

Phraseologismen in Zeitungsartikeln zur Mode auf deutschen Internetportalen

Jurić, Maja

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:313068>

Rights / Prava: [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-06-29**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Dvopredmetni preddiplomski studij njemačkog jezika i književnosti i engleskog jezika i
književnosti

Maja Jurić

Frazemi u novinskim člancima o modi na njemačkim internetskim portalima

Završni rad

izv. prof. dr. sc. Ivana Jozić

Osijek, 2021.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za njemački jezik i književnost

Dvopredmetni preddiplomski studij njemačkog jezika i književnosti i engleskog jezika i
književnosti

Maja Jurić

Frazemi u novinskim člancima o modi na njemačkim internetskim portalima

Završni rad

Humanističke znanosti, filologija, germanistika

izv. prof. dr. sc. Ivana Jozić

Osijek, 2021.

J.-J.-Strossmayer-Universität in Osijek

Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften Osijek

Vordiplomstudium der deutschen Sprache und Literatur

(Zwei-Fach-Studium der deutschen Sprache und Literatur und der englischen Sprache und
Literatur)

Maja Jurić

**Phraseologismen in Zeitungsartikeln zur Mode auf deutschen
Internetportalen**

Abschlussarbeit

Ao. Prof. Dr. Ivana Jozić

Osijek, 2021

J.-J.-Strossmayer-Universität in Osijek
Fakultät für Geistes- und Sozialwissenschaften Osijek
Vordiplomstudium der deutschen Sprache und Literatur
(Zwei-Fach-Studium der deutschen Sprache und Literatur und der englischen Sprache und
Literatur)

Maja Jurić

**Phraseologismen in Zeitungsartikeln zur Mode auf deutschen
Internetportalen**

Abschlussarbeit

Geisteswissenschaften, Philologie, Germanistik

Ao. Prof. Dr. Ivana Jozić

Osijek, 2021

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravila te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni. Svojim vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasna da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.



U Osijeku, 1. rujna 2021.

Maja Jurić, 0122227033

Zusammenfassung

In dieser Arbeit werden Phraseologismen in Zeitungsartikeln zur Mode auf deutschen Internetportalen untersucht und analysiert. Diese Arbeit ist in zwei Teilen aufgeteilt. Der erste Teil beschäftigt sich mit der theoretischen Einführung, in der die wichtigsten Begriffe zum Thema Phraseologie erörtert werden. Merkmale wie Idiomatizität, Polylexikalität und Festigkeit werden behandelt.

In dem zweiten, praktischen, Teil werden zuerst die Schlagzeilen, wo die Phrasemen am häufigsten auf den Portalen erscheinen, ausführlicher untersucht. Danach werden die Phraseologismen in ausgewählten Artikeln in Modemagazinen auf Internetportalen analysiert anhand der Wortart. Sie werden in 3 Typen unterteilt: substantivische, adjektivische und verbale Phraseologismen. Am Ende der Arbeit folgt das Fazit.

Schlüsselwörter: Idiome, Phraseologie, Modemagazin, Schlagzeilen

Inhalt

1	Einleitung zum theoretischen Teil.....	1
2	Definition der Phraseme und Phraseologie	1
3	Merkmale der Phraseme	2
3.1	Polylexikalität.....	2
3.2	Festigkeit	4
3.3	Idiomatizität	4
4	Basisklassifikation der Phraseme nach Burger.....	5
5	Die Struktur der Phraseme.....	6
5.1	Substantivphraseme.....	6
5.2	Adjektivphraseme.....	7
5.3	Verbphraseme.....	8
5.4	Phraseme anderer Wortarten	8
6	Einleitung in den praktischen Teil.....	9
7	Der Ort des Phrasems im Text.....	9
7.1	Schlagzeilen	9
7.2	Analyse der Schlagzeilen in Modemagazinen	10
8	Aufteilung der Phraseme nach Wortarten	11
8.1	Substantivische Phraseologismen	11
8.2	Adjektivische Phraseologismen	12
8.3	Verbale Phraseologismen.....	13
9	Schlussfolgerung	15
	Literaturverzeichnis	17
	Anhang.....	18

1 Einleitung zum theoretischen Teil

Es ist unzweifelbar, dass jede Sprache über verschiedene phraseologische Ausdrücke verfügt. Ohne sie könnte die Sprache zwar existieren, aber nicht so bildhaft, expressiv und lebendig wie mit ihnen. Man definiert die Phraseologie als eine linguistische Disziplin, die sich mit Phrasemen beschäftigt. Phraseologie ist ein Zweig der Sprachwissenschaft, der sich in den 70er Jahren entwickelt hat, aber schon seit Urzeiten existiert (Donalies 2009:3). Auch Burger (2015:9) bestätigt, dass Phraseologie eine sehr junge Wissenschaft ist, „In den 70er und 80er Jahren wurde dann zunehmend auch die deutsche Phraseologie zum Gegenstand größerer Forschungsunternehmen“. Ziel dieser Arbeit ist es, Idiome und Teil-Idiome in der deutschen Sprache kurz darzustellen und Phraseologismen in Zeitungsartikeln zur Mode auf deutschen Internetportalen zu erforschen. Die vorliegende Arbeit bearbeitet im Kapitel 2 zuerst die Definition der Phraseme und der Phraseologie. Anschließend werden im Kapitel 3 die Merkmale der Phraseme wie Polylexikalität, Festigkeit und Idiomatizität genannt und umschrieben. Danach wird im Kapitel 4 die Basisklassifikation erläutert. Im Kapitel 5 wird die Struktur der Phraseme erläutert und in Substantivphraseme, Adjektivphraseme und Verbphraseme gegliedert. Der zweite Teil der Arbeit konzentriert sich auf den praktischen Teil. Dieser Teil der Arbeit befasst sich mit der Stelle, an der die Phraseme im Text in Modemagazinen am häufigsten vorkommen – und zwar mit Schlagzeilen. Danach werden die Modemagazine auf Internetportalen erforscht und die substantivische, adjektivische und verbale Phraseme untersucht und analysiert. Anschließend folgt die Zusammenfassung der Arbeit.

2 Definition der Phraseme und Phraseologie

Burger (2015:11) ist der Meinung, dass wir in vielen deutschen Texten Ausdrücke wie *jmdm. einen Korb geben*, *sich die Zähne putzen* oder *das Rote Kreuz* finden können. Diese Sätze haben zwei Eigenschaften gemeinsam. Einerseits bestehen diese Ausdrücke aus mehreren Wörtern und andererseits sind diese Kombinationen von Wörtern schon bekannt, weil sie nicht nur für dieses eine Mal zusammengestellt sind. Burger (ebd. 11) definiert Phraseme als Ausdrücke mit diesen beiden Eigenheiten und Phraseologie wird als „Teildisziplin der Linguistik, die sich mit

Phrasemen befasst“ erläutert. Auch andere Forscher schließen sich dieser Meinung an. Fleischer (1982:9) und Burger (2015:12) verwenden auch oft die Termini *feste Wortverbindung* und *phraseologische Wortverbindung*. Ein Phrasem kann zwei Bedeutungen haben und aus den Komponenten des Ausdrucks erkennt man, um welche es sich handelt. Burger (ebd. 13) unterscheidet die wörtliche Bedeutung von der übertragenen Bedeutung, oder von dem Terminus phraseologische Bedeutung. Das folgende Beispiel zeigt die wörtliche Bedeutung *sich die Zähne putzen* (ebd. 13). Die Wörter sind erkennbar und man weiß, um welche Bedeutung es sich handelt. Anders ist es im Beispiel *Öl ins Feuer gießen von*, wo man nicht weiß, ob es sich um die wörtliche oder um die übertragene Bedeutung handelt (ebd. 13). Man weiss nicht, ob man wirkliches Öl in wirkliches Feuer gießt oder bezieht sich der Phrasem *Öl ins Feuer gießen* auf einen verstärkten Streit bzw. auf eine verstärkte Erregung im übertragenen Sinne. Die übertragene Bedeutung kann ein muttersprachlicher Sprecher leichter interpretieren (ebd. 13). Nach Burger (ebd. 13), hat der Ausdruck *blinder Passagier* eine spezifische Bedeutung, weil die Komponente *Passagier* die gleiche Bedeutung sowohl innerhalb des Phrasems als auch außerhalb des Phrasems hat. Außer der übertragenen Bedeutung wird auch der Terminus phraseologische Bedeutung verwendet, die die Bedeutung des ganzen Phrasems und die Bedeutung der einzelnen Komponenten innerhalb des Phrasems bezeichnet.

Die freie Bedeutung ist nach Burger (ebd. 13f): „Wenn der Aspekt akzentuiert werden soll, dass eine Komponente des Phrasems außerhalb des Phrasems, also in „freier“ Verwendung, vorkommt und dort eine bestimmte Bedeutung hat...“.

3 Merkmale der Phraseme

3.1 Polylexikalität

Donalies (2009:7) führt an, dass die Polylexikalität zur morphologischen Eigenheit gehört, und ein Merkmal ist, dass sie aus mindestens zwei Wörtern¹ entsteht. Polylexikalität als ein

¹ griech. *poly* bedeutet „viel“ und *lexis* heißt „Wort“ (Donalies 2009:7)

wichtiges Merkmal des Phrasems, das mehrere Wörter umfasst, ist nach Burger (2015:15) leicht zu definieren, wenn es keine Probleme mit der Definition des Begriffs „Wort“ gibt.

Burger (ebd. 15) führt an, der Satz sei die obere Grenze phraseologischer Wortverbindungen. Es ist nicht schwer zu entscheiden, ob ein Ausdruck aus mehreren Wörtern besteht, aber bedeutsam ist, dass man sich einigen muss, was eigentlich ein Wort ist (ebd. 15). Deshalb sollen Autosemantika von Synsemantika² unterschieden werden (Donalies 2009:8). Autosemantika beziehen sich auf die Inhaltswörter, Wörter die ihre eigene Bedeutung haben (ebd. 8). Im Unterschied dazu, beziehen sich Synsemantika auf die Wörter, die keinen Inhalt oder keine Bedeutung haben, sondern nur eine Funktion (ebd. 8).

Tabelle 1: Minimalstrukturen in Phraseologie (ebd. 9)

1. nur Funktionswörter	<i>bis zu</i>
2. ein Funktionswort + ein Inhaltswort	<i>auf Antrieb</i>
3. nur Inhaltswörter	<i>schwarzer Markt</i>

Phraseme können nur aus Funktionswörtern bestehen, die keinen Inhalt bzw. keine Bedeutung haben, z.B. *bis zu* (Gréciano 1997:169 zit. nach Donalies 2009:9). Ein Phrasem muss aus mindestens einem Inhaltswort aufgebaut sein, das als Basiselement wirkt, zum Beispiel das Phrasem *auf Antrieb* (Lemnitzer 1997:89 zit. nach Donalies 2009:9). Unter einem Phrasem versteht man auch Ausdrücke, die aus minimal zwei Wörtern bestehen und die Wörter müssen ihre eigene Bedeutung haben, z.B. *schwarzer Markt* (Lugner 1999:6 zit. nach Donalies 2009:9).

Wie schon oben erwähnt wurde, stellt sich die Frage, wie viele Wörter ein Phrasem bilden. Das folgende Beispiel, *wer zu spät kommt, den bestraft das Leben*, verstehen die meisten Linguisten als ein Phrasem, aber einige sind der Meinung, dass Phraseme „aus mindestens zwei Wörtern bestehen, jedoch kleiner als ein Satz sind“ (Higi-Widler 1989:55 zit. nach Donalies 2009:10).

² griech. *auto* heißt „selbst“ und *syn* bedeutet „zusammen mit“ (Donalies 2009:8)

3.2 Festigkeit

In diesem Kapitel wird ein weiteres Merkmal der Phraseme behandelt und das ist die Festigkeit der Phraseme. Um ein Phrasem zu verstehen, sollte man Vorwissen vom Wort haben (Burger 2015:16). Wenn das Phrasem in der übertragenen Bedeutung schon bekannt ist und es zu verstehen ist, dann steht die wörtliche Bedeutung beiseite und in meisten Fällen hat sie keine Rolle (ebd. 16). Es muss noch erwähnt werden, dass ein Phrasem erst als ein Phrasem gilt, wenn es ständig wiederholt wird (Donalies 2009:11).

Nach Burger (2015:17) ist das Phrasem als „eine Einheit gespeichert ähnlich wie ein Wort, es kann als Ganzes abgerufen und produziert werden“. Es ist sehr wichtig, dass im Unterschied zu Phrasemen Wörter als Ganzes deklinierbar und konjugierbar sind (ebd. 17). Im Gegensatz zu den Wörtern, können die Komponenten der Phraseme dekliniert, konjugiert und umgestellt werden (ebd. 17) Aufgrund dieser Tatsache sollen Phraseme psycholinguistische Einheiten sein, weil ihr Nichtverstehen zu Missverständnissen führen kann (Burger 2015:17f.). Diese Behauptung wird durch folgenden Beleg verdeutlicht. Das Beispiel *Damit kommst du auf keinen grünen Baum* ist ein Phrasem, das aber falsch formuliert ist und ein falsches Wort verwendet wurde (ebd.18). Es ist verständlich, dass anstatt Baum, Zweig gemeint ist, weil der Beginn des Phrasems *Damit kommst du auf keinen grünen...* instinktiv fertiggestellt ist. Der Kontext soll dabei unbedingt berücksichtigt werden (ebd. 18). An dieser Stelle soll erwähnt werden, dass der Sprecher Zweig und Baum verwechselte, wahrscheinlich weil Zweig und Baum als Bestandteile des Baums eng verbunden sind (ebd. 18).

3.3 Idiomatizität

Ein weiterer Punkt, der behandelt wird, ist die Idiomatizität³. Nach Burger (ebd. 16) soll man einen Unterschied zwischen der phraseologischen Bedeutung und der freien Bedeutung der Komponenten feststellen. Ist der Unterschied zwischen der phraseologischen Bedeutung und der freien Bedeutung stärker, dann ist der Ausdruck auch „stärker“ idiomatisch akzentuiert.

³ griech. *idioma* heißt „Eigentümlichkeit“ (Donalies 2009:20)

Die zwei folgenden Sätze sind syntaktisch gesehen gleich, aber wichtig ist der Unterschied in ihrer Bedeutung: (1) *Gustav hat bei seinem Vater ein Auto in der Garage* (freie Bedeutung) und (2) *Gustav hat bei seinem Vater einen Stein im Brett* (phraseologische Bedeutung) (Fleischer 1982:35). Im Satz (1) wird keine Irregularität bemerkt, während ein irreguläres Verhältnis im Satz (2) zu sehen ist (phraseologische Bedeutung) (Fleischer 1982:35). *Einen Stein im Brett haben* bedeutet wirklich bei jmdm. sehr beliebt sein, während *ein Auto in der Garage haben* die wörtliche Bedeutung ist (ebd. 35).

Auch andere Forscher schließen sich dieser Meinung an (Dobrovol'skij 1997:117 zit. nach Donalies 2009:20). Donalies (ebd. 20) teilt die Idiomatizität in Voll-, Teil- und Nichtidiomatizität, was in der Tabelle 2 dargestellt ist.

Tabelle 2: Aufteilung der Idiomatizität (Donalies 2009:21)

Vollidiomatizität	<i>etw. über Bord werfen</i>
Teilidiomatizität	<i>blinder Passagier, einen Streit vom Zaun brechen</i>
Nichtidiomatizität	<i>stolzer Vater</i>

Das Phrase *über Bord werfen* bedeutet nicht wirklich etwas über Bord werfen, sondern Verrat begehen, deswegen gehört dieses Phrasem zur Vollidiomatizität (ebd. 21). Das zweite Beispiel, das in der Tabelle angeführt wird, *einen Streit vom Zaun brechen*, ist ein Teilidiom, weil die Komponente *vom Zaun* eine idiomatische Bedeutung haben, während *einen Streit* eine freie Bedeutung hat (ebd. 21). Das letzte Beispiel, *stolzer Vater*, hat keine idiomatische Bedeutung und gilt als Nichtidiom.

4 Basisklassifikation der Phraseme nach Burger

In diesem Kapitel werden Phraseme in drei Gruppen geteilt anhand ihrer Zeichenfunktion: referentielle, strukturelle und kommunikative Phraseme (Burger 2015:31). Die referentiellen Phraseme „beziehen sich auf Objekte, Vorgänge oder Sachverhalte der Wirklichkeit“ (ebd. 31). Als Beispiele werden *Schwarzes Brett, jmdn. übers Ohr hauen* und

Morgenstund hat Gold im Mund genommen (ebd. 31). Nach Burger (ebd. 32f) ist die Aufgabe der strukturellen Phraseme, die syntaktische Funktion herzustellen, deswegen sind die präpositionalen (z.B. *an Hand von*) und konjunktionale Phraseme (z.B. *wenn auch*) bedeutsam. Zu den kommunikativen Phrasemen gehören Phraseme, die eine bestimmte Rolle bei der Erschaffung haben (ebd. 32). Als Beispiele werden *Guten Morgen* und *ich meine* genommen (ebd. 32).

5 Die Struktur der Phraseme

Nach der Struktur werden die Phraseme in Substantiv-, Adjektiv-, Verbphraseme gegliedert.

5.1 Substantivphraseme

Substantive sind eine der wichtigsten Wortarten im Deutschen und mehr als die Hälfte der Inhaltswörter sind Substantive (Nach Āurĉo 1994:70 zit. nach Donalies 2009:58). Daraus lässt sich eine Schlussfolgerung ziehen, dass die meist vertretenen Phraseme Substantivphraseme sind (ebd. 58).

Kern der Substantivphraseme sind Substantive (Fleischer 1982:147). Fleischer (ebd. 147) und Donalies (2009:58) erwähnen Substantivphraseme mit Adjektivattribut. Solche Phraseme sind: *großer Bahnhof, roter Faden oder fauler Zauber* (Donalies 2009:58). Danach folgen die Substantivphraseme mit Genitivattribut, wobei festzustellen ist, dass die meisten Substantivphraseme mit Genitivattribut eigentlich postsubstantivische Strukturen sind (ebd. 66). Als Beispiele werden *des Pudels Kern, des Kaisers neue Kleider* oder *Anwalts Liebling* angeführt (ebd. 66). Den Substantivphrasemen mit Genitivattribut folgen Substantivphraseme mit Präpositionalattribut: *Dame von Welt, das Gelbe vom Ei* oder *der Dritte im Bunde* (ebd. 68). Zuletzt werden substantivische Mehrlingsformeln erwähnt und „die meisten substantivischen Mehrlingsformeln sind Paarformeln... einige bestehen aber auch aus drei oder sogar vier Bestandteilen“ (ebd. 70). Nach semantischen Kriterien werden Paarformeln mit Synonymen, Antonymen und mit assoziativen Bestandteilen unterschieden (ebd. 70). Als Beispiele für Paarformeln mit Synonymen werden *Grund und Boden, Lug und Trug* oder *Geld und Gut* gegeben

(ebd. 70). Beispiele für Paarformeln mit Antonymen seien *Himmel und Hölle* und zuletzt werden Paarformeln mit assoziativen Bestandteilen verwendet *Tod und Teufel* (ebd. 71).

5.2 Adjektivphraseme

Dieses Unterkapitel befasst sich mit Adjektivphrasemen. Für sie ist charakteristisch, dass sie einen syntaktischen Kern haben (ebd. 75). Adjektivphraseme werden auf Adjektivphraseme mit Vergleichspartikeln und Mehrlingsformeln gegliedert (ebd. 75). Nach Fleischer (1982:152) ist es fraglich, „ob man überhaupt von adjektivischen Phraseologismen sprechen kann [...]. Soweit Adjektive als Atributte eine phraseologische Verbindung mit einem Substantiv eingehen, handelt es sich [...] um substantivische oder adverbiale Phraseologismen“. Adjektive mit Vergleichspartikeln, die auch komparative Phraseme genannt werden, „enthalten die semantische Beziehung des Vergleichs, der im Gegensatz zur Metapher direkt an der Oberfläche durchgeführt ist“ (Palm 1997:47 zit. nach Donalies 2009:75). Beispiele für solche Adjektivphraseme mit Vergleichspartikeln sind *hungrig wie ein Wolf* oder *arm wie eine Kirchenmaus* (ebd. 75). Dazu können auch die komplexen Formen erwähnt werden, wie zum Beispiel *bekannt wie ein bunter Hund* oder *schnell wie ein geölter Blitz* (ebd. 76).

Adjektivische Mehrlingsformeln wie *angst und bange*, *schlicht und einfach* oder *fix und fertig* werden auch angeführt (ebd. 77). Typisch sind die Beispiele für Synonyme, die mit *und* verbunden sind, aber auch Antonyme wie zum Beispiel *klein, aber fein*, *mehr schlecht als recht* oder *wohl oder übel* (ebd. 77). Oft kommen adjektivische Mehrlingsformeln mit Endreim vor. Beispiele dafür sind *rank und schlank* oder *mehr recht als schlecht*. Einige Phraseme bestehen aus Wörtern, die oft nur in diesen Ausdrücken vorkommen. Ein entsprechendes Beispiel dafür ist *klipp* in *klipp und klar* (ebd. 78). Diese Wörter werden nach Donalies (ebd. 78) „unikale Bestandteile“ genannt und werden als „sprachliche Zeichen, die nur in einer oder in wenigen Verbindungen vorkommen“ definiert (Sailer 2004:195 zit. nach Donalies 2009:78). Man darf auch nicht unerwähnt lassen, dass die unikalene Phraseme als die Dreierformeln, wie z.B. *heimlich, still und leise* sowie Viererformeln, wie z.B. *frisch, fromm, fröhlich, frei* vorkommen können (ebd. 79).

5.3 Verbphraseme

Weiterhin werden die Verbphraseme erörtert. Nach Donalies (ebd. 79) ist der Kern des Verbphrasems ein Verb und die Verben haben „übliche Strukturen von Verbphrasen, je nach Valenz des Kernverbs, also je nachdem, welche Mitspieler ein Verb fordert beziehungsweise erlaubt“. Verbphraseme nach Donalies (ebd. 79) können mit akkusativischen Substantiven, Adjektiven, Präpositionalattributen und mit komplexen Satzteilen verbunden sein. Einige Beispiele für die erwähnten Verbphraseme werden hier gegeben (ebd. 86):

- Verbphraseme, mit akkusativischen Substantiven: *den Faden verlieren, Maulaffen feilbieten...*
- Verbphraseme, mit Adjektiven: *klein begeben, sich schwarz ärgern, schön färben...*
- Verbphraseme, mit Präpositionalattributen: *an einem Strand ziehen, um des Kaisers Bart streiten, in den Schloß fallen...*
- Verbphraseme, die sich mit komplexen Satzteilen zu hochkomplexen Phrasemen verbinden: *die Katze im Sack kaufen, sein Schäfchen ins Trockene bringen, den Stier bei den Hörnern packen.*
- Verbphraseme, mit Vergleichspartikeln: *einstürzen wie ein Kartenhaus, lügen wie gedruckt, aussehen wie gelect*

5.4 Phraseme anderer Wortarten

Zuletzt werden einige Phraseme anderer Wortarten sowie polylexikale Konjunktions- und Präpositionsphraseme erwähnt (ebd. 89):

- *nichts und wieder nichts, seit eh und je, samt und anders*

Außerdem werden auch Mehrlingsformeln angeführt, wie zum Beispiel *nie und nimmer, dann und wann* oder *hüben und drüben* (ebd. 89).

6 Einleitung in den praktischen Teil

Mode ist ein wichtiger Teil unseres Lebens, auch wenn die Leute nicht genug darauf achten oder ihr nicht genug Aufmerksamkeit schenken. Es ist ständig um uns herum. Man sieht nicht wirklich, wie viel Mode nicht nur unser Leben beeinflusst, sondern auch die Sprache, die gesprochen und geschrieben ist. Mode ist allgegenwärtig und man kann überall darüber lesen, aber hauptsächlich auf Internetportalen, die vor allem in den letzten Jahren immer beliebter werden. Pavić Pintarić (2006: 12) ist der Meinung das Modejournalismus in Frauenzeitschriften einen unverwechselbaren Stil, voller Bilder, Fotografien, kurzen effektvollen Notizen, Metaphern und Phrasen zeigt. Dabei ist zu beachten, dass Modemagazine nicht nur über Mode sprechen, sondern auch über Schönheit, Körperpflege, Klatsch und Ernährung. Zeitungsartikel und Modeartikel verschwinden ebenso schnell wie sie entstehen, weshalb die Autoren der Texte einen lässigen Schreibstil verwenden (Badurina 1998: 426 zit. nach Pavić Pintarić 2009:2). Daher werden Phraseme in Zeitungen oft als Ausdrucksmittel verwendet, weil sie reiche Möglichkeiten der Modifikation und des Wortspiels aufweisen (Mellado Blanco 2008:9 zit. nach Pavić Pintarić 2009:2)⁴. In weiteren Kapiteln werden die Phraseologismen in deutschen Modemagazinen detaillierter analysiert und dargestellt.

7 Der Ort des Phrasems im Text

Es gibt keine feste Regeln für den Einsatz von Phrasemen aber es besteht einen deutlichen Vorzug, vor allem in schriftlich konzipierten Texten (Burger 2015:158). Dieses Kapitel befasst sich mit Phrasemen in den Schlagzeilen von Modemagazinen auf Internetportalen.

7.1 Schlagzeilen

Die Stelle, an der die Phraseme im Text am häufigsten vorkommen, sind Schlagzeilen. Diese Schlagzeilen haben in der Presse an Bedeutung gewonnen, weil ihre Aufgabe hauptsächlich darin besteht, die Aufmerksamkeit des Lesers zu gewinnen und die wichtigen Punkte der Nachricht

⁴ Zitate aus kroatischen Quellen werden von der Arbeitau

hervorzuheben (ebd. 159). Metaphorische Idiome und Sprichwörter werden verwendet, um effektive und effiziente Schlagzeilen zu erreichen.

7.2 Analyse der Schlagzeilen in Modemagazinen

Die Verwendung von Phrasemen macht Nachrichten gerade interessant und sinnvoll, um das Interesse des Lesers zu behalten. Die Schlagzeilen zeigen die wichtigsten Informationen und Nachrichten, und Idiome helfen ihnen, ihre Botschaft anschaulich zu vermitteln. Schlagzeilen in Zeitungen helfen dem Leser bei der Auswahl der Art von Nachrichten, die ihrem Interesse am besten entsprechen. In diesem Teil der Arbeit werden drei Schlagzeilen aus drei verschiedenen Modemagazinen analysiert und untersucht.

Die Schlagzeile lautet: „Micro-Bikini: So *trägst du den Hauch von Nichts* im Sommer“⁵. Dieser Artikel wurde auf dem Internetportal des Modemagazins „Cosmopolitan“ am 11. Juni 2021 veröffentlicht. Da es sich um ein Micro-Bikini handelt, kann man bemerken das *Hauch von Nichts* hier bedeutet, dass der Bikini sehr wenig Material hat, fast nichts, und dass die wörtliche Bedeutung von Hauch ⁶ nicht angewendet werden kann.

Ein weiteres Beispiel ist ein Phraseologismus aus dem Modemagazin „Grazia“, das am 6. Mai 2010 veröffentlicht wurde, und lautet: „*Ins Netz gegangen*: High-Heel von Buffalo“⁷. Das Phraseologismus *jemandem ins Netz gehen* kann eine wörtliche aber auch eine übertragene Bedeutung haben. Die übertragene Bedeutung lautet „von jemandem gestellt, gefasst werden“ (die Diebe sind der Polizei ins Netz gegangen)⁸. In diesem Artikel bezieht sich das Idiom auf das Bild und nicht auf den Text, sodass der Schluss gezogen werden kann, dass sich das Wort Netz auf Schuhe bezieht, die eigentlich einem Netz ähneln, sodass die wörtliche Bedeutung angewendet werden kann.

⁵ <https://www.cosmopolitan.de/micro-bikini-so-traegst-du-den-hauch-von-nichts-82604.html>, abgerufen am 12.8.2021

⁶ Der Hauch - sichtbarer oder fühlbarer Atem; <https://www.duden.de/rechtschreibung/Hauch>, abgerufen am 12.8.2021

⁷ <https://www.grazia-magazin.de/fashion/ins-netz-gegangen-high-heel-von-buffalo-553.html>, abgerufen am 12.8.2021

⁸ <https://www.duden.de/rechtschreibung/Netz>, abgerufen am 12.8.2021

Das Phrasem *in jemandes Fußstapfen* treten erscheint am 22. Juli 2021 auf der Schlagzeile des Modemagazins „Elle“: „Leni Klum *tritt in die Fußstapfen* von Mama Heidi Klum: Jetzt geht ihre Model-Karriere richtig los!“⁹. Da es nicht wirklich in die Fußstapfen von jemandem treten kann, ist die Bedeutung hier phraseologisch und bedeutet „der Nachfolger sein; einem Vorbild nachfolgen; jemandes Tätigkeit weiterführen“.¹⁰

8 Aufteilung der Phraseme nach Wortarten

In diesem Kapitel werden Phraseme aus Modemagazinen anhand der Wortart analysiert. Die Unterkapitel konzentrieren sich auf drei Arten von Phrasemen: substantivische, verbale und adjektivische Phraseme.

8.1 Substantivische Phraseologismen

Im Artikel, den „Vogue“ am 29. Mai 2020 veröffentlichte, erscheint ein Phrasem in dem Satz: „Der Cosmopolitan zieht sich wie ein roter Faden durch alle Staffeln.“¹¹. Das Phrasem *roter Faden* ist ein substantivisches Phrasem, weil der Kern des Phrasems das Substantiv „(der) Faden“ ist. Die Definition des roten Fadens, die hier angewendet sein kann, ist „etwas, das immer wiederkehrt oder da ist, wie ein Leitmotiv oder eine typische Besonderheit.“¹² Um einen Idiom zu verstehen, muss man natürlich den Kontext des Textes kennen. Also der Cosmopolitan ist hier ein Cocktail, das immer dabei ist und das durch alle Staffeln der Fernsehsendung präsent ist, deshalb wird er als roter Faden bezeichnet.

Ein weiteres Beispiel substantivischer Phraseme erscheint in einem Artikel des Modemagazins „Grazia“ das am 24. Juli 2021 veröffentlicht wurde. In dem Satz:

⁹ <https://www.elle.de/fashion-heidi-klum-leni-klum-model-karriere-ghd>, abgerufen am 12.8.2021

¹⁰ https://www.redensartenindex.de/suche.php?suchbegriff=~in+jemandes+Fu%C3%9Fstapfen+treten&bool=relevanz&suchspalte%5B%5D=rart_ou, abgerufen am 12.8.2021

¹¹ <https://www.vogue.de/lifestyle/artikel/cosmopolitan-rezept-sex-and-the-city-carrie-bradshaw>, abgerufen am 13.8.2021

¹² <https://kinder.wdr.de/tv/wissen-macht-ah/bibliothek/kuriosah/bibliothek-was-ist-der-rote-faden-100.html>, abgerufen am 13.8.2021

Doch seit dem Megxit und spätestens dem skandalösen Interview mit Oprah Winfrey, in dem das Ehepaar dem britischen Königshaus schwere Vorwürfe entgegenbrachte, herrscht *dicke Luft* zwischen Prinz Harry und Meghan und dem Rest der königlichen Familie.¹³

Das Phrasem *dicke Luft* hat natürlich hier eine übertragene Bedeutung, da die Luft nicht dick sein kann. Die Bedeutung, die hier angewendet sein kann, ist „angespannte, gereizte Stimmung, die in Streit umzuschlagen droht“.¹⁴

Krucka (2015:16) erwähnt Paarformen, die auch noch Zwillingspaare genannt werden. Sie bestehen aus zwei Substantiven, die meistens durch Präpositionen verbunden sind, aber manche kommen mit einer Alliteration vor. Ein solches Beispiel, ein Phrasem mit einer Alliteration, erscheint in einem Artikel in dem Magazin „Grazia“, im Satz:

Wir setzen alles auf Rot! Und damit sind wir nicht alleine - auch Stars wie Elisabeth Banks, Michelle Rodriguez und Milla Jovovich sind *Feuer und Flamme* für rote Roben.¹⁵

Die Bedeutung des Phrasems „Feuer und Flamme“ ist hier „volle, plötzliche überschwängliche Begeisterung“¹⁶.

8.2 Adjektivische Phraseologismen

Adjektivische Phraseme sind nicht so häufig, weil sie oft mit Substantiven oder Verben vorkommen, und sie werden eher zu der substantivischen oder verbalen Gruppe gezählt (ebd. 16). Dasselbe kann durch die geringe Präsenz von Adjektivphrasen in Modemagazinen bestätigt werden. Gleich wie bei substantivischen treten auch bei adjektivischen Phrasemen Paarformen (Zwillingsformen). Ein solches Beispiel erscheint in dem Modemagazin „Grazia“, das am 13. August 2021 veröffentlicht wurde. Der Satz lautet: „Wer es *schlicht und einfach* mag, kann allerdings auch in schlichte Basics investieren oder auf Kleidungsstücke setzen, die die

¹³ <https://www.grazia-magazin.de/hot-stories/-meghan-tragische-neuigkeit-50720.html>, abgerufen am 13.8.2021

¹⁴ <https://www.dwds.de/wb/dicke%20Luft>, abgerufen am 13.8.2021

¹⁵ <https://www.instyle.de/fashion/feuer-und-flamme-stars-kleiden-sich-jetzt-verfuehrerischem-rot>, abgerufen am 13.8.2021

¹⁶ <https://www.dwds.de/wb/Feuer%20und%20Flamme>, abgerufen am 13.8.2021

trendsicheren Französischen lieben.“¹⁷. Die Bedeutung des Phrasems *schlicht und einfach*, das schon in dem theoretischen Teil erwähnt wurde, ist umgangssprachlich verwendet und bedeutet „ganz einfach, ohne Umstände“¹⁸. Ein weiteres Beispiel das auch schon in dem theoretischen Teil erwähnt wurde aber in dem Modemagazin „InStyle“ vorkommt ist das Phrasem *klipp und klar* in dem Satz: „Dabei müssen wir keine Vermutungen anstellen, sondern können *klipp und klar* behaupten: Es handelt sich um einen super schönen Sommer-Trend.“¹⁹. Die Definition des Phrasems ist „völlig klar, unmissverständlich“²⁰

8.3 Verbale Phraseologismen

Wegen der dominanten Stellung der Verben, die durch die zentrale Position verursacht ist, ist dieser Typ von Phraseologismen die umfangreichste Gruppe (Fleischer 1997: 154-161 zit. nach Krucka 2015:17). Dies wird dadurch bestätigt, dass die meisten verbalen Phraseme auch in Modemagazinen auftauchen. Sie dienen dazu, die Handlungen, Tätigkeiten, und Prozesse zum Ausdruck zu bringen und die Handlung näher zu beschreiben, mildern und bildhaft zu verdeutlichen (ebd. 17). In dem Modemagazin „Grazia“, das am 2. Juni 2021 veröffentlicht wurde, erscheint ein Phrasem in dem Satz: „Das ist allerdings kein Wunder, denn das Getreide *hat* so einiges *auf dem Kasten*.“²¹. Das Phraseologismus lautet *auf dem Kasten haben* und seine Bedeutung ist „(auf einem bestimmten Gebiet) große Erfahrung und hohe Kompetenz besitzen; etw. gut können“²², also besondere Fähigkeiten besitzen. In diesem Fall bedeutet dies, dass das Getreide gute Nährstoffe enthält, von denen der Körper profitiert. In dem folgenden Text in dem Modemagazin wurden die Nährstoffe aufgezählt.

Ein weiteres Beispiel eines verbalen Phraseologismus erscheint im Modemagazin „Grazia“ im Satz: „In der gestrigen, in den USA ausgestrahlten Folge der Reality-Show, *ließ* die 33-Jährige die

¹⁷ <https://www.grazia-magazin.de/fashion/editors-pick-die-fashion-lieblinge-der-grazia-redaktion-28312.html%20abgerufen%20am%2013.8.2021>, abgerufen am 13.8.2021

¹⁸ https://www.duden.de/rechtschreibung/schlicht_einfach_kurz_gesagt, abgerufen am 13.8.2021

¹⁹ <https://www.instyle.de/fashion/katie-holmes-sommer-trend-top-mango>, abgerufen am 13.8.2021

²⁰ https://www.duden.de/rechtschreibung/klipp_und_klar, abgerufen am 13.8.2021

²¹ <https://www.grazia-magazin.de/lifestyle/haferflocken-zutat-nie-essen-50056.html>, abgerufen am 13.8.2021

²² <https://www.dwds.de/wb/auf%20dem%20Kasten%20haben>, abgerufen am 13.8.2021

Katze aus dem Sack: Sie bekommt ein Mädchen!“²³ das am 5. März 2018 veröffentlicht wurde. Das Phrasem *die Katze aus dem Sack lassen* erscheint noch einmal in einem Artikel der am 18. März 2018 veröffentlicht wurde. Der Satz lautet:

Denn der 45-Jährige, der erst vor Kurzem so offen über seine Alkoholsucht sprach, versuchte bisher, sein Tattoo vor den Augen der Öffentlichkeit zu verstecken. Doch jetzt ist die Katze – oder sollten wir lieber sagen: der „Phönix“ – aus dem Sack...

Das Phrasem *die Katze aus dem Sack lassen* kann natürlich eine wörtliche Bedeutung haben, also die Katze wirklich aus einem Sack frei lassen. In diesen oben genannten Fällen hat der Phraseologismus in beiden Sätzen eine phraseologische Bedeutung und gehört zur Vollidiomatizität, also „erkennen geben; eine bisher geheime (negative) Information preisgeben; eine (positive) Überraschung verkünden“²⁴. Solche Phraseme können für Sprecher, deren Deutsch nicht ihre Muttersprache ist, oft schwer zu verstehen sein.

In einem Artikel, der am 22. Juli 2021 im Modemagazin „Elle“ veröffentlicht wurde, erscheint ein weiteres verbales Phrasem im Satz:

Der Apfel fällt bekanntlich nicht weit vom Stamm. Ihr Model-Debüt hatte Leni Klum, die Tochter von Heidi Klum, bereits, als sie gemeinsam mit Mama das Cover der deutschen Vogue zierte.²⁵

Das Phrasem *der Apfel fällt nicht weit vom Stamm* hat auch eine wörtliche und eine phraseologische Bedeutung. Ein Apfel, wenn er fällt, fällt tatsächlich nicht weit vom Stamm aber in diesem Beispiel kann die phraseologische Bedeutung verwendet werden und dies ist „wenn sich Kinder im Laufe ihres Lebens ähnlich entwickeln wie ihre Vorfahren, weil bestimmte Eigenschaften oder Verhaltensweisen innerhalb der Familie weitergegeben oder vererbt werden.“²⁶

²³ <https://www.grazia-magazin.de/hot-stories/people-news/khloe-kardashian-bekommt-sie-doch-ein-maedchen-25494.html>, abgerufen am 13.8.2021

²⁴ <https://www.dwds.de/wb/die%20Katze%20aus%20dem%20Sack%20lassen>, abgerufen am 13.8.2021

²⁵ <https://www.elle.de/fashion-heidi-klum-leni-klum-model-karriere-ghd>, abgerufen am 13.8.2021

²⁶ <http://www.sprichwort-plattform.org/sp/Der%20Apfel%20f%C3%A4llt%20nicht%20weit%20vom%20Stamm>, abgerufen am 13.8.2021

9 Schlussfolgerung

Phraseologie ist eine linguistische Disziplin, die sich mit Phrasemen befasst. Sie entwickelt sich erst seit den 70er Jahren. Es ist wichtig, die Phraseme mit freier Bedeutung von den Phrasemen mit phraseologischer Bedeutung zu unterscheiden. Sie sind in Idiome, Teilidiome und Nichtidiome gegliedert. Die wichtigsten Merkmale wie Polylexikalität, Festigkeit und Idiomatizität wurden erklärt und mit entsprechenden Belegen argumentiert. Nach Basisklassifikation werden die Phraseme in drei Gruppen anhand ihrer Zeichenfunktion geteilt: referentielle, strukturelle und kommunikative Phraseme. Abschließend ist festzustellen, dass die phraseologischen Ausdrücke in der deutschen Sprache eine wichtige Rolle haben, aber Sprache ohne sie ist nicht unvorstellbar. Die Phraseologie hat einen großen Einfluss auf die Pressesprache, in der eine beträchtliche Anzahl von Phrasemen auftaucht. Sie dienen dazu, die Leser anzuziehen und die Magazine interessanter zu machen.

Es lässt sich schließen, dass die meisten Phrasen, wie *Hauch von Nichts tragen*, *jemandem ins Netz gehen*, *in jemandes Fußstapfen*, in den Schlagzeilen von Zeitungsartikeln vorkommen. Ihre Rolle besteht darin, Leser mit interessanten Schlagzeilen anzuziehen und die wichtigen Punkte der Nachricht hervorzuheben. In der folgenden Tabelle sind alle Phraseme die in dieser Arbeit untersucht worden, nach Wortart unterteilt. Die gebräuchlichsten Phraseme sind Verbphraseme und Substantivphraseme, während Adjektivphraseme etwas seltener vorkommen.

Tabelle 3: Aufteilung der Phraseme nach der Wortart, die in dieser Arbeit untersucht und erforscht wurden

Aufteilung nach Wortart	Phraseme aus Modemagazinen
substantivische Phraseme	<i>roter Faden, dicke Luft, Feuer und Flamme</i>
verbale Phraseme	<i>auf dem Kasten haben, die Katze aus dem Sack lassen, der Apfel fällt nicht weit vom Stamm</i>
adjektivische Phraseme	<i>schlicht und einfach, klipp und klar</i>

Sažetak

U ovom se radu proučavaju i analiziraju frazeologizmi u novinskim člancima o modi na njemačkim internetskim portalima. Rad je podijeljen u dva dijela. Prvi dio bavi se teorijskim uvodom u kojem se raspravlja o najvažnijim pojmovima iz područja frazeologije. Obrađuju se karakteristike kao što su idiomatičnost, polileksičnost i čvrstoća frazema.

U drugom, praktičnom dijelu, najprije se detaljnije proučavaju naslovi, odnosno udarni redci, mjesta gdje se frazemi najčešće pojavljuju na portalima. Zatim se analiziraju frazeologizmi u odabranim modnim časopisima na internetskim portalima na temelju vrste riječi, a dijele se na tri vrste: imenski, pridjevski i glagolski frazeologizmi. Na kraju rada slijedi zaključak.

Ključne riječi: idiomi, frazeologija, modni časopisi, udarni redak

Literaturverzeichnis

Burger, Harald (2015). *Phraseologie. Eine Einführung am Beispiel des Deutschen*. Berlin: Erich Schmidt Verlag.

Donalies, Elke (2009). *Basiswissen Deutsche Phraseologie*. Tübingen: Narr Francke Attempto Verlag.

Fleischer, Wolfgang (1982). *Phraseologie der deutschen Gegenwartssprache*. Leipzig: VEB Bibliographisches Institut Leipzig.

Internetquellen:

Cosmopolitan <https://www.cosmopolitan.de/>, abgerufen am 12.8.2021

Digitales Wörterbuch der deutschen Sprache <https://www.dwds.de/d/woerterbuecher>, abgerufen am 13.8.2021

Duden <https://www.duden.de/>, abgerufen am 13.08.2021

Grazia <https://www.grazia-magazin.de/>, abgerufen am 13.8.2021

InStyle abgerufen <https://www.instyle.de/>, am 13.8.2021

Krucká, Jana (2015): *Phraseologismen in deutschen Frauenzeitschriften*. Plzeň. Západočeská Univerzita v Plzni. https://otik.uk.zcu.cz/bitstream/11025/19859/1/Krucka_DP.pdf

Pavić Pintarić, Anita (2009): *Modifikacija frazema u hrvatskom i njemačkom jeziku mode* Sveučilište u Zadru. <https://hrcak.srce.hr/file/67806>

Redensartenindex.de <https://www.redensartenindex.de/>, abgerufen am 13.08.2021

Suchert Anne (2013): *Die Sprache der Mode: Eine linguistische Betrachtung lexikalischer und stilistischer Besonderheiten in der Sprache der Modewelt*. Würzbur. https://opus.bibliothek.uni-wuerzburg.de/files/12291/Suchert_Anne_Modesprache.pdf

Vogue <https://www.vogue.de/>, abgerufen am 13.8.2021

Anhang

Micro-Bikini: So trägst du den Hauch von Nichts im Sommer

Cosmopolitan 11.06.2021, 16:45 Uhr

<https://www.cosmopolitan.de/micro-bikini-so-traegst-du-den-hauch-von-nichts-82604.html>,

abgerufen am 12.8.2021

Heißer am Strand geht es nicht: Ein Micro-Bikini ist so knapp geschnitten, dass du auch fast nackt baden gehen könntest – aber eben nur fast. Wir zeigen dir die schönsten Modelle, die das nötigste bedecken, dir aber sonst alle Freiheiten lassen!

Was sind Micro-Bikinis?

Wie das Wort schon sagt: winzig. Meist handelt es sich beim Bikini-Oberteil um zwei ganz kleine Dreiecke, die auf den Brüsten platziert und mithilfe zweier Kordeln mehr oder weniger fixiert werden. Das Unterteil besteht vorne nur aus einem kleinen Dreieck oder einem Viereck, hinten sind es in der Regel String-Tangas mit hauchdünnen Bändern, der sogenannte T-Schnitt.

Was ist der Unterschied zwischen Micro- und Mini-Bikini?

Der Unterschied zwischen Micro- und Mini-Bikini liegt in der Größe des Stoffstücks. Da sie sich aber kaum unterscheiden, werden Micro- und Mini-Bikinis der Einfachheit halber auch gern einfach als Microkini bezeichnet.

Micro-Bikini: So findest du dein Modell

Wenig Stoff, viel Selbstbewusstsein: Das macht den Micro-Bikini aus. Auch bei den winzigen Stoffstückchen finden wir Trends wie Netzoptik, Transparenz und Cut-outs. Mit unserer Auswahl wirst du DER Hingucker im Strandurlaub!

Top 3 Micro-Bikini Facts:

maritimes Design

Triangel-Schnitt

Einheitsgröße

Mit dem Micro-Bikini von Sohimary passt du dich auch optisch an das maritime Flair am Strand an. Das Modell mit Streifenmuster ist für Badenixen genau das Richtige. Streifenfrei braun wird man damit zwar nicht – aber die Bikini-Abdrücke sind dafür nur winzig!

Triangel-Bikini

Einheitsgröße

Höschen mit T-Schnitt

Transparenz ist ein Trend im Jahr 2021 – und so kommt der Mini-Bikini von my sexy bikini neben zwölf weiteren Farben auch im transparenten Weiß daher. Die Einheitsgröße wird mittels Kordel angepasst. Hallo, Beach Boys!

Top 3 Micro-Bikini Facts:

3 Farben

Triangel-Bikini

Einheitsgröße

Wenn du dich nicht entscheiden kannst, ist das Micro-Bikini-Set genau richtig. Du kannst so jeden Tag auf eine andere Bikinifarbe setzen. Damit geht dir der nächste Sommer-Flirt garantiert ins Netz. Die Welt der Microkinis zeigt: Auch Trends in mikroskopisch kleiner Form können aufregend sein. Ganz nach dem Motto: Klein, aber ohoooo!

Leni Klum tritt in die Fußstapfen von Mama Heidi Klum: Jetzt geht ihre Model-Karriere richtig los!

Von Eva Harmeling 22. JULI 2021

<https://www.elle.de/fashion-heidi-klum-leni-klum-model-karriere-ghd>, abgerufen am 12.8.2021

Der Apfel fällt bekanntlich nicht weit vom Stamm. Ihr Model-Debüt hatte Leni Klum, die Tochter von Heidi Klum, bereits, als sie gemeinsam mit Mama das Cover der deutschen Vogue zierte. Jetzt geht es in der Model-Karriere der 17-Jährigen einen Schritt weiter, denn sie ist das neue Testimonial für ghd und verkündet die neue Partnerschaft bereits stolz auf Instagram: „Glücklich, Teil der ghd-Familie zu sein“, schreibt Leni Klum und gibt einen Einblick in ihre Beauty-Routine.

Ganz die Mama: Leni Klum folgt in ihrer Model-Karriere Heidi Klum nach

Heidi Klum haben wir in den letzten Jahrzehnten mindestens so oft auf dem Laufsteg und auf Covern gesehen, wie als Werbebesicht – wenn nicht sogar öfter. Die 48-Jährige war als Testimonial bereits für Katjes, McDonald's und Schwarzkopf zu sehen und hat ihre Frohnatur immer mit einem Augenzwinkern in die Werbespots eingebracht. Diesem Weg folgt jetzt auch Leni Klum und es ist kaum verwunderlich, dass auch sie als Markenbotschafterin in ihrer Model-Karriere einen Schritt weiter geht.

Das hat sie von Model-Mama Heidi Klum: Leni Klum als Markenbotschafterin für ghd

Mit ebenso viel Humor wie Mama Heidi Klum präsentiert auch Leni Klum auf Instagram ihr erstes Video als Markenbotschafterin für ghd – und liefert gleich noch ein Tutorial für ihre wilden Locken mit (das kennen wir doch irgendwoher?). Ihre Fans jedenfalls sind begeistert und können es kaum erwarten, demnächst noch mehr von Leni Klum zu sehen. Und auch bei ghd ist man happy: „Wir freuen uns unglaublich über unsere Zusammenarbeit mit Leni Klum. Wir sind überzeugt, dass Leni unsere jüngere Zielgruppe perfekt widerspiegelt: ambitioniert, aufgeschlossen, voller Energie und Lebensfreude“, sagt Jens Ciliax, Managing Director ghd Deutschland. Wir jedenfalls sind gespannt, welchen Karriereschritt Leni Klum als nächstes tut.

Herzogin Meghan: Tragische Neuigkeit

Von Lena.Everling am Samstag, 24. Juli 2021 um 11:15 Uhr

<https://www.grazia-magazin.de/hot-stories/-meghan-tragische-neuigkeit-50720.html>, abgerufen am 13.8.2021

Welche tragische Neuigkeit nun für Entsetzen bei Herzogin Meghan sorgt, erfahrt ihr hier...

Dass Herzogin Meghan und Prinz Harry dem britischen Königshaus den Rücken gekehrt, sich voll allen royalen Pflichten gelöst haben und sich nach Kalifornien abgesetzt haben, ist längst kein Geheimnis mehr. Doch seit dem Megxit und spätestens dem skandalösen Interview mit Oprah Winfrey, in dem das Ehepaar dem britischen Königshaus schwere Vorwürfe entgegenbrachte, herrscht dicke Luft zwischen Prinz Harry und Meghan und dem Rest der königlichen Familie. Auch die Geburt von Baby Lilibet Diana am 4. Juni dieses Jahres, konnte die Fronten bisher noch nicht glätten und der Haussegen hängt weiterhin schief. Doch nicht nur das – auch das Verhältnis von Meghan zu ihrer Familie, ist sehr bescheiden und schon seit Jahren hat die ehemalige Schauspielerin mit ihrem Vater Thomas Markle, keinen Kontakt mehr. Seit ihrer Hochzeit mit Prinz Harry sorgt ihr Vater immer wieder für negative Schlagzeilen: So hat er der Presse immer wieder teilweise sehr private Dinge ausgeplaudert und soll über die beiden gelästert haben. Nun geht er noch einen Schritt weiter – jetzt will er Herzogin Meghan vor Gericht bringen...

Der Kontakt von Meghan zu ihrem Vater ist sehr abgekühlt und distanziert. Im Interview mit Oprah Winfrey erklärte Meghan, dass es für sie schwer sei, sich mit ihrem Vater zu versöhnen. Sie fühle sich von ihm verraten und äußerte sogar, dass sie ihn verloren hätte. Daher verwehrt sie Thomas Markle, seine Enkelkinder sehen zu dürfen, er hat sie offenbar noch nie zu Gesicht bekommen. Doch langsam reißt sein Geduldsfaden und er will nun Archie und Lilibet Diana unbedingt sehen. Doch da ihm bewusst ist, dass seine Chancen schlecht stehen, fährt er nun schwere Geschütze auf und plant, vor Gericht zu ziehen. In einem Interview mit dem US-Sender Fox News warf er seiner Tochter und ihrem Ehemann Prinz Harry, schlechtes Benehmen vor und wandte sich mit einer Bitte an die britische Königsfamilie. "Ich werde bei einem kalifornischen Gericht einen Antrag einreichen, um das Recht zu erhalten, meine Enkelkinder in naher Zukunft sehen zu dürfen". Und er ergänzte: "Ich möchte diese Gelegenheit nutzen, um die Königin und die

königliche Familie zu bitten, Lili zu erlauben, ihre Taufe in der Kirche der Queen erhalten zu dürfen." Zudem machte er Prinz Harry und Meghan schwere Vorwürfe: "Ich hoffe, dass die Königin, die Royals und das englische Volk innehalten und darüber nachdenken werden. Wir sollten die Kinder nicht für die Fehler und das schlechte Verhalten ihrer Eltern bestrafen." Wir sind gespannt, ob Meghans Vater tatsächlich vor das Gericht zieht und halten euch natürlich auf dem Laufenden.

Haferflocken: Mit dieser Zutat solltest du das Getreide nie essen

Von Marvena.Ratsch am Mittwoch, 2. Juni 2021 um 13:25 Uhr

<https://www.grazia-magazin.de/lifestyle/haferflocken-zutat-nie-essen-50056.html>, abgerufen am 13.8.2021

Wie heißt es so schön: "Man sollte die Spreu vom Weizen trennen". Und genau dieses Sprichwort trifft auch bei der Auswahl der Zutaten zu, mit denen du Haferflocken essen solltest. Welches Lebensmittel du nie zu dem Getreide essen solltest, erfährst du jetzt.

Schauen wir uns die Ernährungspläne bekannter Fitness-Influencer wie Pamela Reif oder Sofia Tsakiridou genauer an, dann fällt schnell auf, dass sie allesamt regelmäßig ein ganz bestimmtes Lebensmittel in ihren Speiseplan integrieren. Die Rede ist von Haferflocken. Das ist allerdings kein Wunder, denn das Getreide hat so einiges auf dem Kasten. Die Kombination aus langkettigen Kohlenhydraten, Ballaststoffen und pflanzlichen Proteinen gepaart mit zahlreichen Vitaminen, Mineralien sowie Spurenelementen macht diese kleinen Flocken zu einem absoluten Superfood, welches zahlreiche positive Benefits für den Körper bereithält. Zudem lassen sie sich einfach und gleichzeitig auf vielfältigste Weise zubereiten, sodass mit ihnen niemals Langeweile auf dem Teller herrscht. Ob Porridge, Kuchen oder Riegel – die Auswahl ist riesig. Geht es jedoch an die Zubereitung, gibt es so einiges zu beachten: Beispielsweise die richtige Menge oder aber, mit welchen Zutaten du das Getreide niemals kombinieren solltest. Allen voran eine ganz bestimmte Speise, die die gesunden Eigenschaften von Haferflocken zunichtemachen würde...

Sie machen lange satt, kurbeln Verdauung sowie Stoffwechsel an, halten den Blutzucker im Gleichgewicht und bewahren somit vor lästigen Heißhungerattacken: Es lässt sich nicht leugnen, dass Haferflocken das ideale Frühstück sind, um gesund und voller Energie in den Tag zu starten. Wählt ihr allerdings Trockenobst als Topping für Müsli oder Porridge aus, dann lösen sich all die genannten positiven Eigenschaften des Getreides in Luft auf. Du fragst dich, wieso gerade getrocknete Früchte ein absolutes No-Go sind? Es ist nicht das Lebensmittel an sich, sondern vielmehr der Umgang damit. Aufgrund der geschrumpften Form von Rosinen, Aprikosen und Co., neigt man nämlich schnell dazu, sich eine deutlich größere Portion auf den Teller zu laden, als wenn man zu dem frischen Pendant greift. Damit erhöht sich der Zuckergehalt (auch wenn es Fruktose ist) des Gerichts massiv, dem selbst die positiven Eigenschaften der Haferflocken nicht

entgegenwirken können. Es folgt also ein Anstieg des Blutzuckerspiegels, der wiederum plötzliche Fressattacken mit sich zieht und auch Verdauung und Stoffwechsel werden beeinträchtigt. In Zukunft solltest du also darauf achten, dass du das Getreide entweder mit einer abgezählten Menge Trockenobst servierst oder direkt auf frische Trauben, Äpfeln oder Beeren setzt.

Khloé Kardashian: Bekommt sie doch ein Mädchen?!

Von Kyra am Montag, 5. März 2018 um 13:18 Uhr

<https://www.grazia-magazin.de/hot-stories/people-news/khloe-kardashian-bekommt-sie-doch-ein-maedchen-25494.html>, abgerufen am 13.8.2021

Es ist raus: Khloé Kardashian hat endlich das Geschlecht ihres Babys verraten! Sie und Basketball-Star Tristan Thompson erwarten ein...

...Mädchen! Was? Wir waren uns doch so sicher, dass Khloé Kardashian im #TeamBlau spielt. Doch seit der letzten Folge (der 14. Staffel) der Reality-Serie "Keeping up with the Kardashians" wissen wir: Die TV-Schönheit und ihr Boyfriend, Basketball-Star Tristan Thompson, erwarten ein Babygirl! Hand auf's Herz, passt ein weibliches Mitglied nicht auch viel besser zu dem berühmten Clan? Oma Kris Jenner freut sich immerhin riesig über diese News...

Nachdem wir uns vergangene Woche auf die Aussage von People verlassen haben, wissen wir es nun besser. In der gestrigen, in den USA ausgestrahlten Folge der Reality-Show, ließ die 33-Jährige die Katze aus dem Sack: Sie bekommt ein Mädchen! Das Kuriose: Die Mom-to-be wirkte zunächst enttäuscht, als sie es erfuhr. Bei Twitter rechtfertigte die Schwangere kurze Zeit später ihre Reaktion: "Nein!!! Es ist so schwer!!! Ich hatte schon einen Namen für einen Jungen. Jetzt muss ich mich echt beeilen, einen zu finden."

Khloé Kardashian: Bekommt sie doch ein Mädchen?!

Von Kyra am Montag, 5. März 2018 um 13:18 Uhr

Es ist raus: Khloé Kardashian hat endlich das Geschlecht ihres Babys verraten! Sie und Basketball-Star Tristan Thompson erwarten ein...

Reality-Star Khloé Kardashian freut sich auf ihr Babygirl

...Mädchen! Was? Wir waren uns doch so sicher, dass Khloé Kardashian im #TeamBlau spielt. Doch seit der letzten Folge (der 14. Staffel) der Reality-Serie "Keeping up with the Kardashians" wissen wir: Die TV-Schönheit und ihr Boyfriend, Basketball-Star Tristan Thompson, erwarten ein Babygirl! Hand auf's Herz, passt ein weibliches Mitglied nicht auch viel besser zu dem berühmten Clan? Oma Kris Jenner freut sich immerhin riesig über diese News...

Nachdem wir uns vergangene Woche auf die Aussage von People verlassen haben, wissen wir es nun besser. In der gestrigen, in den USA ausgestrahlten Folge der Reality-Show, ließ die 33-Jährige die Katze aus dem Sack: Sie bekommt ein Mädchen! Das Kuriose: Die Mom-to-be wirkte zunächst enttäuscht, als sie es erfuhr. Bei Twitter rechtfertigte die Schwangere kurze Zeit später ihre Reaktion: "Nein!!! Es ist so schwer!!! Ich hatte schon einen Namen für einen Jungen. Jetzt muss ich mich echt beeilen, einen zu finden."

Die große Enttäuschung verflog schnell, denn die Beauty bereichert, nach ihren Schwestern Kim Kardashian und Kylie Jenner, nun als dritte den Kardashian-Clan mit Nachwuchs: "Ich finde es so toll, dass meine Tochter mit Chicago und Stormi für immer beste Freundinnen haben wird!!! Gott ist groß!!! Ich danke dem Herrn für unsere Prinzessin."

Wir können es kaum erwarten, mehr von dieser Familie zu sehen und freuen uns schon auf neue Updates zu Khloés kleiner Prinzessin...

Look des Tages: Ladies in Red

Von Michèle Zahlen 12. November 2014

<https://www.instyle.de/fashion/feuer-und-flamme-stars-kleiden-sich-jetzt-verfuehrerischem-rot>,
abgerufen am 13.8.2021

Wir setzen alles auf Rot! Und damit sind wir nicht alleine - auch Stars wie Elisabeth Banks, Michelle Rodriguez und Milla Jovovich sind Feuer und Flamme für rote Roben. Ein kleines Schwarzes sollte ja bekanntlich jede Frau haben. Wir finden: ein langes red Dress aber auch! Das sieht nämlich nicht nur elegant sondern on top auch noch superverführerisch aus.

Style-Expertinnen wissen: Die Farbe ist der Eyecatcher, deshalb darf der Schnitt des Kleides dezenter sein. Tribute von Panem-Star Elisabeth Banks zeigt sich beispielsweise oben hochgeschlossen. Dafür aber mit viel sexy Beinfreiheit. Michelle Rodriguez und Milla Jovovich trauen sich sogar an Kleider mit langen Ärmeln - und sehen trotzdem – dank tiefem Dekolleté, Cut-Outs – very hot aus! Als Stylingregel gilt: Bei diesen Wow-Kleidern können Schmuck und Accessoires im Kleiderschrank bleiben. Wenn aber das Rot des Lippenstiftes zum Kleid passt: Alles richtig gemacht! Ran an die roten Roben!

Trend-Alert! Katie Holmes pimpt ihre Flared Jeans mit einem Top von Mango auf

Von Stephanie Morcinek 20. Juni 2021

<https://www.instyle.de/fashion/katie-holmes-sommer-trend-top-mango>, abgerufen am 13.8.2021

ie Gerüchteküche um Katie Holmes brodelt. Während Jennifer Lopez das Ex-Game mit Ben Affleck gestartet hat, soll ihr Verfloßener, der ehemalige Profibaseballspieler Alex Rodriguez im Wohnkomplex von Katie Holmes gesichtet worden sein. Ob er und die 42 Jahre alte Schauspielerin ein Verhältnis haben? Das überlassen wir am besten den beiden und kümmern uns lieber um einen neuen Look, mit dem Katie kürzlich in New York gesichtet wurde. Dabei müssen wir keine Vermutungen anstellen, sondern können klipp und klar behaupten: Es handelt sich um einen super schönen Sommer-Trend.

Katie Holmes stylt ein wunderschönes Sommer-Trend-Top von Mango zur Schlagjeans

Zu einer hellblauen Schlagjeans stylt Katie weiße Sneaker und ein Top von Mango, das sofort unsere volle Aufmerksamkeit hatte.

Das Stricktop mit Lochmuster aus der Committed-Kollektion des spanischen Retailers Mango hat kurze Ärmel, einen klassischen Kragen und ein angesagtes Crop-Design. Das Top im Poloshirt-Stil aus einem Materialmix aus Polyester, Baumwolle und Viskose kommt in einem angesagten Branton daher, der gut zu Katies Haut- und Haarfarbe, aber auch zum hellen Denim-Blau harmoniert.

Das Oberteil fällt vor allem durch seine durchgängige Knopfreihe auf.

Die Kombi aus Schlagjeans und Stricktop erinnert an lässige Looks der späten 70s und wirkt leicht, cool, dabei aber trotzdem weiblich und grown-up. Neben Jeans können wir uns das Sommer-Trend-Top auch zu weiten Marlene-Hosen, hellen Crop-Jeans oder im Stilbruch zu Radlerhosen vorstellen.

Das Cosmopolitan-Rezept aus "Sex and the City": So mixen Sie Carrie Bradshaws Lieblingsdrink

Von Karina González Ulloa 29. MAI 2020

<https://www.vogue.de/lifestyle/artikel/cosmopolitan-rezept-sex-and-the-city-carrie-bradshaw>,
abgerufen am 13.8.2021

Das ist das Original-Rezept für den Cosmopolitan aus "Sex and the City". So mixen Sie den Lieblingsdrink von Carrie Bradshaw (Sarah Jessica Parker).

Carrie Bradshaw liebt Mode und einen Cosmopolitan mit ihren Freundinnen. Dieser Drink ist fast schon so etwas wie die fünfte Hauptfigur (neben Carrie, Miranda, Samantha und Charlotte) aus der legendären TV-Serie "Sex and the City" (1998 bis 2004). Der Cosmopolitan zieht sich wie ein roter Faden durch alle Staffeln. Wenn die Hauptdarstellerinnen ein wichtiges Thema zu besprechen haben, ist dieser Cocktail immer dabei: Wie ist der Kerl, den man aktuell datet, im Bett? Wie soll ich drauf reagieren, dass mein Neuer einen Dreier vorgeschlagen hat? Was ist momentan das angesagteste Restaurant der Stadt? Können Pralinen ein Ersatz für Sex sein? Und warum ist Carrie schon wieder bei Mr. Big gelandet? (Letzteres Thema hat sich seit der Hochzeit im ersten "Sex and the City"-Film aber endgültig erledigt...)

Aber wie mixt man den Cosmopolitan, den die vier Freundinnen so gerne trinken? Hier finden Sie das Original-Rezept aus "Sex and the City", damit Sie sich zu Hause einen Cosmopolitan so zubereiten können, wie Carrie Bradshaw (gespielt von Sarah Jessica Parker) es tun würde.

Dank "Sex and the City": Der Cosmopolitan ist der New Yorker Cocktail

Der Cosmopolitan ist ein leicht süßer Cocktail, der durch "Sex and the City" das New Yorker Getränk schlechthin geworden ist. Oder wie Carrie in einer Szene der Serie selbst kommentiert: "Samantha, ein Cosmopolitan und Donald Trump zusammen in einer Bar – mehr New York geht nicht."

Tatsächlich passt der Drink sehr gut zu einer Plauderrunde mit Freundinnen. Er schmeckt wunderbar, hebt die Stimmung und lockert die Zunge. Nach dem dritten Glas plaudert man vielleicht Dinge aus, die man nüchtern definitiv für sich behalten hätte. Aber hey: Endlich ist es raus! Wie die Kultserie uns beigebracht hat, hilft der Cosmopolitan, bittere Erfahrungen zu

verarbeiten, ehrliche Dinge auszusprechen und gelegentlich wichtige Entscheidungen zu Beziehungen und dem eigenen Leben zu treffen.

Wenn Sie eine Person sind, die einen süßen und leichten Cocktail sucht und Sie ein Fan von "Sex and the City" sind, müssen Sie dieses Getränk einfach probieren. Wir erklären Ihnen, wie Sie den perfekten Cosmopolitan auf einfachste Weise zubereiten.

Rezept: Welche Zutaten braucht man für den Cosmopolitan aus "Sex and the City"?

4 cl Zitronenwodka (z. B. Absolut Vodka Citron)

2 cl Triple Sec (z. B. Cointreau)

1 cl Limettensaft

4 cl Cranberry-Nektar

1 Orangenscheibe (am besten von einer Bio-Orange)

Content

Das brauchen Sie außerdem:

Einen Cocktail-Shaker

Eiswürfel

Ein Barsieb

Ein Teesieb

So mixen Sie den Cosmopolitan aus "Sex and the City" richtig

Schütten Sie Zitronenwodka, Triple Sec, Limettensaft und Cranberry-Nektar in einen Cocktail-Shaker und füllen Sie diesen mit Eiswürfeln. Verschließen Sie den Shaker ordentlich und schütteln Sie ihn etwa 15 Sekunden kräftig durch. So vermengen sich die Flüssigkeiten.

Gießen Sie den Inhalt des Cocktail-Shakers doppelt durch ein Barsieb und ein Teesieb in ein vorgekühltes Cocktailglas.

Knicken Sie die Orangenscheibe über dem Glas, damit sie ihre ätherischen Öle (und ein bisschen Saft) auf dem Cocktail verströmt. Legen Sie die Orangenscheibe anschließend ins Glas und servieren Sie den Cosmopolitan.

Zwei weitere Tipps für den perfekten "Sex and the City"-Cosmopolitan:

Es gibt erfahrene Barkeeper, die behaupten, man solle zuerst den Zitronenwodka und den Limettensaft in den Shaker gießen und diese beiden Zutaten durchschütteln. Anschließend kommt der Cointreau in den Shaker. Zuletzt wird der Cranberry-Nektar eingerührt.

Wenn Sie keinen Cocktail-Shaker haben, nehmen Sie einfach einen Mixer, um den Cosmopolitan zuzubereiten.

Der Cosmopolitan ist ein zeitloser Cocktail. Egal ob Sommer oder Winter – man kann ihn an 365 Tagen im Jahr genießen. Wie es Carrie Bradshaw, Samantha Jones, Miranda Hobbes und Charlotte York ja in "Sex and the City " vormachen.

Was isst man zu einem Cosmopolitan?

Wetten, dass Sie jetzt überlegen, ob Sie jemals gesehen haben, dass die Hauptdarstellerinnen aus "Sex and the City" zu einem Cosmopolitan etwas gegessen haben?

Nun, Carrie Bradshaw würde Ihnen auf die Frage, was am besten zu einem Cosmopolitan passt, sicher antworten: "Mr. Big!" Aber der steht Ihnen vermutlich gerade nicht zur Verfügung ...

Doch auch auf diese Frage wollen wir Ihnen die Antwort nicht schuldig bleiben!

Der beste Snack für einen Cosmopolitan sind Pommes Frites, aber mit Trüffelöl. Manche Restaurants haben diese auf der Speisekarte. Wenn sie den Cosmopolitan zuhause mixen, können Sie die Pommes Frites einfach in den Backofen schieben und anschließend mit einem Trüffelöl (bekommt man im Supermarkt) benetzen.

Wenn sie keinen Cosmopolitan in Gesellschaft trinken können, dann starten Sie doch einfach einen "Sex and the City"-Marathon - mit DVD, BluRay oder im Stream.

Ins Netz gegangen: High-Heel von Buffalo

Von GRAZIA am Donnerstag, 6. Mai 2010 um 14:37 Uhr

<https://www.grazia-magazin.de/fashion/ins-netz-gegangen-high-heel-von-buffalo-553.html>,

abgerufen am 12.8.2021

Nudefarbene High Heels werden mit Neon-Nagellack zum Blickfang!

(Bild)