Papiere, die besser gelaufen sind als der Gesamtmarkt, die vielleicht auch **den Rekordhoch geknackt** haben. Die allerbesten Ergebnisse bringt eine Strategie, die günstige Qualitätsunternehmen mit Kursstärke kombiniert.

Bestückt mit diesem Wissen, jagt ein Team der Credit Suisse regelmäßig gut 20.000 Unternehmen aus mehr als 60 Ländern durch seine Rechner. Aktuell weist dieses System unter den Qualitätsaktien mit attraktiver Bewertung und relativer Stärke als Unternehmen mit dem höchsten CFROI die britische Vermögensverwaltungsgesellschaft Aberdeen Asset Management aus. Deren CFROI beträgt 65,8 Prozent – zehnmal so viel, wie der weltweite Durchschnitt.

Auf Platz zwei liegt mit 62,4 Prozent FleetCor Technologies. Das US-Unternehmen bietet Karten an, mit denen Mitarbeiter von Unternehmen etwa Benzin oder Hotels bezahlen. Rang drei belegt der weltgrößte Vermögensverwalter Blackrock.

Populär unter Fondsmanagern ist laut Holland eine Systemabfrage, die nach den 40 Prozent der qualitativ besten Unternehmen sucht, nach den 40 Prozent mit der attraktivsten Bewertung und den 40 Prozent mit dem höchsten Momentum. Zu den Klassenbesten dieser Liste in

Europa zählen Autozulieferer Continental sowie Allianz und Münchener Rück. An dem Rückversicherer ist – Überraschung! – Buffett mit 11,2 Prozent beteiligt.

Derartige Qualitätswerte zu kaufen lohnt sich für Anleger meist mehr, als bei schlecht geführten Unternehmen auf einen Turn-around zu setzen. Buffett hat das schon früh erkannt: „Ich versuche Aktien von **Unternehmen** zu kaufen, die so wunderbar sind, dass sogar ein Idiot sie **führen** kann. Denn früher oder später wird genau so jemand das tun.“

<http://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/verkehrsbetriebe-warnen-eeeg-reform-macht-bus-und-bahn-teurer/9487942.html>

15. Februar 2014

Verkehrsbetriebe warnen: EEG-Reform macht Bus und Bahn teurer Ökostrom macht Bus- und Bahn fahren teurer.

Deutschland muss bei der Energiewende die Stromrabatte begrenzen. Dabei könnten ausgerechnet die Bus- und Bahnkunden **zur Kasse gebeten** werden, obwohl sie doch CO₂ zu sparen helfen: Rabattkürzungen im Schienenverkehr drohten die Tickets zu verteuern, warnt die Branche.

Deutschlands Nahverkehrsbetriebe protestieren lautstark gegen die geplante EEG-Reform, weil dabei auch Strom**rabatte** für Züge und Straßenbahnen **gekürzt** werden sollen. Dann drohten ab 2015 Preiserhöhungen für die Kunden, warnt die Branche. „Die Fahrgäste und Nahverkehrsunternehmen sollen **die Zeche** der Energiewende **zahlen**. Das wäre ein umweltpolitischer Sündenfall“, kritisiert der Chef des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV), Jürgen Fenske, der zugleich die Kölner Verkehrsbetriebe (KVB) leitet.

Der Referentenentwurf sieht vor, den Strompreisrabatt für größere Verkehrsbetriebe mit mindestens 10 Gigawattstunden Verbrauch **schrittweise** von jetzt 90 Prozent bis zum Jahr 2018 auf 70 Prozent der vollen EEG-Umlage abzusenken. Zugleich soll die Verbrauchs-Untergrenze für den Einstieg in das Rabattsystem deutlich gesenkt werden, so dass auch kleinere Verkehrsunternehmen künftig Strom**kosten sparen** können.

Unter dem Strich bringe die Änderung den Verkehrsunternehmen eine klare Mehrbelastung von bundesweit mehr als 150 Millionen Euro im Jahr 2018, warnt der VDV. Dabei wäre der gesamte Schienenverkehr, also auch der Personenfernverkehr und der Güterverkehr betroffen.

Im Durchschnitt erwirtschaften Verkehrsbetriebe ihre Kosten zu 77 Prozent selbst, so aktuelle Zahlen des VDV. Der Rest kommt aus der öffentlichen Hand.

Die EEG-Umlage auf den Strompreis beträgt 6,24 Cent pro Kilowattstunde. Aus ihr finanziert der Verbraucher den Ausbau alternativer Energien aus Wind, Sonne, Wasser und Biogas mit. Ausgenommen sind viele industrielle Großkunden, die **im** internationalen **Wettbewerb stehen** - etwa aus der Metall-, Chemie- oder Papierindustrie und eben auch größere Unternehmen des Schienenverkehrs. Die Ausnahmeregelungen werden von der EU scharf kritisiert. Die Bundesregierung will und muss sie deshalb schnell einschränken, um ein EU-Beihilfeverfahren zu vermeiden.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/handel/skihersteller-voelkl-der-trend-geht-zum-drittski-seite-all/9482468-all.html>

15. Februar 2014

2

Skihersteller Völkl "Der Trend geht zum Drittski"

Völkl-Chef Christoph Bronder sieht die Gründe für den schwachen Ski-Markt in Russland in fehlenden Resorts

Die Absatzzahlen für Skier sind 2013 erstmals seit Jahren wieder angestiegen, erklärt Christoph Bronder, Chef des letzten deutschen Skiherstellers Völkl. Der Skimarkt zersplitterte sich zudem in immer mehr Nischen.

WirtschaftsWoche: Herr Bronder, Sie selbst waren gerade zu Besuch bei den Olympischen Winterspielen in Sotchi. Welche Impulse bringt Olympia für die Skibranche?

Bronder: Ich war bei meinem Olympiabesuch sehr überrascht, dass alles trotz der Sicherheitsvorkehrungen sehr gut organisiert war. Wie ich auch in den Gesichtern der vielen, hoch motivierten Volontäre gesehen habe, war eine große Begeisterung bei allen Helfer und Besuchern der Spiele in Sotchi zu spüren. Ganz generell sind die Menschen in Russland sehr sportbegeistert. Allerdings ist der Ski-Markt dort noch sehr klein. **Im Schnitt** werden dort im Jahr 80.000 bis 90.000 Paar Alpin Ski verkauft, das ist noch nicht mehr als z.B. in Polen und auch keine große Steigerung gegenüber den letzten Jahren obwohl die Leute dort gern draußen sind. Das ist eine gute Voraussetzung für die weiteren Outdoor Marken in meinem europäischen Verantwortungsbereich innerhalb der Jarden Gruppe, dem US Konzern zu dem auch Völkl gehört. Und ich kann Ihnen sagen, dass bei unseren Fischereiartikeln in Russland im Winter **die Post abgeht**. In keinem anderen Land verkaufen wir im Winter bei minus 10, 20 oder 30 Grad so viele Angelprodukte wie in Russland.

Bergwelt Die besten Gadgets für den Winterurlaub

Von der Ski-Brille mit eingebautem Tachometer und Höhenmesser bis zum Thermohandschuh mit integrierter GPS-Navigation - welche Produkte die Pistensause unvergesslich machen.

Nun kommen die Leute ja nicht zum Angeln nach Sotschi – was fehlt, damit in Russland mehr Skier verkauft werden?

90.000 Paar Ski sind natürlich enttäuschend, vor allem wenn man sich anschaut, wie viele Russen jeden Winter in Kitzbühel Ski fahren. Oder schauen Sie sich Garmisch in der ersten oder zweiten Woche nach Weihnachten an oder Gstaad und St. Moritz. Die Russen kaufen wohl dort im Urlaub ihre Bretter, anders kann ich mir das nicht erklären, denn ich sehe immer mehr Russen beim Skifahren. Nur eben nicht auf den eigenen Bergen sondern in Österreich, der Schweiz und in Italien.

Warum nicht?

Es fehlen in Russland ganz klar Resorts, die attraktiven Skiorte. Sie können zwar zehn Autominuten vom Kreml entfernt auf einem Hügel Ski laufen, da gibt es mehrere Lifte und sternförmig angelegte Pisten, abends auch mit Flutlicht, wo es richtig rummelig zugeht. Aber echte Skiorte gibt es viel zu wenig. Insofern werden die Milliarden-Investments rund um Sotschi dem Skitourismus in Russland womöglich auf die Sprünge helfen.

Aber zu welchem Preis – Umweltschützer, enteignete Einwohner der Stadt und ausgebeutete Bauarbeiter werfen einen tiefen Schatten auf diese Protz-Spiele?

Die Kritik muss ernst genommen und Missstände korrigiert werden. Aber eines sollte man dabei bedenken – schauen Sie sich mal die französischen Retortenorte an, die Mitte der 70er

Jahre in die Berge gepflanzt worden sind – ökologisch astrein war das auch nicht gerade. In Japan, Korea oder auch in China ist das auch nicht viel anders. Aus touristischen und sportlichen Gründen möchte der russische Staat dort ein Resort anlegen. Und es wird in den kommenden Jahren aufschlussreich sein, genau zu verfolgen, wie es in Sotschi nach den Spielen weitergeht.

Nun hat sich ausgerechnet Peking für die Ausrichtung der Winterspiele 2022 beworben – mal ganz abgesehen von allem, was man an dieser Bewerbung so alles absurd finden kann – wie steht denn der chinesische Skimarkt im Vergleich zum russischen da?

Die Chinesen haben im Prinzip das umgekehrte Problem der Russen: Dort gibt es tatsächlich schon viele ausgebaute Skiresorts mit einer guten Infrastruktur, die in den vergangenen zehn Jahren gebaut worden sind. Aber es gibt dort noch kaum Skifahrer. Der Markt hat ein echtes Volumen von gerade mal 40.000 Paar verkauften Brettern. Und das liegt daran, dass in China so gut wie niemand wirklich Ski fährt. Was die Russen schon können, müssen die Chinesen erst noch lernen. Deshalb setze ich eher auf die kurzfristige Entwicklung des russischen Marktes. Hoffnungen setze ich auch – nicht nur für Marker Völkl bzw. K2, sondern auch für unsere anderen Jarden Outdoor Marken, wie Marmot, Campingaz, Coleman und zahlreichen Fischereimarken- auf die übrigen osteuropäischen Märkte wie Polen, Tschechien, die Slowakei und auch Bulgarien. Dort investieren wir schon lange, wir glauben an diese Märkte. "Der Skimarkt wird immer kleinteiliger"

Wintersport Die zehn besten Skigebiete in Deutschland

Deutschland erlebt gerade einen weitgehend schneefreien Winter - wie hat sich der weltweite Skimarkt entwickelt?

Weltweit haben Skifahrer im vergangenen Jahr etwas mehr als drei Millionen Paar Ski gekauft. Das ist ein leichtes Plus gegenüber dem Vorjahr, und die Branche ist froh, dass sich ein Aufwärtstrend abzeichnete. Nach der aktuell guten Schneesituation in Nordamerika und Asien rechne ich damit, dass diese Zahl weltweit gehalten wird. Stärkster Skimarkt der Welt bleiben die USA mit rund 600.000 verkauften Paar Ski. Das sind etwa doppelt so viele wie in Deutschland.

Wie schlägt sich Völkl in dem Umfeld?

Völkl hat sich positiv entwickelt und wir haben unsere Position als eine der drei Top-Skimarken auf der Welt ausbauen können. In den USA liegen wir hinter unserer Schwestermarke K2 nach Marktanteilen auf Rang zwei.

Nachdem vor mehr als zehn Jahren mit Carving-Skiern eine echte Innovation auf den Markt kam, die massentauglich war, splittet sich der Markt heute eher auf in viele Nischen – woran liegt das und welche Folgen hat das für die Branche?

Der Skimarkt ist in den vergangenen Jahren bedeutend kleinteiliger geworden durch eine Vielzahl von Spezialangeboten wie Freeride-Skier und spezielle Tourenski. Das sind Nischen, die man als Marke bedienen muss, wenn man weiter im Geschäft bleiben und oben mitmischen will. Angesichts der notwendigen Investitionen setzt das aber eine Mindestproduktion von etwa 400.000 Paar produzierten Ski im Jahr voraus, sonst wird es eng. Angesichts dieser Entwicklung rechne ich im Skimarkt auch in diesem Jahr damit, dass einzelne Marken aufgekauft werden oder verschwinden. Die Konzentration unter den Herstellern wird weiter zunehmen.

Da sich der Skimarkt zunehmend in Nischen teilt, wird von den Herstellern ein Angebot an Spezialausrüstung gefordert. Sie haben uns auch schon mehrere Angebote unterbreitet.

Völkl ist der einzige verbliebene große Skihersteller in Deutschland – können Sie überhaupt noch mit den Niedriglohnländern mithalten?

Auf jeden Fall – wir hatten vor einigen Jahren die Produktion von Kinderski, einige Freeski-Modellen und von Snowboards in unser Werk in China ausgelagert. Wir haben dann aber festgestellt, dass wir etwa besonders widerstandsfähige Leihski oder hoch anspruchsvolle Freeski-Modelle besser in Straubing herstellen können. Wir haben in unsere Fertigung in Straubing investiert und diese zu einem Teil auf Roboter umgestellt, Abläufe optimiert und die Arbeitszeitflexibilisierung erhöht. Dadurch sind wir auch bei den Fertigungskosten durchaus mit China konkurrenzfähig, nicht zuletzt, weil es allgemein in den Billiglohnländern in der Vergangenheit auch ordentliche Lohnsteigerungen gegeben hat.

Völkl bietet Ski für alle Typen von Skifahrern an, unter ihrer Marke für Skibindungen verkaufen Sie mittlerweile unter anderem auch Helme und Stöcke. Wann kommen die ersten Skischuhe aus Ihrem Hause?

Wir stellen derzeit fest, dass sich der Markt für Skischuhe entkoppelt hat vom Skimarkt – der für Schuhe liegt bei rund 3,4 Millionen Paar, der für Ski bei rund 3 Millionen. Früher bewegten sich diese Märkte im Gleichschritt. Wir beobachten diese Entwicklung sehr genau.

"Freeriden ist der nächste Großtrend"

Vor den Niedriglohnländern hat Skihersteller Völkl keine Angst. Stattdessen wurde die Produktion in Straubing weiter ausgebaut

Mau sieht es dagegen laut Händlern bei Snowboards aus – konnte sich Völkl da abkoppeln vom Trend?

Snowboards haben im vergangenen Jahr in den sonst eigentlich starken Ländern wie in den USA und Kanada, wo das Verhältnis zwischen Snowboards und Skiern bei fast 50 zu 50 liegt, zweistellige Prozentsätze verloren. Was die Gründe dafür sind, das versuchen wir gerade herauszufinden.

Steigen die Snowboarder um auf Rocker- oder Twintip-Ski, mit denen man ja auch ganz gut springen oder über Rails fahren kann?

Das müssen wir sicherlich beobachten. Womöglich waren es auch schlicht zwei schlechte Winter, in denen sich nur weniger Leute ein neues Board kaufen wollten. Diese jungen Snowboarder **haben** eher nicht so viel Geld **zur Verfügung**, die überlegt sich das zwei- oder dreimal, ehe sie sich ein neues Brett leistet. Mit Völkl Snowboards konnten wir uns immerhin **zum Glück** ein Stück weit von dem negativen Trend absetzen, gehören im Snowboardmarkt aber auch nicht zu den ganz Großen, wo unsere Schwestermarken K2 und Ride an erster Stelle stehen.

Wintersport Airbags sollen Skifahrern das Leben retten

Die Airbag-Technik aus dem Motorsport könnte künftig Skirennfahrer schützen – und bald auch Freizeitskifahrer. Wie weit die Technik ist und wie die Schutzengel aus Luft funktionieren.

Was bieten Sie dem trendigen Nachwuchs denn stattdessen?

Wir sind neben unserer Schwestermarke K2 Ski ganz vorn mit dabei beim Thema Freeriden. Das ist für die Branche mittlerweile durchaus so etwas wie ein Großtrend. Und das setzt sich fort in andere Bereiche: Freerider werden auch älter und finden immer mehr Spaß am Touren gehen. Allerdings wollen sie breitere Tourenski als die klassischen Tourengelassen, damit sie damit den Berg hinuntersurfen können. Für diese Leute haben wir eine komplett neue Kollektion entwickelt, die heißt Big Mountain Touring, die Freeriden und Touren-Gehen kombiniert, mit perfekten Fellen und dem richtigen Set-up von der Bindung her. Das sind besonders leichte Karbon-Modelle, die wir V-Werk genannt haben und die dieses spezielle Klientel ansprechen.

Trends zu erkennen und die entsprechenden Produkte schnell zu entwickeln, zu produzieren und auf den Markt zu bringen kostet eine Menge Geld – steigen durch die Zunahme von Ski-Nischenmärkten nicht auch für Sie die Kosten sehr stark?

Im Skibau sind die Kosten pro Produkt relativ überschaubar. Alles basiert beim Bau auf Aluminiumformen, die wir selbst herstellen können. Deshalb wird bei uns auch nie in der Entwicklungsarbeit gekürzt. Wir brauchen die Kapazität dieser schlaun Völkl-Köpfe dringend, um aus ihren Ideen die besten Produkte zu machen. In der Produktion selbst ist es bezahlbar, wenn man die Variantenvielfalt erhöht. Wir haben Maschinenstraßen in unserem Werk in Straubing, die sich bei kleineren Serien automatisch in einer Minute umstellen. Aber es ist richtig, die Nischenvielfalt führt zu einer logistischen Herausforderung, die man professionell managen muss. Das geht bis in die Lagerplätze – wir brauchen mehr Plätze, eben weil wir mehr Varianten haben.

Gleichzeitig steigt der Anteil an Skiläufern, die gar keine Ski mehr kaufen sondern nur noch leihen – wie reagieren Sie darauf?

Diesen schon mehrjährigen Trend erleben wir in jedem Markt anders. In Deutschland liegt der Anteil der Leihski gerade bei rund 20 Prozent. In Österreich liegt der wegen dem Wintertourismus schon deutlich darüber bei ca. 60 Prozent. Deutlich höher ist der Anteil sogar noch einmal in Frankreich mit 65 -70% Prozent. Auf der anderen Seite heißt Leihski nicht automatisch Billigski – wir haben mit dem Verleih und Sportfachhandel ganz neue Konzepte entwickelt, bei dem sich Kunden immer häufiger einen besseren, einen Fünf-Sterne-Ski leisten statt nur Zwei-Sterne-Bretter. Davon profitiert der Verleiher genau wie wir – und dem Kunden macht das bessere Brett hoffentlich auch mehr Spaß und sie leihen sich unsere Ski, um sie dann zu kaufen. Aber natürlich ist es ein Fakt, dass durch den Verleih längst nicht mehr jeder sich ein Paar Ski in den Keller stellt. Das wird immerhin ein Stück weit durch den Trend zu Zweit- oder gar Drittski, wie Freeski oder Tourenski aufgewogen.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/it/it-startup-technologie-startup-actifio-erhaelt-100-millionen-dollar-investment/9658342.html>

24.03.2014 von Michael Kroker

IT-StartupTechnologie-Startup Actifio erhält 100-Millionen-Dollar-Investment

Das amerikanische Startup Actifio, ein Spezialanbieter für Software zum Datenmanagement in Unternehmen, hat eine neue Finanzierungsrunde in Höhe von 100 Millionen Dollar abgeschlossen, wie die „WirtschaftsWoche“ exklusiv erfahren hat. Das Geld kommt unter anderem vom Unternehmen Andreessen Horowitz.

Zu den Investoren in Actifio zählt eine Gruppe namhafter Venture-Capital-Firmen wie etwa Andreessen Horowitz, das Risikokapitalunternehmen des Netscape-Gründers Marc Andreessen. Durch die jüngste Finanzierungsrunde wird Actifio jetzt mit insgesamt 1,1 Milliarden Dollar bewertet.

Zum Vergleich: Beim Series-D-Investment vor gut einem Jahr konnte Actifio 50 Millionen Dollar einsammeln, wodurch das Unternehmen zum damaligen Zeitpunkt im März 2013 rund 500 Millionen Dollar schwer war.

Grund für die wachsende Bewertung des im Jahr 2009 von Ash Ashutosh, dem einstigen Chef-Technologen der Speicher-Division von Hewlett-Packard, gegründeten Unternehmens: Actifio ist spezialisiert auf ein boomendes und immer wichtigeres Segment in der IT – das Management und die Verwaltung von Daten im Unternehmen.

Laut einer Studie des amerikanischen Marktforschungsunternehmens IDC zum Thema Datenkopien verwenden Unternehmen weltweit rund 60 Prozent ihrer Festplattenkapazitäten, 65 Prozent ihrer Speichersoftware sowie 85 Prozent ihrer Speichersysteme, um überflüssige Kopien ihrer Produktionsdaten zu verwalten. Durch jenes Management solcher überflüssigen Kopien entstehen laut IDC jährlich Kosten in Höhe von 44 Milliarden Dollar.

Ebenjenes Problem will Actifio beseitigen und hat eine Technologie entwickelt, um überflüssige Kopien von Daten zu beseitigen. Laut Actifio können Unternehmen dadurch beispielsweise die Zeit für das sogenannte Recovery, also die Daten-Wiederherstellung im Verlustfall, von Stunden auf Minuten reduzieren, und gleichzeitig die Kosten für die Datensicherung um 90 Prozent verringern.

Laut eigenen Angaben konnte Actifio im Jahr 2013 die Zahl seiner Deals fast verdreifachen (plus 182 Prozent). Inzwischen verfügt das Unternehmen über mehr als 300 Kunden weltweit. Mit dem jetzigen Investment will Actifio-CEO Ashutosh das Wachstum weiter beschleunigen: „Wir werden diese Finanzierungsrunde nutzen, um unsere Lösung den globalen Top-2000-Unternehmen anbieten zu können und die Reichweite unserer Technologie bis herunter in den Mittelstandsmarkt zu vergrößern.“

<http://www.wiwo.de/unternehmen/handel/fake-shops-gefaehrliche-schnaepchen-aus-dem-netz/13467372.html>

19.04.2016

Fake-ShopsGefährliche Schnäppchen aus dem Netz

Der Thermomix ist nur der aktuellste Fall: Mit Schnäppchenpreisen locken Betrüger Verbraucher in gefälschte Online-Shops. Doch die per Vorkasse bezahlte Ware kommt nie. Das Problem der Fake-Shops nimmt zu.

Diesmal hat es Vorwerk erwischt. Das Wuppertaler Familienunternehmen warnt auf seiner Website gleich vor elf Online-Shops mit Internetadressen wie „thermomix.vorwerk.com“ oder „vorwerk-Thermomix-gmbh.com“. Es seien „Fake-Shops“, mit denen Internetpiraten versuchen, den guten Ruf des Unternehmens zu nutzen, um Verbraucher um ihr Geld zu betrügen, heißt es bei Vorwerk.

Die Masche ist einfach: Einer der größten Verkaufsschlager von Vorwerk, die Edel-Küchenmaschine Thermomix mit einem regulären Verkaufspreis von 1199 Euro, wird auf den Seiten der Betrüger - gegen Vorkasse - ein paar hundert Euro billiger angeboten. Doch wer zahlt, bekommt weder das versprochene Produkt noch sieht er sein Geld wieder.

Doch ist dies beileibe kein Einzelfall. „Es ist ein zunehmendes Problem“, sagt Peter Gretenkord vom Aktionskreis gegen Produkt- und Markenpiraterie (APM). Die Betrüger profitierten von der wachsenden Selbstverständlichkeit des Online-Einkaufs. „Wenn man einen „Fake-Shop“ schließt, macht der Nächste auf“, berichtet Gretenkord. Ohnehin sei das Abschalten der Internetseiten „nicht so einfach wie man sich das wünschen würde“. Schließlich stünden die Server oft im Ausland.

Die „Watchlist Internet“ des österreichischen Internet Ombudsmanns listet inzwischen über 300 betrügerische Online-Läden auf. Häufig geht es um Elektroartikel. Doch gibt es auch „Fake-Shops“ für Kaffeemaschinen oder für Muskelaufbaupräparate und sogar für falsche Internet-Apotheken. „Sie sind teilweise Kopien real existierender Websites, wirken daher seriös und lassen beim Käufer selten Zweifel an ihrer Echtheit aufkommen“, hieß es bei der deutschen Polizei zum Thema.

Auch im Fall Vorwerk bedienten sich die Betrüger dreist auf der Internetseite des Familienunternehmens und kopierten Firmenlogo, Markenzeichen und sogar das Impressum. Vorwerk hat inzwischen Strafanzeige gegen Unbekannt bei der Staatsanwaltschaft Hamburg gestellt. Die meisten der Internet-Seiten sind nicht mehr zu erreichen.

Doch ob die Straftäter zu ermitteln sind, ist zweifelhaft. Die Domains der „Fake-Shops“ wurden nach Angaben von Vorwerk allesamt unter Nutzung eines Anonymisierungsdienstes angemeldet.

„Die Ermittlungen in der Anonymität des Internets stellen oft unlösbare Herausforderungen dar“, weiß die Göttinger Schwerpunktstaatsanwaltschaft zur Bekämpfung der Internetkriminalität. Zwar konnten die Spezialfahnder im vergangenen Jahr zwei Berliner Betrüger fassen, die im Internet Kaffeevollautomaten, Elektronikartikel, Motorroller, Spielkonsolen und Smartphones scheinbar zu konkurrenzlos günstigen Preisen anboten, Geld kassierten, aber nie lieferten. Doch mussten die Behörden gleichzeitig einräumen, dass in etlichen anderen ähnlich gelagerten Fällen die Täter unbekannt geblieben seien.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/it/servus-tv-red-bull-sender-macht-in-deutschland-dicht/13958348.html>

02.08.2015 Quelle:Handelsblatt Online

„Servus TV“Red-Bull-Sender macht in Deutschland dicht

Dietrich Mateschitz stellt seinen Sender „Servus TV“ in Deutschland und der Schweiz ein. Der Kanal des Red-Bull-Gründers hat es nie geschafft, hier Fuß zu fassen. Ganz verzichten müssen Servus-Fans aber nicht.

Salzburg Der Fernsehkanal des Red-Bull-Besitzers Dietrich Mateschitz (72) „Servus TV“ stellt mit Jahresende den Sendebetrieb in Deutschland und der Schweiz ein. Das Programm des Privatsenders mit Sitz in Salzburg soll online aber weiterhin zu sehen sein, bestätigte eine Sprecherin am Dienstag. „Servus TV fokussiert sich auf seinen Heimatmarkt und seine österreichische Programmidentität“, heißt es in einer Stellungnahme. Ob es durch den Sendestopp im Ausland zu einem Stellenabbau kommt, war nicht in Erfahrung zu bringen. Zuerst hatte das Fachmagazin „Werben & Verkaufen“ darüber berichtet.

<http://www.wiwo.de/line-brain-senvion-co-deutschland-braucht-mehr-tech-aktien/13897992.html>

19. Juli 2015

Line, Brain, Senvion Co.Deutschland braucht mehr Tech-Aktien

Die desolante Lage bei Tech-IPOs hierzulande ist einem Finanz- und Industriestandort wie Deutschland unwürdig. Zeit, dass Politik, Börsenbetreiber, Venture-Capital-Fonds und Finanzdienstleister an einem Strang ziehen.

Frankfurt Was für ein Kursfeuerwerk. Die Aktie des Messenger-Dienstes Line hat bei ihrem Börsendebüt in Tokio am ersten Handelstag gut 30 Prozent zulegen können. Das war auch für Kleinanleger, die derzeit gebeutelt werden von der Nullzinspolitik der Notenbanken, Grund zur Freude. Und solche Erfolgsgeschichten sind zudem die beste Werbung für die Anlageform "Aktie". Ein dickes Plus auf dem Depotauszug ist mehr wert als Sonntagsreden, die eine langfristige Überlegenheit der Aktie predigen.

Leider beglückte der WhatsApp-Rivale Line vor allem asiatische und amerikanische Anleger. Deutsche Investoren schauen schon lange in die Röhre, wenn es um das Thema lukrativer

Tech-Börsengänge geht. Zwar ist das weltweite Volumen an sogenannten Initial Public Offerings - kurz IPOs - in diesem Jahr mit rund 4,5 Milliarden Dollar auf den niedrigsten Stand seit 2013 gefallen. Allerdings richtige Dürre herrscht nur in Deutschland. Mit dem Biotechnologieunternehmen Brain und dem Windkraftspezialisten Senvion kamen gerade einmal zwei nennenswerte Neulinge und ein Emissionsvolumen von 330 Millionen Euro frisch auf den Kurszettel. Zum Vergleich: Line spülte dem Unternehmen jetzt mehr als eine Milliarde Dollar in die Kasse.

Die desolatte Lage bei Tech-IPOs hierzulande ist einem Finanz- und Industriestandort wie Deutschland unwürdig. Es ist dringend an der Zeit, dass Politik, Börsenbetreiber, Venture-Capital-Fonds und Finanzdienstleister an einem Strang ziehen und positive Beispiele setzen. Handfeste Ergebnisse sind gefragt, nicht hehre Absichtserklärungen wie im vergangenen Herbst als Wirtschaftsminister Sigmar Gabriel bis zu 15 IPOs jährlich in Aussicht gestellt hatte.

Die lieben "Hidden Champions" aus Maschinen- und Anlagenbau, die sich auf "Industrie 4.0" verstehen, Internetfirmen oder auch Biotechnologie-Unternehmen gehören an die Börse. Am Ende ist es die Psychologie, die eine Wende bringen muss: Anleger müssen sich mit Tech-Werten beschäftigen, Potenziale erkennen und Aktien zeichnen, anstatt ängstlich nur auf Dauerbrenner zu setzen. Es ist Zeit, das von Verlusten am "Neuen Markt" ausgelöste Trauma zu verwinden.

<http://www.wiwo.de/politik/deutschland/sozialabgaben-regieren-fuer-die-rentner/13997238.html>

16. August 2015 von Cordula Tutt und Max Haerder

SozialabgabenRegieren für die Rentner

Der Arbeitsmarkt boomt, und die Krankenkassen haben mehr Beitragszahler denn je. Doch die Sozialabgaben steigen, weil die Bundesregierung Geschenke verteilt. Eine sozialpolitische Bestandsaufnahme.

Andrea Nahles und Hermann Gröhe sitzen auf verschiedenen Seiten des Kabinetttisches, auch ihr Naturell unterscheidet sich deutlich. Die Bundesarbeitsministerin von der SPD tritt hemdsärmelig auf, der Bundesgesundheitsminister von der CDU wirkt eher korrekt bis pedantisch. Doch beide dienten mal als Generalsekretäre ihrer Partei, eine Position, in der es darum geht, Wahlkämpfe zu gewinnen. Und Wähler beglücken, das können die Sozialdemokratin und der Christdemokrat nach wie vor gut. Ihre Politik als Minister kennt daher eine gemeinsame Richtung: Beide verteilen mit Vorliebe Wohltaten an ihre Wähler.

Und noch eine Gemeinsamkeit teilen Nahles und Gröhe – viele Wähler ihrer Volksparteien sind schon älter und schätzen besonders eine gute Versorgung bei der Rente, beim Arzt und im Krankenhaus. Also nutzt das Ministerduo den Segen der prallen Konjunktur und baut in seinen Ressorts diese Leistungen gezielt aus, als gäbe es kein Morgen. Egal, ob Gesundheit, Pflege oder Rente, die große Koalition betreibt eine zukunftsvergessene Politik.

Jüngere Beitragszahler tragen die Last

40 Prozent, das ist die magische Marke. Sie bedeutet, dass Arbeitnehmer und Arbeitgeber 40 Prozent des Lohns in die gesetzlichen Kassen einzahlen, also für Rente, Gesundheit, Pflege und Schutz vor Arbeitslosigkeit. Derzeit liegen diese Abgaben addiert bei 39,8 Prozent, aber zum Jahresende werden sie die magische Grenze wieder überschreiten, ein verheerendes Signal, wenn es um neue Jobs geht.

Und die Tendenz geht weiter hoch, gen 41 Prozent. „Das muss eine Regierung aufrütteln, es ist höchste Zeit für Reformen“, sagt der Chef der Mittelstandsvereinigung der Union (MIT), Carsten Linnemann.

Schließlich hat die große Koalition schon vieles gekippt, was die Absicherung der Deutschen bezahlbar und zukunftsfest machen sollte. Die Rente mit 63 wurde vereinbart und die Mütterrente eingeführt. Die Praxisgebühr, die einmal gegen die hohe Zahl an Arztbesuchen in Deutschland helfen sollte, ist abgeschafft. Krankenhäuser erhalten mehr statt weniger Geld. In der Pflege werden viele besser- und niemand schlechter gestellt.

Wer soll das bezahlen? Die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA) hat errechnet, dass Schwarz-Rot Gesetze durchbrachte, die die Sozialleistungen von 2014 bis 2019 um nicht weniger als 87 Milliarden Euro ausweiten.

Rente, Steuern, Familie Diese Wahlgeschenke plant die große Koalition

Union und SPD packen schon Geschenke, um sich für die Bundestagswahl im kommenden Jahr in die beste Position zu bringen. Vier Themen, bei denen die große Koalition Geld regnen lassen will.

Allein 2017 summieren sich neue Leistungen auf 19,7 Milliarden Euro – bei der Rente 9,3 Milliarden Euro, der Pflege 7,2 Milliarden und der Gesundheit 3,2 Milliarden Euro. Und jede Wohltat schafft neue Ansprüche, die kaum mehr einlösbar sein dürften. „Die Politik darf das Ziel nicht aus den Augen verlieren, die Sozialabgabenlast unter 40 Prozent zu halten“, verlangt BDA-Hauptgeschäftsführer Steffen Kampeter, früher selbst CDU-Abgeordneter. „Hinter steigenden Beiträgen stehen Entscheidungen, die die Arbeitgeber nicht mitgetragen haben.“

Dabei ist die Lage am Arbeitsmarkt so gut, dass manche Kasse Beiträge senken müsste. Mehr als 31,3 Millionen Menschen arbeiten und zahlen Pflichtbeiträge zur Sozialversicherung, ein Rekord. Seit Jahren sinkt die Arbeitslosigkeit, mehr Frauen und Zuwanderer aus EU-Krisenländern sind berufstätig. Die demografischen Probleme sind noch im Griff. Erst ab 2020 werden spürbar mehr Menschen in Ruhestand gehen – die Babyboomer. „Wir haben so viele Beitragszahler wie noch nie, leben in der besten aller Welten – und kommen doch nur gerade so hin mit den Einnahmen“, klagt Bernd Raffelhüschen, Ökonom an der Universität Freiburg.

Was blüht uns da? Ein Blick auf einzelne Sozialversicherungen zeigt: Fast alles wird noch teurer.

<http://www.wiwo.de/sierens-welt-das-panama-von-china/13418120.html>

07. April 2016 von Frank Sieren Quelle:Handelsblatt Online

Das Panama von China

Der Schwager von Parteichef Xi Jinping ist in den Panama Papers aufgetaucht. Jetzt wird größerer Druck auf Xi ausgeübt– selbst aus den eigenen Reihen. Weitere Ereignisse kommen da sehr ungelegen.

Dumm gelaufen: Deng Jiagui, der Schwager von Staats- und Parteichef Xi Jinping, ist in den Panama-Papieren aufgetaucht, als Anteilseigner von zwei Briefkastenfirmen. Gegründet hat er diese im Jahr 2009. Auch für Xis Schwager gilt selbstverständlich die Unschuldsumutung. Ein Punkt, der in der Panama-Papier-Debatte ein wenig zu kurz kommt. Es ist möglich, dass Deng das Geld auf legalem Wege erworben, voll versteuert und rechtmäßig ins Ausland transferiert hat. Oder dass er legale Geschäfte im Ausland gemacht hat. Xi ermuntert Chinas Unternehmer ja dazu.

Dass nicht veröffentlicht wurde, um wieviel Geld es geht, wie hoch seine Anteile sind und ob die Firmen überhaupt noch aktiv sind, lässt den Schluss zu, dass die Informationen dazu enttäuschend waren. Solche entlastenden Fakten hinterm Berg zu halten ist ungeschickt. Das gibt der englischsprachigen Ausgabe der staatlichen Global Times die Möglichkeit, von einer „ideologischen Allianz“ des Westens zu sprechen, „die die Interpretation der Informationen kontrollieren.“ Indien würde geschont, China und Russland angegriffen.

Was die Global Times allerdings nicht schreibt: Es hätte einen ganz einfachen Weg gegeben, China schon vor Jahren aus der Schusslinie zu bekommen: Mehr Transparenz wagen. Hätten Xi, seine engsten Mitstreiter und ihre Familien ihre Vermögensverhältnisse zumindest grob offengelegt, könnte sie heute niemand mehr angreifen. **Im Gegenteil:** Die Antikorruptionskampagne wäre noch viel überzeugender.

Stattdessen haben die chinesischen Medien nun einen **„Maulkorb bekommen.“** Auch in den sozialen Medien ist das Stichwort Panama tabu. Klug ist das nicht. Darauf warten die Feinde Xis innerhalb der Führung nur. Und Xi kann sich über Feinde nicht beklagen. Denn auch für ihn gilt: Große Reformen, viele Feinde. Xi habe doch gefordert, die Familien von Spitzenkadern sollten ihre Vermögensverhältnisse offenlegen, raunen sie nun hinter den Kulissen. Für die Feinde Xis sind die Panama-Papiere ein weiterer Beleg, dass es Xi eben nicht nur um Antikorruption geht sondern darum, seine politischen **Gegner auszuschalten.**

Nun wird es für Xi noch schwieriger, den Deckel auf dem Topf zu halten, obwohl in den vergangenen Wochen auch so schon der Widerstand aus den Fugen des Parteiapparates gequollen ist: Ein anonymes Brief auf der Website der Parteizeitung „Wujie“ ist aufgetaucht. Die Verfasser bezeichnen sich als „loyale Parteikader“ und fordern Xis Rücktritt. Die Nummer vier der Parteihierarchie Yu Zhengsheng, hat in seiner Schlussrede zum Volkskongress zwei Formeln der Parteidisziplin vergessen, die für Xi eigentlich als verbindlich gelten. Und auf der Webseite der „zentralen Kommission für Disziplinüberwachung“ der Partei erschien kürzlich ein Text mit dem Titel „Tausend Ja-Sager können keinen ehrlichen Ratgeber ersetzen“.

Das bedeutet jedoch wiederum nicht, dass Xi kurz vor einem Putsch steht. Wie ***fest*** man **im Sattel sitzen** kann, obwohl es stark rappelt, lässt sich ja derzeit sehr gut bei Angela Merkel beobachten. Und sie kann man in einer Demokratie noch leichter loswerden als Xi, der gar nicht gewählt ist. Aber keine Frage: Es wird härter für Xi. Jeder Schritt kostet nun mehr Kraft. Ein Glück, dass wenigstens die Industrieproduktion wieder anzieht.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/it/steuerstreit-facebook-droht-milliarden-nachzahlung/13946212.html>

29.07.2015 dpa

Steuerstreit Facebook droht Milliarden-Nachzahlung

Für das Steuersparen mit Tochterfirmen in Irland könnte Facebook jetzt **zur Kasse gebeten** werden. US-Behörden **haben** das soziale Netzwerk **im Visier.** Facebook rechnet mit einer Nachzahlung von bis zu fünf Milliarden Dollar.

Ein Streit mit der US-Steuerbehörde könnte Facebook **nach Angaben** des Online-Netzwerks Nachzahlungen von mehr als fünf Milliarden Dollar bringen. Es geht dabei um die Bewertung von Facebook-Teilen wie die „Online-Plattform“ bei ihrer Verlagerung ins steuerlich günstige Irland im Jahr 2010. Die Steuerbehörde IRS **ist der Ansicht,** dass der Wert dabei falsch angesetzt wurde. Facebook bezifferte die möglichen finanziellen Auswirkungen zum ersten Mal. Die IRS habe Facebook jüngst darüber unterrichtet, dass sie auch eine höhere

Besteuerung in den Jahren nach 2010 anstrebe, teilte das Online-Netzwerk am späten Donnerstag in seinem Quartalsbericht mit. Facebook werde dagegen vor das US-Steuergericht ziehen. Setzt sich die Steuerbehörde durch, könnten sich die Nachzahlungen auf drei bis fünf Milliarden Dollar summieren, plus Zinsen und mögliche Strafen. US-Behörden waren Anfang des Monats vor Gericht gezogen, um sich Akteneinsicht zu sichern, bevor Ende Juli die Verjährungsfrist für die Steuererklärung von 2010 abläuft.

Das weltgrößte Online-Netzwerk hatte 2010 sein Geschäft außerhalb Nordamerikas in Irland angesiedelt, wo die Steuerlast deutlich niedriger ist. Dabei gingen an die irische Tochter die entsprechenden Nutzerprofile. Es wurde aber auch die „Online-Plattform“ übertragen, auf der die Nutzer kommunizieren. Außerdem wurde vereinbart, die Kosten der Entwicklung dieser Plattform zu teilen.

Es ist kein ungewöhnlicher Schritt, die Rechte an geistigem Eigentum nach Irland zu verlagern - dann kann dort ein Teil der weltweiten Einnahmen günstiger besteuert werden. Im Fall von Facebook kam die US-Steuerbehörde allerdings zu der Einschätzung, die Bewertung der verlagerten Bereiche sei „problematisch“ gewesen. Facebook hatte eine Unternehmensberatung damit beauftragt, den Wert festzulegen.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/dienstleister/deutsche-post-wie-kriminelle-die-packstation-missbrauchen/12734012.html>

22.12.2015 von Jacqueline Goebel und Jürgen Berke

Deutsche Post Wie Kriminelle die Packstation missbrauchen

Die Packstationen der Deutschen Post sind beliebt - auch bei Kriminellen. Drogendealer und Hehler aus dem Darknet nutzen das System, um ihre Waren auszuliefern. Die Polizei warnt Packstation-Nutzer vor Betrugern.

Wochenlang harrten die Polizisten vor den Packstationen aus, um den Täter zu schnappen. Immer wieder tauchte der 20-jährige Leipziger bei den gelben, großen Schließfachsystemen auf, um seinen Drogenvorrat aufzufüllen. 314 Kilo Kokain, Ecstasy, LSD oder Haschisch fanden die Beamten später im Besitz des Drogendealers. Von seinem Kinderzimmer aus hatte der Leipziger tausende Kunden in Deutschland und dem Umland mit Drogen versorgt. Seine Ware verkaufte er über das Darknet, am liebsten versendete er sie per Post und Packstation.

Eigentlich hat die Deutsche Post ihre Packstationen neben Supermärkten oder auf Parkplätzen gebaut, damit Berufstätige dort nach Feierabend ihre online bestellten Sendungen abholen können. Mit einer Nutzerkarte und einer aufs Handy gesendeten Transaktionsnummer können die Kunden ein Schließfach öffnen und ihr Paket in Empfang nehmen.

Doch die gelben Kästen locken neue, ungebetene Kunden an: Drogendealer wie der 20-jährige Leipziger vertreiben über sie ihren Stoff, Hehler missbrauchen das System als Umschlagort. Das fand der japanische Sicherheitsanbieter Trend Micro in einer Studie über den kriminellen Teil des Internets, das sogenannte Darknet, sowie über das System der Packstationen heraus.

„Das ist eine beliebte Art des Warenaustauschs, weil beide Seiten anonym bleiben können“, sagt Udo Schneider, Experte bei Trend Micro. So unterlässt es die Post, bei den Absendern die Identität zu überprüfen. Und Empfänger können sich hinter einem falschen Namen verstecken. Dazu verwenden sie gefälschte Ausweise, um sich für die Packstation zu registrieren. Oder sie stehlen beziehungsweise kaufen die Daten in Internetforen, sagt Experte Schneider. „So ein Account kostet 20 bis 30 Euro.“

Die Post bestreitet den Missbrauch nicht. Das Problem sei bekannt, heißt es aus der Bonner Zentrale. „Wir verfolgen umfangreiche Maßnahmen zur Prävention und entwickeln diese kontinuierlich weiter.“

Betrüger ordern massenhaft Amazon-Pakete

Auch die Kriminellen entwickeln ihre Technik weiter: Vor einem Jahr warnte die Polizei vor Betrügern, die sich mit der Identität von Kunden für die Packstation registrierten und in deren Namen hochwertige Elektronikartikel im Internet bestellten. Der Trick: Die Täter meldeten sich online unter einem fremden Namen für die Packstation an. Die Post schickt den vermeintlich neuen Kunden daraufhin ein Begrüßungspaket mit einer Nutzungskarte. Kurz darauf tauchen die Täter bei ihren Opfern auf. Sie geben sich als Post-Mitarbeiter aus, die das Missverständnis mit der falschen Anmeldung aufklären wollen. Mit diesem Vorwand entlocken sie den Kunden ihre Nutzungskarte.

Ein anderer Trick zielt auf bereits registrierte Packstations-Nutzern: Die Täter verschickten gefälschte E-Mails im Namen der Post, mit denen sie den Postkunden deren Zugangscodes für die Packstation entlockten.

<http://www.wiwo.de/arriva-und-schenker-aufsichtsrat-beraet-ueber-boersenplaene-der-bahn/13553564.html>

04. Mai 2016 dpa Quelle: Handelsblatt Online

Arriva und Schenker Aufsichtsrat berät über Börsenpläne der Bahn

Die Bahn will bis Mitte 2017 die Personenverkehrstochter Arriva an die Börse bringen, später soll der Logistiker Schenker folgen. Am Mittwoch berät der Aufsichtsrat. Das Unternehmen hat die Erlöse dringend nötig.

Der Aufsichtsrat der Deutschen Bahn hat am Mittwochnachmittag in Berlin mit Beratungen über die Börsenpläne des Vorstands begonnen. Vorstandschef Rüdiger Grube möchte im Herbst die Zustimmung für den Börsengang der beiden internationalen Töchter Arriva und Schenker einholen. In den nächsten Monaten will er dafür ein Konzept erarbeiten lassen, dazu soll der Aufsichtsrat den Auftrag erteilen.

Nach Angaben aus Aufsichtsratskreisen plant der Vorstand, zunächst die europäische Personenverkehrstochter Arriva bis Mitte 2017 an die Börse zu bringen, später soll der Logistiker Schenker folgen. Es sollen nicht mehr als jeweils 45 Prozent an einen möglichst breiten Investorenkreis gehen, hieß es. Die Bahn behalte damit die Kontrolle über ihre Tochtergesellschaften. Sie erwartet Einnahmen von insgesamt etwa 4,5 Milliarden Euro. So sollen die Schulden des Staatskonzerns verringert und der Spielraum für Investitionen erhöht werden.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/industrie/zulieferer-kauft-start-up-seeo-bosch-will-durchbruch-bei-auto-batterien-erzwingen/12321410.html>

15.09.2015 von Martin-W. Buchenau Quelle: Handelsblatt Online

Zulieferer kauft Start-up Seeo Bosch will Durchbruch bei Auto-Batterien erzwingen

Der Autozulieferer Bosch kauft das kalifornische Start-up Seeo. Die Schwaben erhalten Know-how bei Festkörperzellen für Lithium-Batterien. Elektroautos könnten damit bald mehr als doppelt so weit fahren.

Frankfurt Vernetzung ist das Thema Nummer eins auf der IAA in Frankfurt. Auch, weil Fortschritte bei Fahrerassistenzsystemen als Zwischenschritte zum Roboterauto leicht zu zeigen und zu verkaufen sind.

Das Megathema vergangener Automessen, das Elektroauto, **gerät** da **in den Hintergrund**. Die notwendigen Fortschritte in der Batterietechnik, mit der das E-Auto bei Reichweite und Preis konkurrenzfähig wird, stehen noch aus – und ob sie überhaupt kommen, ist höchst unsicher.

Branchenprimus Bosch wagt sich dennoch vor mit einem kleinen Schritt, der ein sehr großer werden könnte. Bosch zeigt erstmals eine neue Batterietechnologie für Elektroautos, die bereits in fünf Jahren serienreif sein könnte. „Bosch setzt sein Wissen und hohe Finanzmittel ein, um **den Durchbruch** der Elektromobilität zu **schaffen**“, betont Vorstandschef Volkmar Denner in Frankfurt. Dazu trage der Kauf des US-amerikanischen Start-ups Seo Inc. (aus Hayward in der Nähe des Silicon Valley) bei.

Im Ausland war dieser Schritt bereits vermeldet worden, ohne größere Resonanz. „Die Festkörperzelle könnte eine entscheidende Durchbruchstechnologie sein“, sagt Denner jetzt. Der Physiker formuliert betont vorsichtig. Schließlich ist sein Unternehmen mit einem großen Batterie-Joint-Venture mit Samsung einschließlich Aufbau einer Produktion vor einigen Jahren krachend gescheitert.

Seither versucht sich Bosch mit kleineren Schritten. 2014 gründete Bosch hierfür GS Yuasa und mit der Mitsubishi Corporation das Joint Venture Lithium Energy and Power GmbH & Co. KG, um eine leistungstärkere Generation von Lithium-Ionen-Batterien zu entwickeln.

Mit Seo verfügen die Schwaben jetzt über entscheidendes Know-how im Bereich neuartiger Festkörperzellen für Lithium-Batterien und exklusive Patente. „Bosch entscheidet sich damit für eine spannende Technologie“, sagt Autoprofessor Stefan Bratzel vom Center of Automotive Management (CAM) Bergisch-Gladbach. Wenn es gelinge, diese Art Batteriekompetenz wieder nach Deutschland zu holen, wäre das für die gesamte Industrie wichtig.

Bis jetzt war das erklärte Branchenziel, im Laufe dieses Jahrzehnts die Energiedichte von Batterien zu verdoppeln und ihre Kosten zu halbieren. Bosch will mit den neuen Festkörperzellen die Energiedichte bis 2020 „mehr als verdoppeln und die Kosten nochmals deutlich senken“. Das ist zwar nur einen Tick zuversichtlicher bei einem der heißesten und schwierigsten Automobilthemen der Branche. Aber bezieht man die traditionelle Zurückhaltung des Konzerns in der Öffentlichkeit ein, soll das nichts anderes heißen, als: „Wir haben die Nase vorn.“ Und es heißt auch, das Bosch auf Lithium-Ionen und deren Zellenaufbau setzt, weil andere Kombinationen wie Lithium/Luft nicht so schnell in stabiler Qualität zu erreichen sind.

Ein vergleichbares Elektroauto, das heute 150 Kilometer weit fährt, könnte dann also **mehr als** 300 Kilometer ohne Aufladen zurücklegen – und weniger kosten. Das wäre wohl der Durchbruch für das Elektroauto. Bisher hat Bosch 30 Serienprojekte bei Elektro und Hybridfahrzeugen realisiert. In zehn Jahren werden nach Einschätzung von Bosch 15 Prozent aller weltweit gebauten Neufahrzeuge einen elektrischen Antrieb haben.

<http://www.wiwo.de/der-werber-rat-grosse-ideen-brauchen-schutz/13018638.html>

25.02.2016 von Britta Poetzsch Quelle:Handelsblatt Online

Der Werber-Rat Große Ideen brauchen Schutz

Apple, Orwell, Fernsehen: Aus dieser Mischung entstand einst ein Meilenstein der Werbegeschichte – ausgerechnet 1984. Apples Erfolg nimmt mit dem bahnbrechenden Spot seinen Anfang – Britta Poetzsch erklärt, warum.

Unter Kreativen gilt dieser Spot als Meilenstein der Werbung. Vielleicht kennen Sie ihn auch noch? In einer düsteren, gleichgeschalteten Welt im Stile Orwells „1984“ läuft eine junge, blonde Frau, verfolgt von Soldaten, an grauen, glatzköpfigen Menschen vorbei und wirft einen Hammer auf einen riesigen Bildschirm und unterbricht so die Rede des großen „Führers“. Gedreht wurde der Werbefilm 1984 nicht um auf Orwells berühmten Roman hinzuweisen, sondern um die Einführung des neuen Apple Macintosh Computers zu feiern.

Der Rest ist Geschichte. Der Computer wurde ein Erfolg. Apple ist bis heute eine der wertvollsten Marken der Welt. Jetzt hat einer der Beteiligten noch einmal die Entstehungsgeschichte aufgeschrieben und daraus 20 Regeln für die Kommunikation abgeleitet. Die sind so gut und wahr, dass man sie sich tätowieren lassen müsste.

Jeder Auftraggeber für Kommunikation sollte sie gerahmt im Büro hängen haben. Denn auch diese fantastische Idee musste, damit sie in dieser Konsequenz umgesetzt werden konnte, bis zum Schluss geschützt werden. Hier nur die aus meiner Sicht wichtigsten Punkte. Erstens: Man kann keine große Arbeit machen, wenn man kein großes Briefing hat. Steve Jobs hat damals keinen TV-Spot in Auftrag gegeben. Seine Auftragsbeschreibung lautete: „Ich will die Welt aus den Angeln heben.“

Zweitens: Marktforschung bringt es nicht. Eine Fokusgruppe wird eine mutige, kreative Idee niemals also solche erkennen. Jeder hätte gern eine Erfolgsgarantie. Aber die kann einem die Marktforschung auch nicht geben. Sonst gäbe es nicht so viele Flops. Drittens: Großer Erfolg kommt davon, dass man auch große Risiken eingeht. Leider ist das Gegenteil auch wahr.

Aber so ist das Leben nun einmal. Wer sich nichts traut, wird es nie herausfinden. Wobei wir beim Thema Mut wären. Es lohnt, sich das immer wieder bewusst zu machen.

<http://www.wiwo.de/schneller-als-gedacht-hapag-lloyd-steuert-auf-boersengang-zu/12064000.html>

15. Juli 2015 Quelle:Handelsblatt Online

Schneller als gedacht Hapag Lloyd steuert auf Börsengang zu

Hapag Lloyd beauftragt laut Insider unter anderem eine Investmentbank mit der Betreuung des geplanten Börsengangs. Ein Indiz das dieser deutlich schneller kommen könnte, als bisher vermutet.

Hapag-Lloyd will wieder an die Börse – und das wohl „schneller als gedacht“. Ein Insider sieht die Mandatierung einer Investmentbank als sicheres Indiz für den Gang. An die Börse soll zunächst ein Minderheitsanteil.

Frankfurt/Hamburg Deutschlands größte Containerreederei Hapag-Lloyd nimmt offenbar doch schon in diesem Jahr einen neuen Anlauf an die Börse. Das Unternehmen habe die Deutsche Bank, Goldman Sachs und die Hamburger Privatbank Berenberg beauftragt, den Börsengang vorzubereiten, sagten drei mit den Plänen vertraute Personen am Mittwoch. „Es deutet darauf hin, dass es schneller gehen könnte als gedacht“, sagte einer der Insider. Weder Hapag-Lloyd noch die Banken wollten sich dazu äußern.

Investmentbanken werden in der Regel etwa ein halbes Jahr vor einer geplanten Erstnotiz mandatiert, so dass Hapag-Lloyd den Sprung aufs Parkett im November oder Dezember wagen könnte. Nach einem Bericht der Nachrichtenagentur „Dow Jones“ will Hapag-Lloyd im Herbst zunächst einen Minderheitsanteil an die Frankfurter Börse bringen. Der Schifffahrtskonzern könnte dabei insgesamt mit mehr als fünf Milliarden Euro bewertet werden.

Zahlreiche deutsche Unternehmen ziehen derzeit ihre Börsenpläne vor, um den Rückenwind von den Märkten zu nutzen und den Appetit der Anleger zu befriedigen. So wird der Börsengang der Bayer -Kunststoffsparte Covestro ebenfalls noch in diesem Jahr erwartet statt 2016.

Hapag-Lloyd hat schon mehrfach einen Börsengang ins Auge gefasst, zuletzt im Frühjahr 2011. Damals hatten die Turbulenzen an den Börsen nach der Reaktorkatastrophe im japanischen Fukushima die Pläne durchkreuzt. Danach war das Unternehmen von der weltweiten Schifffahrtskrise erfasst worden.

Ende 2014 hatte Hapag-Lloyd mit der Containersparte des börsennotierten chilenischen Rivalen CSAV fusioniert, der seither mit einem guten Drittel an Hapag-Lloyd beteiligt ist. Der Fahrplan sah einen Börsengang binnen eines Jahres vor, Hapag-Lloyd-Chef Rolf Habben Jansen hatte ihn zuletzt aber eher für das kommende Jahr in Aussicht gestellt.

Zur Voraussetzung machte er dabei drei bis fünf gute Quartale vom Zusammenschluss mit CSAV an gerechnet. Offenbar hat das gute Auftaktquartal das Management nun dazu ermutigt, den Schritt bereits im Herbst zu gehen.

Zweitgrößter Eigner der Hamburger Großreederei mit etwa 200 Schiffen und einem Jahresumsatz von rund neun Milliarden Euro ist die Stadt Hamburg mit gut 23 Prozent, gefolgt von dem Unternehmer Klaus-Michael Kühne mit knapp 21 Prozent. Der Reisekonzern TUI hält knapp 14 Prozent und will sich im Zuge eines Börsengangs davon trennen. Weitere kleinere Pakete liegen bei Hamburger Banken und Versicherungen.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/industrie/alstom-uebernahme-ge-will-bedenken-der-eu-kommission-ausraeumen/12069942.html>

17. Juli 2015

Alstom-ÜbernahmeGE will Bedenken der EU-Kommission ausräumen

General Electric will den französischen Energie- und Transportkonzern Alstom übernehmen und versucht mit einem Vorschlag die Bedenken der europäischen Wettbewerbshüter zu zerschlagen.

Brüssel Der US-Industriekonzern General Electric hat den EU-Wettbewerbshütern Zugeständnisse für die geplante Übernahme der Energiesparte des französischen Rivalen Alstom angeboten. Der am Donnerstag eingereichte Vorschlag betreffe die kartellrechtlichen Bedenken der EU-Kommission und stelle zugleich den wirtschaftlichen und strategischen Wert des Deals sicher, teilte GE mit, ohne Einzelheiten zu nennen. Die Kommission befürchtet, dass durch die gut zwölf Milliarden Euro schwere Übernahme mit GE und Siemens nur noch zwei große Konkurrenten auf dem europäischen Gasturbinen-Markt verbleiben und die Preise steigen könnten.

Die EU-Kartellwächter wollen eigentlich bis zum 21. August über das Vorhaben entscheiden, dürften die Frist aber wohl bis Mitte September verlängern, um noch Informationen etwa auch von den japanischen Rivalen Mitsubishi Hitachi Power Systems und Toshiba einzuholen. GE zeigte sich zuletzt allerdings optimistisch, die Übernahme noch in der zweiten Jahreshälfte

unter Dach und Fach zu bringen. Siemens hatte im vorigen Jahr in dem Bieterstreit um Alstom den Kürzeren gezogen.

<http://www.wiwo.de/politik/ausland/varoufakis-ruecktritt-ich-trage-den-abscheu-der-geldgeber-mit-stolz/12014816.html>

06.07.2015

von Gerd Höhler Quelle:Handelsblatt Online

Varoufakis' Rücktritt,„Ich trage den Abscheu der Geldgeber mit Stolz“

Griechenlands Finanzminister schmeißt hin – trotz des Siegs der „Nein“-Seite. Yanis Varoufakis wird noch am Montag zurücktreten und will damit den Weg freimachen für neue Verhandlungen mit den Gläubigern.

Athen „Minister No More!“, Nicht mehr Minister! – das klingt wie ein Ruf der Befreiung. Unter dieser Überschrift verabschiedete sich Yanis Varoufakis am Montagmorgen in seinem Internetblog von seinem Amt als griechischer Finanzminister. Damit wirft der im Ausland umstrittenste, bei den Griechen aber populärste Minister des Kabinetts von Alexis Tsipras das Handtuch.

Dabei ist heute eigentlich der Tag seines größten Triumphs. Es ist der Tag nach dem „Nein“ bei der Volksabstimmung, dem „großartigen Nein“, wie Varoufakis in seinem Blog schreibt. Ein Abstimmungsergebnis, das „in die Geschichte eingehen“ wird als ein einzigartiger Moment, in dem eine kleine europäische Nation sich gegen seine Schuldenfesseln erhob“.

Nun, so schreibt Varoufakis, müsse man dieses Nein ummünzen in ein Ja zu einer Lösung der Probleme, in eine Übereinkunft mit den Gläubigern, das „eine Umstrukturierung der Schulden, weniger Spardruck, Umverteilung zugunsten der Bedürftigen und echte Reformen“ enthalte.

Daran wird Varoufakis aber nicht mehr beteiligt sein. Rücktrittspläne wurden ihm schon lange nachgesagt, aber jetzt geht er offenbar nicht ganz freiwillig: Nach dem Ergebnis des Referendums hätten einige Eurogruppenmitglieder den Wunsch geäußert, dass Varoufakis an den nun geplanten Treffen nicht teilnehme. Premierminister Tsipras habe es für hilfreich gehalten, auf diesen Wunsch einzugehen. „Deshalb verlasse ich heute das Finanzministerium“.

In der Euro-Gruppe hatte Varoufakis mit seinem beherrschenden, herablassenden Ton von Anfang an wenig Freunde. Seit er vergangene Woche die Geldgeber Griechenlands des „Terrorismus“ bezichtigte, war das Verhältnis endgültig zerrüttet. Auch Premier Tsipras dürfte eingesehen haben, dass Varoufakis damit untragbar war.

Varoufakis wäre nicht Varoufakis, wenn er nicht zum Abschied noch mal kurz auf die Pauke hauen würde: „Ich werde den Abscheu, den die Geldgeber für mich empfinden, mit Stolz tragen“, schreibt er in seinem Blog. Aus seinem Twitter-Account hat der Politiker seinen Titel „Finanzminister“ bereits entfernt und bezeichnet sich nur noch als „Ökonomieprofessor“.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/industrie/pharmakonzern-starker-dollar-truebt-pfizer-bilanz/12114446.html>

28. Juli 2015

PharmakonzernStarker Dollar trübt Pfizer-Bilanz

Pfizer kann kräftige Zuwächse verbuchen – vor allem im Impfstoffgeschäft. Der starke Dollar zehrt allerdings an den Erträgen des Pharmakonzerns. Vorstandschef Ian Read zeigte sich dennoch optimistischer als bislang.

Frankfurt Der starke Dollar zehrt an den Erträgen des US-Pharmakonzerns Pfizer. Der Nettogewinn fiel im zweiten Quartal um zehn Prozent auf 2,6 Milliarden Dollar, wie das Unternehmen am Dienstag mitteilte. Pfizer verbuchte einen Umsatz von 11,85 Milliarden Dollar, ein Minus von sieben Prozent binnen Jahresfrist. Ohne Wechselkurseffekte hätte ein Plus von einem Prozent zu Buche gestanden. Vor allem im Impfstoffgeschäft und mit Krebsmedikamenten konnte Pfizer kräftige Zuwächse verbuchen.

Vorstandschef Ian Read zeigte sich etwas optimistischer als bislang. Für das Gesamtjahr 2015 rechnet er nun mit einem Umsatz von 45 bis 46 Milliarden Dollar, nachdem er die Prognose im April auf 44 bis 46 Milliarden Dollar gesenkt hatte.

<http://www.wiwo.de/aachen-muenchener-mutter-generalisagt-allianz-den-kampf-an/11831260.html>

27. Mai 2015 Quelle:Handelsblatt Online

Aachen-Münchener-MutterGenerali sagt Allianz den Kampf an

Der italienische Versicherungskonzern will die Nummer eins in Europa werden. Und drückt dafür aufs Gaspedal: Die Dividendenausschüttung soll bis 2015 mehr als verfünffacht werden. Das freut die Anleger.

Düsseldorf Generali will eine höhere Dividende ausschütten. Die Nummer drei der Versicherungsbranche in Europa will bis 2018 insgesamt fünf Milliarden Euro an seine Eigner zahlen. Im vergangenen Jahr hatte das Unternehmen 930 Millionen Euro an Dividenden gezahlt. In Deutschland gehören Marken wie Aachen-Münchener und Cosmos Direkt zu Generali.

Die Mittelzuflüsse (Free Cash Flow) sollen in diesem Zeitraum auf zusammengerechnet sieben Milliarden Euro steigen, nach 1,2 Milliarden Euro 2014, teilte der im italienischen Triest beheimatete Versicherer mit. Die Firma will mit einem Kostensenkungsprogramm bis 2018 jährlich 250 Millionen Euro sparen.

Am Markt wurden die aktuellen Aussagen zur Ausschüttung positiv aufgenommen. Die im Euro Stoxx 50 notierte Aktie stieg in den ersten Handelsminuten um rund zwei Prozent. Das Papier setzte damit die Kurserholung der vergangenen Wochen infolge der besser als erwartet ausgefallenen Zahlen zum ersten Quartal fort.

Generali-Chef Mario Greci will mit seinem Unternehmen zum führenden Versicherer in Europa werden. „Um dieses ambitionierte Ziel zu erreichen, werden wir auf unser einzigartigen Stärke mit einer großen Kundenbasis in Europa aufbauen“, sagte er. Derzeit ist die deutsche Allianz vor dem französischen Konzern Axa die Nummer ein aus dem europäischen Markt.

Der 55-Jährige übernahm 2012 den Chefsessel bei Generali und fokussiert das Unternehmen auf den Versicherungsmarkt in Europa, um die Profitabilität zu erhöhen. Er hat bereits vier Milliarden Euro durch den Verkauf von nichtstrategischen Vermögenswerten Erlöst. Zudem baut Greco an einer neuen Strategie, nachdem er seine Ziele beim Verkauf von Vermögenswerten, Cash-Generierung und Verschuldungsgrad früher als geplant erreicht hat. Hierzulande ist die Generali Deutschland nach der Allianz der zweitgrößte Erstversicherer mit rund 13,5 Millionen Kunden und rund 34 Millionen verwalteten Verträgen. In Deutschland hat Generali einen Generalumbau der Gruppe beschlossen und zieht unter anderem mit der Holding von Köln nach München.

<http://www.wiwo.de/amazon-und-otto-schieben-umsaetze-an-boom-im-handel-nur-online/12802278.html>

07. Januar 2016

Quelle:Handelsblatt Online

Amazon und Otto schieben Umsätze an Boom im Handel? Nur Online!

Der höchste Umsatzanstieg im deutschen Einzelhandel seit rund 20 Jahren geht an den Innenstädten vorbei. Vom Klopapier bis zur Zahnbürste – fast alles wird auch online gekauft. Tausende Geschäfte könnten bald schließen.

Düsseldorf Auf den ersten Blick ist es eine überraschende Erfolgsmeldung: Den höchsten Umsatzanstieg seit mehr als 20 Jahren im deutschen Einzelhandel meldet das Statistische Bundesamt. Um 2,8 bis 3,1 Prozent sollen die Umsätze 2015 preisbereinigt im Vergleich zum Vorjahr gewachsen sein. Das ergibt eine Hochrechnung der Statistiker auf der Basis der Zahlen bis einschließlich November. 2014 lag das Umsatzplus bei lediglich 1,6 Prozent.

Doch viele Geschäftsinhaber dürften von diesem Boom wenig mitbekommen haben. Denn das Wachstum im Handel findet fast nur noch im Netz statt. Eine Studie des Centre for Retail Research im Auftrag des Online-Marktplatzes Retail Me Not hat ergeben, dass die Online-Händler im wichtigen Weihnachtsgeschäft um 17,1 Prozent zugelegt haben. Der Umsatz im stationären Geschäft ist dagegen im gleichen Zeitraum um 0,6 Prozent gesunken.

Der Einkauf im Netz wird bei den Kunden in Deutschland immer beliebter. Der Bundesverband Online-Handel sagt auch für das laufende Jahr ein Umsatzwachstum im niedrigen zweistelligen Prozentbereich voraus. Mittlerweile würden auch immer mehr Produkte des täglichen Bedarfs übers Netz gekauft, sagte Verbandspräsident Oliver Prothmann. „Es ist keine Besonderheit mehr, Waren vom Klopapier über die neue Zahnbürste bis hin zu Lebensmitteln online einzukaufen.“

Das hilft nicht nur reinen Online-Shops, sondern allen Händlern, die den E-Commerce geschickt mit dem stationären Geschäft verknüpfen. „Unternehmen, die online und mobile zu ihrer Kernstrategie zählen und mit über alle Kanäle hinweg konsistent attraktiven Angeboten und Preisen überzeugen, profitieren stark von diesem Umbruch des Marktes“, beobachtet Karina Spronk, Leiterin Partner Management Deutschland bei Retail Me Not.

Das beste Weihnachtsgeschäft seiner Geschichte erlebte der Online-Händler Otto, wie eine Unternehmenssprecherin sagte. Dabei standen Elektronik-Produkte wie Notebooks, LED-Fernseher und Smartphones auf der Hitliste der beliebtesten Geschenke ganz oben, aber auch Hausgeräte wie Waschmaschinen, Geschirrspüler und Kaffeevollautomaten. Angesichts von Umtausch und Gutschein-Einlösungen dürften sich die Ausläufer des Weihnachtsgeschäfts noch bis Ende Januar hinziehen.

Ins laufende Jahr blickt Otto optimistisch: „Wir gehen mit ausgesprochen positiven Erwartungen ins neue Jahr und wollen spürbar weiter wachsen“, so die Sprecherin. Größtes Wachstumssegment für den Online-Händler seien dabei Möbel – von Schränken über Betten bis hin zu Sofas.

Jedes zehnte Geschäft vor dem Aus?

Auch der Versandriese Amazon sprach von einem erfolgreichen Weihnachtsgeschäft. Genaue Umsatzzahlen nannte die deutsche Niederlassung des US-Handelsriesen aber nicht. Rekord-Verkaufstag für Weihnachtsgeschenke bei Amazon.de sei der 14. Dezember gewesen, an dem alleine mehr als 5,4 Millionen Produkte verkauft worden seien und damit so viele wie nie zuvor in der Unternehmensgeschichte.

Experten rechnen auch fürs neue Jahr mit einer positiven Umsatzentwicklung in der Branche. „Der Konsum bleibt die wesentliche Wachstumsstütze“, sagt Ökonomin Ulrike Kastens von

Sal. Oppenheim. „Niedrige Zinsen und der solide Arbeitsmarkt sind die Impulsgeber.“ Der Einzelhandelsverband HDE hat bislang noch keine konkrete Prognose für 2016 veröffentlicht. HDE-Präsident Josef Sanktjohanser sagte aber kürzlich, dass bei der Wachstumsrate „wieder die Zwei vor dem Komma stehen dürfte“.

Dabei wird sich in der Branche weiter die Spreu vom Weizen trennen. Händler, die die Digitalisierung verschlafen und es nicht schaffen, ihre Kunden auch übers Netz zu locken, bleiben auf der Strecke. Nach Berechnungen des Instituts für Handelsforschung (IFH) in Köln werden in den kommenden fünf Jahren 45.000 Geschäfte in Deutschland aufgeben müssen. Das ist jedes zehnte Ladenlokal.

Gerade in ländlichen Gebieten droht vielen Innenstädten ein Kahlschlag – und das trotz des größten Umsatzwachstums in der Branche seit 1994.

<http://www.wiwo.de/politik/konjunktur/eu-bankenregulierungsbehoerde-eba-auf-europas-banken-wartet-2016-der-naechste-stresstest-/12061672.html>

15. Juli 2015 2 dpa

EU-Bankenregulierungsbehörde EBAAuf Europas Banken wartet 2016 der nächste Stresstest

Im ersten Quartal 2016 kommt auf die europäischen Großbanken abermals ein Stresstest zu. Betroffen davon sind 20 deutsche Institute.

Auf die europäischen Großbanken kommt 2016 erneut ein Stresstest zu. In den ersten drei Monaten des kommenden Jahres will die EU-Bankenregulierungsbehörde EBA die Szenarien entwerfen, unter denen die Banken ihre Belastungsfähigkeit unter Beweis stellen müssen, wie sie ankündigte. Die Ergebnisse sollen im dritten Quartal vorliegen.

Wie bei vorausgegangenem Stresstests will die EBA Einzelergebnisse für alle teilnehmenden Institute veröffentlichen. Das sehen einige Bankenaufseher aber kritisch, weil sie dann keine Extremsituationen testen könnten, ohne mit dem Ergebnis Panik an den Märkten auszulösen.

Der Stresstest findet in allen 28 EU-Staaten statt. Für die Banken in der Euro-Zone wird es der erste sein, nachdem die EZB die Aufsicht übernommen hat. Die EBA versprach, den Teilnehmern anders als beim letzten Mal Doppelarbeit möglichst zu ersparen. Der Stresstest und die jährliche routinemäßige Überprüfung durch die Aufsichtsbehörden solle 2016 enger aufeinander abgestimmt werden.

Zuletzt hatten sich die Geldhäuser 2014 auf Herz und Nieren prüfen lassen müssen. In diesem Jahr verzichtete die EBA auf einen Stresstest. Für 109 große Institute aus den 28 EU-Staaten will die Behörde aber zum Ende des Jahres eine Fülle von Daten veröffentlichen.

Dabei geht es etwa um deren Kapitalausstattung, die Risiken in ihren Bilanzen und in ihren Kreditbüchern, und deren Entwicklung von Ende 2014 bis Mitte 2015. Aus Deutschland sind die 20 Banken mit von der Partie, die seit acht Monaten auch von der Europäischen Zentralbank (EZB) beaufsichtigt werden - von der Deutschen Bank bis zur Hamburger Sparkasse.

Für die Banken soll diese "Transparenz-Übung" weniger aufwendig sein als ein Stresstest. Denn die Aufseher ziehen die Daten zum größten Teil aus dem Material, das die EZB und die Aufsichtsbehörden in den Nicht-Euro-Staaten ohnehin von ihren Banken regelmäßig fordern. Nur in Einzelfällen seien Nachfragen zu erwarten.

<http://www.wiwo.de/unternehmen/it/verizon-uebernimmt-fleetmatics-us-telekomkonzern-steigt-ins-fuhrpark-management-ein/13956910.html>

01. August 2015

rtr

Verizon übernimmt Fleetmatics US-Telekomkonzern steigt ins Fuhrpark-Management ein

Die Shopping-Tour geht weiter: Nach dem Kerngeschäft von Yahoo übernimmt der US-Telekomkonzern Verizon auch die auf Fuhrparkmanagement spezialisierte Softwarefirma Fleetmatics. Für deren Aktionäre ist der Deal lukrativ.

Der US-Telekomkonzern Verizon setzt seine Einkaufstour fort und übernimmt die auf Fuhrparkmanagement spezialisierte Softwarefirma Fleetmatics für 2,4 Milliarden Dollar. Verizon kündigte am Montag an, man werde 60 Dollar pro Fleetmatics-Aktie zahlen und damit einen Aufschlag von rund 40 Prozent zum Schlusskurs vom Freitag. Der Deal soll im vierten Quartal 2016 **über die Bühne gehen**. Die Fleetmatics-Aktie startete mit einem Plus von rund 38 Prozent in den Handel, während die Verizon-Papiere zunächst kaum reagierten.

Verizon hatte erst kürzlich erklärt, das Kerngeschäft des Internet-Pioniers Yahoo für knapp fünf Milliarden Dollar zu übernehmen. Da der **Markt** für Smartphones und mobile Geräte immer **gesättigter** wird, suchen Verizon und Hauptrivale AT&T nach neuen Einnahmequellen.

Nun verstärkt sich der Konzern auf dem Gebiet der Vernetzung von Fahrzeugen. Fleetmatics entwickelt Software für die Verwaltung von Fahrzeugflotten, die Nutzern dabei helfen, den Ort, Benzinverbrauch, Geschwindigkeit und Kilometerstand von Fahrzeugen abzulesen.