

Mundart

Ähnlicher Dialekt fördert Handelbeziehungen

Die Art wie man spricht ist ein Erfolgsfaktor im Handel: Forscher der TU Darmstadt belegen eine Rolle der Mundart bei wirtschaftlichen Beziehungen.

21.10.2015, 18:25 Uhr

AJa. Die Art, wie man spricht, ist ein Erfolgsfaktor im Handel: Forscher der TU Darmstadt belegen eine Rolle der Mundart bei wirtschaftlichen Beziehungen.

Im internationalen Handel ist unabdingbar, dass Verkäufer und Käufer die gleiche Sprache sprechen. Aber wie steht es mit Handelspartnerschaften im gleichen Sprachraum? Spielt Dialekt eine Rolle? Dieser Frage nahmen sich Forscher der Technischen Universität Darmstadt am Beispiel Deutschland an.

Anzeige



Warenwerte und Linguistik

Sie kombinierten dafür Daten darüber, welcher Warenwert zwischen 101 Verkehrsbezirken in den Jahren 1995 bis 2004 bewegt wurde, sowie eine Landkarte der deutschen Dialekte. Letztere beruht auf einem historischen Datensatz des Linguisten Georg Wenker vom Ende des 19. Jahrhunderts. Wenker hatte anhand von Untersuchungen an 45 000 Schulen regionale Unterschiede der deutschen Sprache erforscht.

Der Vergleich dieser Daten ergab, dass eine ähnliche Mundart auch im interregionalen Handel eine Rolle spielt. «Dabei sind nicht etwa die Dialekte den Handelswegen gefolgt, sondern umgekehrt», liess sich Studienleiter Volker Nitsch von der TU Darmstadt in einer Mitteilung der Universität zitieren. Ein Beispiel sei Augsburg, das sprachlich zum schwäbischen Dialekt gehöre. Die Augsburger treiben entsprechend mehr Handel mit den von ihnen aus gesehen westlich gelegenen baden-württembergischen Bezirken als mit im Osten liegenden bayrischen. «Ein gemeinsamer Dialekt hat einen vertrauensbildenden Effekt bei Verhandlungen», erklärt Nitsch.

Wichtig bei komplexen Produkten

Allerdings kommt es auch auf die Art der Ware an. Bei Rohstoffen spielt der Dialekt der Verkäufer und Käufer nur eine untergeordnete Rolle. Handelt es sich aber um ein komplexeres Produkt, seien persönliche Treffen ein wichtiger Bestandteil des Verkaufserfolgs. «Grosse Volumen werde ich nur dort verkaufen, wo ich meinen Handelspartner gut kenne und verstehe.» Dabei hilft eine gemeinsame kulturelle Identität, die sich im Dialekt widerspiegeln.

Folgen Sie uns auf Twitter:

Follow @NZZWissen

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG. Alle Rechte vorbehalten. Eine Weiterverarbeitung, Wiederveröffentlichung oder dauerhafte Speicherung zu gewerblichen oder anderen Zwecken ohne vorherige ausdrückliche Erlaubnis von Neue Zürcher Zeitung ist nicht gestattet.