

Schwaben kaufen bei Schwaben

Es ist eine Binsenweisheit, dass sich bessere Geschäfte machen lassen, wenn man den Verhandlungspartner versteht. Das gilt allerdings nicht nur für Frankreich, China oder Brasilien – selbst innerhalb von Deutschland macht der Ton die Musik. Sprechen Käufer und Verkäufer eine ähnliche Mundart, fördert das die Handelsbeziehungen. Das fanden Forscher der TU Darmstadt heraus, indem sie wirtschaftliche mit linguistischen Datensätzen kombinierten. „Dabei sind nicht etwa die Dialekte den Handelswegen gefolgt, sondern umgekehrt“, berichtet Volker Nitsch, Leiter des Universitätsfachgebiets Internationale Wirtschaft.

Deutlich werde das beispielsweise im Schwäbischen. Demnach machen die Bewohner der Region Augsburg, die dem

Dialekt nach Schwaben sind, deutlich mehr Geschäfte mit den westlich gelegenen Gebieten Baden-Württembergs als mit der bayerischen Umgebung, obwohl Augsburg zu Bayern gehört. „Dies spiegelt die sprachlichen Verbindungen wie auch die gemeinsame kulturelle Identität wider“, sagt Nitsch.

Zur Veranschaulichung der innerdeutschen Handelsbeziehungen stützen sich die Forscher auf Daten des Kraftfahrtbundesamts sowie des Statistischen Bundesamts zum Handelsvolumen in 101 deutschen Verkehrsbezirken in den Jahren 1995 bis 2004. Die Auswirkungen von sprachlichen und kulturellen Affinitäten seien kein historisches Phänomen, sondern bestimmten selbst im Online-Handel das Wirtschaftsleben, so die Überzeugung von Nitsch. sup.