

Usbekische Klein Händler im Transformationsprozeß

Kaiser, Markus

Veröffentlichungsversion / Published Version

Arbeitspapier / working paper

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Kaiser, M. (1997). *Usbekische Klein Händler im Transformationsprozeß*. (Working Paper / Universität Bielefeld, Fakultät für Soziologie, Forschungsschwerpunkt Entwicklungssoziologie, 277). Bielefeld: Universität Bielefeld, Fak. für Soziologie, Forschungsschwerpunkt Entwicklungssoziologie. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-422840>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Universität Bielefeld
Fakultät für Soziologie



University of Bielefeld
Faculty of Sociology

Forschungsschwerpunkt
Entwicklungssoziologie

Sociology of Development
Research Centre

Universität Bielefeld - Postfach 100 131 - 33501 Bielefeld - Germany -
Tel.(0521)106-4650/4221 - Fax (0521)106-2980 - E-Mail: sdrc@post.uni-bielefeld.de - <http://www.uni-bielefeld.de/sdrc/homesdrc>

WORKING PAPER N° 277

Usbekische Kleinhändler im Transformationsprozeß

Markus Kaiser

Bielefeld 1997
ISSN 0936-3408

Usbekische Kleinhändler im Transformationsprozeß

Inhaltsverzeichnis

1. NETZWERKE IN TRANSFORMATIONSPROZESSEN	3
2. DIE ENTSTEHUNG UND ENTWICKLUNG DER IMPORTWARENMÄRKTE	9
2.1 Märkte in Taschkent zu Sowjetzeiten	9
2.2 Die Perestroika- und die Postperestroikaperiode	13
3. STRUKTURIERUNG VON MARKT	18
3.1 Märkte in Taschkent	19
3.1.1 Der <i>Hypodrom</i> -Markt	19
3.1.2 Der <i>Sozgorod</i> -Markt	21
3.2 Emische Konzepte der Kleinhändler und ihr Sprachgebrauch	22
4. TYPEN VON MARKTAKTEUREN	26
4.1 Eigner	26
4.2 Die RealisatorInnen	29
4.3 Der soziale Raum - Marktakteure in ihrem Kontext	32
5. INTEGRATION IN DAS GESELLSCHAFTLICHE SYSTEM - EINBETTUNG	38
5.1 Gesellschaftliche Einbettung sozialen Handelns	38
5.2 Dynamische Konzepte, veränderte Handlungsmuster	41
FAZIT	44
LITERATUR	45

¹ Die vorliegende Arbeit ist Teil des Projektes 'Markt, Staat, Ethnizität', ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft gefördertes Graduiertenkolleg. Es handelt sich um die überarbeitete Fassung eines Vortrages im Forschungskolloquium Entwicklungssoziologie und Sozialanthropologie an der Universität Bielefeld vom 12.02.1997. Ich möchte hiermit Dr. Johannes Augel, Petra Dannecker, Prof. Dr. Hans-Dieter Evers, Christa Jaeger, Dr. Solvay Gerke, Prof. Dr. Gudrun Lachenmann, Prof. Dr. Günther Schlee, Dr. Heiko Schrader und Prof. Dr. Claire Wallace für ihre konstruktiven Hinweise für dieses Working Paper danken. Bereits während der Erhebung der Daten und während der ersten Schritte der Systematisierung erleichterten Dr. Nuritdin I. Abdurakhmanow, Irina Yurkova, Oxana Karpenko, Olga Otradinskaja, Anna Schewtschenko und Timur Shakirov in Diskussionen und durch ihre Mitarbeit die Erstellung der Datenbasis und ihre Analyse sehr.

1. Netzwerke in Transformationsprozessen

Die staatliche Regulierung des Handels mit importierten Waren in der UdSSR stellte ein wichtiges Element der ökonomischen Kultur der sowjetischen Gesellschaft dar. Da Dienstleistungen im marxistischen Sinn keinen Mehrwert darstellten, wurde dieser Bereich vernachlässigt und bot und bietet somit ein enormes Entwicklungspotential, darin sind sich die Privatisierungsstrategen einig. Vor Beginn der Perestroika verfügte der Staat fast gänzlich über das Monopol im Innen- und Außenhandel mit den wichtigsten Waren für den Bedarf der Bevölkerung. Das Umgehen oder Brechen dieses Monopols wurde gesetzlich verfolgt und als Spekulation² bezeichnet. Diese wurde als kriminell eingestuft und der Schattenwirtschaft zugeordnet. Bei den privaten Haushalten sind Schwarzarbeit, Schwarzhandel und Korruption von besonderem Interesse: Schwarzarbeit trat überwiegend im Dienstleistungssektor - und hier besonders bei Handwerksleistungen - auf und war eng verzahnt mit dem Schwarzhandel, da die zur Ausführung von illegal erbrachten Arbeitsleistungen erforderlichen Inputs fast nur auf Schwarzmärkten erworben werden konnten. Diese waren gut organisiert und funktionierten nach dem klassisch-kapitalistischen Gesetz von Angebot und Nachfrage. Da die Nachfrage stets wesentlich größer war als das Angebot, überstiegen die Schwarzmarktpreise die staatlich festgelegten um ein Vielfaches.

Es existierten keine Waren, die es auf den Schwarzmärkten nicht gibt (von Grundnahrungsmitteln und Ersatzteilen bis hin zu Angelködern, Orden und Weihnachtsbäumen), sehr wohl aber vieles, das auf offiziellen Märkten nicht oder nur für bestimmte Personen erhältlich war (Luxusgüter in- und ausländischer Produktion, Devisen, in- und ausländische Literatur). Das Schwarzmarktangebot rekrutierte sich aus drei Quellen: In der Hauptsache waren es Güter aus heimischer Produktion sozialistischer Betriebe und Importwaren (schwarze Verteilung). Hinzu kamen Güter, die illegal in kleinkapitalistischen Familienbetrieben hergestellt wurden (schwarze Produktion). Die

² Spekulation war nach dem sowjetischen Strafrecht "eines der gefährlichen Wirtschaftsverbrechen, das den normalen Verlauf des sowjetischen Handels und die Interessen der Käufer angreift. Sie besteht im An- und Weiterverkauf von Waren und anderen Gegenständen mit dem Ziel des Profitmachens. Bei dem Tatbestand der Spekulation ist es nicht von Bedeutung, wo und bei wem die Ware erworben wurde (im Geschäft oder auf dem Markt, bei einem rechtmäßigen Besitzer oder einem gewissenlosen Einkäufer), und ebensowenig, wem sie verkauft wurde: einer staatlichen oder gesellschaftlichen Organisation, einer Kolchose oder einer Einzelperson. Spekulation wird mit einer Freiheitsstrafe von bis zu zwei Jahren mit oder ohne Konfiszierung des Vermögens, mit Besserungsarbeit bis zu einem Jahr oder einer Geldstrafe in Höhe von bis zu 300 Rubeln bestraft. Eine härtere Strafe (bis zu sieben Jahren Freiheitsentzug mit der Konfiszierung des Vermögens) ist bei Spekulation als Gewerbe oder in größerem Ausmaß vorgesehen" (Strafgesetzbuch der RSFSR, § 154).

Tatsache, daß Schwarzproduktion und -handel in Verbindung mit Preisspekulation trotz einer Sonderbrigade der Milizionäre³ nicht wirksam bekämpft wurden, ist in dem großen Ausmaß von Bestechung und Korruption in Usbekistan begründet. Insgesamt hat sich eine negative Perzeption - wie die durchgeführten Interviews gezeigt haben - der 'Schwarzhändler' und ihrer Tätigkeit bei der Bevölkerung durchgesetzt, die sich nur langsam verändert.

„Wie wir auch immer darüber denken mögen, der Beruf des Spekulanten war nun einmal in Verruf geraten und hat sich auf diese Weise bei uns auf lange Zeit festgesetzt“ (Tatjana, 51, Russin, Journalistin).

Die vorliegende Arbeit zeigt auf, welche Bedeutung der Handel mit importierten Waren in Usbekistan heute hat und welches Verhältnis die Einwohner dem Markt gegenüber als sozialem Raum haben. Neben der negativen Konnotation aus der Sowjetzeit wäre denkbar, daß in irgendeiner Form 'Traditionen der Seidenstraße' revitalisiert werden.⁴ Es stellt sich die Frage, wie der Handel innerhalb kurzer Zeit von einer kriminellen Tätigkeit zu einem Verhaltensmuster mit Massencharakter werden konnte? Welche Regeln, welche Form der Zusammenarbeit und Netzwerke existieren bei den Kleinhändlern, wie entstanden sie und wie reproduzieren sie sich?⁵

Jede beliebige Situation innerhalb sozialer Strukturen, die aus der Sicht verschiedener Disziplinen und im Rahmen unterschiedlicher theoretischer Ansätze beschrieben wird, kann sich jeweils völlig unterschiedlich darstellen. Ein und dieselbe Szene beim Kauf oder Verkauf läßt sich in den Termini der symbolischen Wechselbeziehung zwischen Verkäufer und Käufer beschreiben und kann als rationaler Akt des 'homo oeconomicus' nach dem Prinzip von Angebot und Nachfrage gelten, als Wohlstandsindikator, als Demonstration der Zugehörigkeit zu einer bestimmten sozialen Gruppe u.s.w.

³ Abteilung zur Bekämpfung der Unterschlagung sozialistischen Eigentums und der Preisspekulation (OBKhSS).

⁴ Ausführlicher wird diese These in meiner Dissertation 'Reopening of the Silk Road. Globalized Informal Sector Trade in Uzbekistan.' (Kaiser o. J.) beleuchtet werden.

⁵ Die zentrale Fragestellung bei meiner Untersuchung auf Märkten in Taschkent und Samarkand läßt sich in mehrere forschungsleitende Unterpunkte gliedern:

- Wie gestaltet sich die Alltagspraxis der Kleinhändler und wie stellt sie sich nach außen dar?
- Welche Form hat das Beziehungsgeflecht der Interaktion der Kleinhändler und wie interagiert es mit seinem Umfeld?
- Welche Vertrauensgrundlagen und Strategien der Risikovermeidung sind etabliert?
- Auf welche Weise bestimmt der Handel Wertvorstellungen, Ansichten, Verhalten, Alltagspraktiken?

Die Sammlung und Analyse der Daten wurde mit Methoden der qualitativen Sozialforschung durchgeführt, weil sie mit den Instrumenten der teilnehmenden Beobachtung und des freien Gesprächs verschiedene Perspektiven auf den Gegenstand zulassen und dadurch ein adäquateres Verstehen der Vielschichtigkeit des Verhaltens und der Einstellungen der Akteure ermöglichen.⁶ Im Sinne einer verstehenden Soziologie Max Webers ist Bedeutung und Relevanz des *‘tolchoks’*⁷ in Taschkent nur aus der Sicht derer, die ihn konstituieren, zu verstehen.

Hauptquelle meiner Daten sind Informationen von Personen, die in diesen Kleinhandel involviert sind. Ausgehend von ersten Kontakten gewann ich meine Interviewpartner nach dem Schneeballsystem. Diesen Ansatz halte ich für den geeignetsten in bezug auf mein Forschungsobjekt. Da ich das Vertrauen eines der Respondenten erwerben konnte, erhielt ich durch seine Mithilfe den Zugang zu Informationen anderer Personen. Informationen wurden hierbei in Kurzinterviews und biographischen Tiefeninterviews gesammelt. Durch die Methode der teilnehmenden Beobachtung wurde eine Konkretisierung und Verifizierung der Informationen erzielt. Hier muß erwähnt werden, daß dieser Ansatz nicht auf vorformulierten Hypothesen beruht. Ich entwickelte diese erst im Verlauf der Untersuchung im Sinne einer gegenstandsbezogenen Theoriebildung.⁸

‘Markt als eine ökonomische Institution’ ist ein zentraler Diskurs in einer modernen Gesellschaft. Ökonomisches Handeln wird im Kern von seinen Funktionsmechanismen bestimmt. In der ökonomischen Theorie wird er definiert als ein Preismechanismus zur Regelung von Angebot und Nachfrage, während die Soziologie eine Vielzahl von Interpretationsangeboten macht. Swedberg (1990) und Swedberg/ Smelser (1994) zählen systematisierend das Nebeneinander strukturalistischer, konstruktivistischer, spieltheoretischer Ansätze und den Ansatz sozialer Systeme oder Regeln auf. Innerhalb des strukturalistischen Erklärungsansatzes von Markt ist die Netzwerkanalyse zu verorten, die

⁶ Das verwendete empirische Material wurde im Rahmen der einjährigen Feldforschung in Zentralasien für meine Dissertation erhoben.

⁷ Das Wort *‘tolchok’* läßt sich nicht direkt ins Deutsche übersetzen; es existiert auch kein eindeutiges Verständnis über die Etymologie dieses Wortes. Seine Bedeutung geht im Wesentlichen aus dem Verb *“tolkat”* (stoßen) hervor. Außer der wörtlichen Bedeutung existierte zu Sowjetzeiten in der Umgangssprache im übertragenen Sinne eine weitere, und zwar bezeichnete *‘tolkat’* das Verkaufen außerhalb der Handelsnetze, von Hand zu Hand (im Sinne von *‘schieben’*).

⁸ Dies entspricht der Methode von *‘grounded research’* (Glaser/ Strauss 1979). Zum Paradigmawechsel in der Entwicklungssoziologie siehe Lachenmann (1995).

neoklassische Konzepte durch die Konzepte von sozialen Netzwerken und Austausch bei der Analyse ökonomischen Handelns und Institutionen herausfordert.⁹

Ich verstehe den Raum des Marktes als spezifisches Milieu, wo sich gemeinsames Handeln auf der Grundlage der von allen geteilten Typisierung und im Rahmen fester Rollenverteilung vollzieht. Unter Raum bzw. Milieu ist die Gesamtheit der äußeren natürlichen und sozialen Faktoren zu verstehen (Normen, Gesetze, wirtschaftliche und politische Bedingungen), die, angenommen von den einzelnen Menschen wie auch von der sozialen Gruppe, die Sozialisierung, die Entwicklung, die Möglichkeiten und Modalitäten der sozialen Handlungen der Personen beeinflussen. Das Erkenntnisinteresse in der Anwendung der Netzwerkanalyse ist hierbei:

„How individuals are linked to one another and how the bond of affiliation serve both as lubricant for getting things done and as glue which provide order and meaning to social life“ (Powell/ Smith-Doerr 1994:365).

Auf der Ebene der Interaktion zwischen Personen werden soziale Netzwerke definiert als

„a specific set of relations among a defined set of persons with the additional property that the characteristics of these linkages as a whole may be used to interpret the social behaviour of the individuals involved“ (Mitchell 1969:2).

Netzwerkanalytische Erklärungsansätze zeigen, daß die Strukturen oder Muster sozialer Beziehungen das Handeln involvierter Personen in einer Vielzahl von Lebensbereichen fördern oder begrenzen. So bietet Netzwerkanalyse eine Ausgangsposition, um zu verstehen, wie soziale Strukturen individuelles Handeln beeinflussen. Der empirische Begriff Netzwerkkapital umfaßt das Potential und den Gebrauch aller Typen sozialer Netze mit beliebiger Zielsetzung und auf der Grundlage beliebiger Prinzipien.¹⁰ So schließt dieser

⁹ Nach Powell und Smith-Doerr (1994) kann unterschieden werden zwischen einem analytischen und einem deskriptiven Ansatz des Netzwerkbegriffs. Netzwerkkonzeptionen als Instrument der Analyse der Soziologie, Organisationstheorie und -forschung fokussieren abstrakt a) Muster der informellen Beziehungen innerhalb von Organisationen (Barnard 1938; Kanter 1983); b) Art und Weise der Konstruierung der Umwelt innerhalb von Organisationen (Powell/ DiMaggio 1991; Meyer/ Scott 1992; Hannan/ Carroll 1992); c) Erkennen von Machtstrukturen und Autonomie (Burt 1982, 1983). Werden Netzwerke andererseits als eine Form von Gewalt oder Herrschaft verstanden, so stehen Organisationslogik oder die Art und Weise der Regelung von Beziehungen zwischen ökonomischen Akteuren im Mittelpunkt (Powell 1990; Piore/ Sabel 1984; Sabel 1989, 1990).

¹⁰ Bourdieu (1982) spricht vom sozialen Kapital im Gegensatz zu kulturellem Kapital und bringt Netzwerke als Beispiel für soziales Kapital. Der Begriff Netzwerkkapital findet in seiner wörtlichen Übersetzung in der russischen Soziologie seine Verwendung. Von Czako und Sik (1993) wird er ebenfalls verwendet.

Begriff sowohl langfristige verwandtschaftliche Beziehungen und Freundschaften ein als auch kurzzeitige instrumentelle Bekanntschaften, zweckgerichtete Patron-Klient-Beziehungen u.s.w. (vgl. Czako/ Sik 1993). Hierbei gehe ich von der These aus, daß es in allen Gesellschaften - traditionellen und modernen - ein Nebeneinander von stärker eingebetteten und stärker entbetteten Bereichen gibt.¹¹ Sik (1994, 1997) betrachtet das soziale Kapital als Investitionen, die von den Akteuren auch gerade im Transformationsprozeß aktiviert werden.

„The basic assumptions with regard to the behaviour of the actors (are) ... bounded rationality, opportunism and network-based strategies“ (Sik 1994:48).

Von der Einbettung von Handlungen und Interaktionen ausgehend sind aktuelle Transformationstheorien¹² zu verifizieren, wobei sowohl nach den Beschränkungen als auch nach den Vorteilen 'kollektiveren' Handelns für die Gruppe bzw. für bestimmte Personen zu fragen ist. In diesem Zusammenhang wird von Evers (1997b:17) auf die möglichen Verbindungen zwischen der Transformationstheorie und der Strategischen-Gruppen-Theorie hingewiesen.

Die Akteure meiner Untersuchung wurden in der horizontalen Betrachtung unter anderem in bezug auf lokale Kleinhändlergruppen und ihre Beziehungsnetze, in der vertikalen Dimension auf ihre Beziehungen und Verbindungen hin zu Autoritäten wie Marktadministration, Steuerverwaltung, Miliz, Zoll, Mafia etc. befragt. Die Beziehungen, die dabei erkundet wurden, erstrecken sich grundsätzlich auf zwei Bereiche: Einerseits sollen Abhängigkeiten (materielle, rechtliche, durch Macht entstandene Abhängigkeiten) betrachtet werden, andererseits bietet die Netzwerkuntersuchung auch Möglichkeiten einer 'Kartographie' der Entwicklung des Diskurses über die Konzepte von Markt. An Netzwerken entlang erfolgt die Verteilung von Informationen und Situationsinterpretationen.

Ich berücksichtige dabei sowohl die Bedeutung, die dem Raum im allgemeinen zu eigen ist, als auch den Handlungsraum, wie er insbesondere von den Akteuren interpretiert wird, und unterscheide somit meine Sichtweise des Raumes von der sozialen Vorstellung über ihn. So kann die soziale Bedeutung des Raumes, der die Handlung der Akteure nicht

¹¹ Hierbei orientiere ich mich an Konzepten der unterschiedlichen Geschwindigkeiten von Globalisierung und Lokalisierung in unterschiedlichen sozialen Räumen. Der Begriff der Einbettung bezieht sich auf die Diskussionen um Polanyi (1978) und Granovetter (1985), wobei ich die historische Abfolge von Einbettung, Entbettung und Wiedereinbettung der Gesellschaft(en) für eine Überinterpretation halte.

¹² Der Begriff bezieht sich auf die Theoriediskussion um die Arbeiten von Victor Nee (1989, 1992, 1996). Weiterführende Literatur siehe dort.

reflektiert, prinzipiell aber für sie wichtig ist, differenziert werden von dem Raum, wie er von den Akteuren wahrgenommen wird.

Als wissenschaftliches Verfahrenskriterium wähle ich das Prinzip der Offenheit, d.h., ich erkenne die grenzenlosen Interpretationsmöglichkeiten an, die es unmöglich machen, endgültige Schlußfolgerungen zu ziehen, wobei die Wahl der eigenen Position eine reflexive ist, immer unter Vorbehalt der Relativität der vorgenommenen Interpretationen.

2. Die Entstehung und Entwicklung der Importwarenmärkte

In den Gesellschaftssystemen sowjetischen Typs entschied sich - der aktuellen Literatur folgend - 'alles' durch die eigene Stellung in der Hierarchie oder durch das Vorhandensein hochgestellter Freunde; Geld besaß keine eigenständige Bedeutung (Schkaratan/ Radajev 1995). In der marxistischen Wirtschaftstheorie galt die Zirkulationssphäre als unproduktiv. Seit Beginn der Politik der Transformation in Usbekistan gewinnt das ökonomische Kapital nicht nur an Bedeutung, sondern wird zum bestimmenden Element. Einerseits bildet sich eine neue Unternehmerschicht, andererseits ist eine Masse an Menschen, die entweder in den staatlichen Strukturen tätig sind oder informellen Zusammenhängen wie mafiöse Gruppierungen angehören, dazu berufen, deren Aktivitäten zu kontrollieren, und bereit oder gezwungen, sich als Verbraucher auf diese einzulassen. Gleichzeitig ändert sich die Gesetzgebung mit einer solchen Geschwindigkeit, daß sich niemand sicher sein kann, was gesetzlich ist und was nicht, wodurch die Glaubwürdigkeit und Berechenbarkeit des Staates weiter abnimmt.

Das Verfügen über Informationen, die es erlauben, sich eines Netzes an Freundschaftsdiensten, der Korruption, zu bedienen und Zusammenstöße mit den zuständigen Behörden zu vermeiden, ist als Erfolgsfaktor für ein Unternehmen besonders wichtig. Die Akteure, die in einem solchen Beziehungsnetz handeln und das Netz an sich bilden, stehen in einer bestimmten Beziehung zueinander. Individuen partizipieren an reziproken Handlungen bzw. Austauschbeziehungen über diese Netzwerke, die somit die Veränderung der Transmission und Akquisition neuer Informationen steigern können, die für ein erfolgreiches Funktionieren unter instabilen Bedingungen unabdinglich sind. Sowohl analytische Ansätze als auch Fallstudien zeigen, daß Vertrauen und Sicherheit die „raison d'être“ der Reziprozität darstellen. Außerdem muß beachtet werden, daß Normen, Erwerbsregeln, Anhäufung und Verwendung des Netzwerkkapitals in kulturelle Gegebenheiten eingebettet sind.

2.1 Märkte in Taschkent zu Sowjetzeiten

Es heißt, daß man sogar zu Sowjetzeiten auf den Märkten '*tolchoki*' (keine organisierten, sondern in der Regel spontan entstandene Märkte, auf denen ein reges Treiben und Stoßen herrscht) alles kaufen konnte. Die Zeiten haben sich inzwischen geändert, und meine Beobachtungen zeigen, daß sich auch der alltägliche Gebrauch des Wortes '*tolchok*' gewandelt hat. Zu Sowjetzeiten hießen nicht nur die Gebrauchswarenmärkte '*tolchok*', sondern auch die Lebensmittelmärkte, wobei im übertragenen Sinne der Handel, der nicht über das Handelsnetz, sondern von Hand zu Hand verlief, gemeint war (siehe Anmerkung 7). Als Synonym wird die Wortverbindung "Gebrauchswaren-Markt (*promtovarnyj rynek*)

verwendet, das ist jedoch seine offizielle Bezeichnung. Heutzutage wird der Begriff 'tolchok' ausschließlich zur Bezeichnung von Import-Gebrauchsmärkten verwendet.

Die Existenz eines Schwarzmarktes bedeutete, daß in der Sowjetunion eine Spielart von Markt existierte, auf dem Marktverhalten praktiziert wurde.¹³ Der Akteur konnte sich hier als Warenerzeuger, Dienstleistungsanbieter und natürlich als Käufer bewegen. Der Staat verhielt sich demgegenüber duldsam, in gewisser Weise förderte er diesen Zustand sogar.¹⁴

In Usbekistan gab es einen Markt ohne Marktplatz, in dem man aus dem Ausland importierte Waren zu fünf- bis sechsfach über dem Einkaufspreis liegenden Preisen kaufen konnte. Dort wurden Waren verkauft, die von denjenigen in kleinen Mengen importiert bzw. geschmuggelt wurden, die, wie die Angehörigen der politischen und kulturellen Elite, Sportler, Seeleute, Angestellte der internationalen Touristikorganisationen, in das Nicht-RGW-Ausland reisen konnten. Nach der Schließung des Marktes gingen u.a. die 'Morjatschiki', die Matrosenfrauen, von Unternehmen zu Unternehmen und boten die von ihren Männern aus dem Ausland mitgebrachten Waren feil. Dies barg ein recht hohes Risiko, da immer damit gerechnet werden mußte, auf einen "Kämpfer gegen die Spekulation"¹⁵ zu treffen.

Auch existierte ein staatliches Netz von Läden, die mit importierten Waren handelten (*Beriozka*), allerdings nur für Leute, die über Devisen verfügten. Wem diese Geschäfte verschlossen blieben, der konnte diese Waren "aus der Hand" bei den 'Morjatschiki' völlig überteuert, aber gegen Rubel erstehen. Importwaren gab es auch in einfachen Läden, sie waren aber immer 'Defizit'. Die bekannten Knappheiten auf dem Konsumgütersektor lassen sich am besten durch folgenden sowjetischen Witz charakterisieren: Eine Frau fragt im Fischgeschäft, ob es denn hier kein Fleisch gäbe, und erhält die Antwort: Bei uns gibt es keinen Fisch, kein Fleisch gibt es nebenan. Doch je leerer die Geschäfte, desto abenteuerlicher und raffinierter die Methoden und Umwege, doch noch zum gewünschten Stück Fleisch zu kommen. Freunde und Bekannte zu haben, wurde mit der steigenden Nahrungsmittelknappheit in den Geschäften immer wichtiger. Ohne 'Vitamin B' - B für Beziehungen - lief häufig nichts mehr.

¹³ In der Wissenschaft hinreichend unter dem Konzept der 'second economy' diskutiert.

¹⁴ Dr. Nuriddin I. Abdurakhmanow stellte fest, daß die Restriktionen gegen den Schwarzmarkt in den einzelnen Sowjetrepubliken unterschiedlich waren. Die 'Korruptionsrepublik' Usbekistan verfolgte Schwarzhändler nur sehr lax, und er schätzte den Warenumsatz auf 15-20%.

¹⁵ Offizielle Bezeichnung für Milizionäre aus der Abteilung Wirtschaftsverbrechen.

In den Jahren der Stagnation (Breschnewzeit) wurde die Konsumentennachfrage aufgrund der Warenknappheit der Staatswirtschaft zunehmend über die 'Zweite Wirtschaft' befriedigt. Ihre Handelstätigkeit in der 'Zweiten-Wirtschaft' bereits begonnen zu haben, bestätigte nur ein Fünftel der Respondenten.¹⁶ Jedoch ergab sich auch bei den Händlern mit Schwarzmarkterfahrung in der Regel eine Änderung ihrer konkreten Handelstätigkeit.

„Ich habe mich auch hier, vor den Reisen, mit Handel beschäftigt. Jedoch war es unspektakulär: Mein Onkel wohnt in Tschimkent. Ich kam zu ihm, zu seinem Warenlager und nahm die Waren, brachte sie hierher und realisierte sie durch die kommerziellen Geschäfte auf Darkhan. Das war nicht schwer zu machen und brachte mir Geld für meine persönlichen Ausgaben“ (Nargisa, 25, Usbekin).

Immer mehr Waren wurden 'privatisiert' und 'unter dem Ladentisch' oder 'neben der Fabrik' verkauft, so daß es immer wieder Kampagnen gegen die Unterminierung des kommunistischen Wirtschaftssystems gab. Kleinhändler wurden daher auch als Geldabschneider und profitgierig wahrgenommen. Die Presse bezeichnete sie als Schmarotzer und Schädlinge. Für die meisten von ihnen war es eine Strategie zur Überlebenssicherung oder zur Verbesserung des Lebensstandards.

„Das war im Jahre 1987. Um von meinen Eltern und ihren Wünschen, mir das Geld zu geben oder nicht, unabhängig zu sein, habe ich mich entschieden, mir ein bißchen Geld zu verdienen. Ich studierte an der Fachschule mit einem Kerl zusammen, der schon ein 'Profi' in diesem Bereich war, und er teilte mir seine Erfahrungen mit. Ich lieh mir 2.000 Rubel von meinen Eltern, versprach aber, ihnen alles zurückzugeben“ (Slawa, 30, Russe).

Das Anfangskapital und den Zugang zum Handel über erste Handelsinformationen erwähnten alle Kleinhändler unisono als erste Hürden, die zu nehmen seien. Von daher schien es naheliegend, daß diejenigen, die schon im Schwarzhandel zu Sowjetzeiten aktiv waren, im Vorteil waren.

„Ich fuhr nach Uratjube in Tadschikistan. Damals war dort ein staatlicher Markt, wo sich Leute trafen, die sich selbst 'Kaufmänner' nannten. Das heißt, sie konnten im damaligem Verteilungssystem etwas von dem Handelswarenlager rausbringen. Alle diese Waren brachte man nach Hause, und man mußte jemanden kennenlernen, um Informationen über dich interessierende Waren zu kriegen... Das hing damit zusammen, daß sich in der Nähe von Uratjube die Goldbergwerke Tabaschar und Palas befinden. Und, wie man damals sagte, dort war die

¹⁶ Erfragt wurde die Handelstätigkeit vor 1991. Die Grundgesamtheit beträgt hierzu 386 Interviews. 300 Respondenten wurden über einen standardisierten Fragebogen und 86 durch semi-strukturierte Interviews befragt.

‘Moskauer Versorgung’, und das stimmte durchaus - Lebensmittel, Gebrauchsgüter waren dort von bester Qualität. Der erste Mensch, dem ich begegnete, erklärte mir, wo und wer zusammentrifft. Dort war eine Reihe von Schuhmacherwerkstätten, wo auch zwei bis drei Kleinhändler saßen. Ich kam durch diese Reihe und fragte, was gibt es und wieviel kostet es. Wenn mich etwas interessierte, fuhren wir mit ihrem Auto zu ihnen nach Hause. Auf diese Art und Weise bin ich etwa zwei Jahre, solange ich noch studierte, gereist“ (Slawa, 30, Russe).

Slawas Handelstätigkeit gehört in den Bereich der ‘Schwarzverteilung’, und er erklärte, daß mit dem Ende der Gelegenheit auch die Kontakte und Netzwerke zusammenbrachen. Ihr Zustandekommen war somit situativ. Kennzeichnend für die damalige Zeit sei, so Slawa, viel eher ein soziales Umfeld oder Milieu gewesen, „das bereit war jede latente Möglichkeit auszuprobieren“.

Walja (43, Russin) erklärte, daß es eine innere Separation zum Sowjetsystem gab, die als gesellschaftlicher Konsens vertrauensbildenden Charakter hatte. Alle waren eine Schicksalsgemeinschaft, wobei sie bereits 1984 die kommende wirtschaftliche Krise vorhergesehen hätte:

„Ich habe das alles irgendwie vorhergesehen, weil man anfang, von einer Lohnform zur anderen überzugehen (Lohnzahlungen in Gütern bzw. Naturalien); ich dachte, etwas sei nicht in Ordnung. Ich arbeitete und traf mich mit Direktoren und sah, wie alle damals gestohlen haben...“

„Ich habe große Erfahrungen - ich arbeitete an der Gasleitung ‘Urengoy-Pomari-Ushgorod’, wo sich das Sowjetregime ertrunken hat. Die ganze Sowjetunion arbeitete für diese Gasleitung, und die Verwaltungsspitze, die dort saß, stahl alles vom Löffel bis zu den Unterhosen... Zwar konnte es niemand prüfen, weil wir an der Trasse waren, und würde dorthin ein Hubschrauber fliegen, so könnte er dort, bei schlechtem Wetter, für ein halbes Jahr bleiben; und es passierten Gasexplosionen. Alle hatten Angst und niemand von den Buchhaltern wollte dorthin fliegen. Und wir schrieben alles ab: Teppiche, Bettdecken, Fernsehgeräte, und unser Chef unterschrieb. Er selber schickte einen Hubschrauber voll von den Sendungen nach Hause. Er fuhr ein Auto, drehte sich um und versenkte es. Und alles, was in diesem Auto war oder nicht war, wurde abgeschrieben; und wer wird zur Prüfung in den Fluß tauchen? Das alles kam dann in die Ukraine und nach Tatarstan, wo alle diese Teppiche und Möbel bis heute stehen“ (Walja, 43, Russin).

Das von Walja beschriebene Zusammenspiel von Direktoren, Buchhaltern und Arbeitern, auch wenn es nur ein Stillhalten beinhaltete, funktionierte nach dem Prinzip ‘Man kann nicht etwas für nichts bekommen’. Diese gängige Devise ordnete vor allem im Partei- und Verwaltungsapparat eine dem jeweiligen Anliegen entsprechend dimensionierte (nicht-) monetäre ‘Zugabe’ zu.

„Schon damals, im Jahre 1988 dachte ich, so werde das nicht lange dauern: das sei doch kein bodenloses Faß; und ich habe mich entschieden, mich mit Kommerz zu beschäftigen... Damals wohnte ich in Baschkirien. Ich kam zur Aeroflotkasse und fragte, für welche Richtungen es Tickets gäbe. Mir wurde gesagt, nach Riga - gäbe es keine, nach Tallin - gäbe es keine; es gäbe ein Ticket nach Taschkent - fliegen Sie? So bin ich in Taschkent gewesen und fing an, verschiedene Waren von hier zu bringen: Trikotage, Badetücher.

Dann habe ich zufällig in dem Zug eine Frau kennengelernt, die mir sagte: Warum quälst du dich mit diesen schweren Taschen? Das ist doch so schwer - manchmal hatte ich 8 Taschen mit -, bringe lieber Möbel. Damals hatte ich schon eine Möglichkeit, Möbel einzukaufen -, die kosteten 750 Rubel, und ich konnte zwei Container einkaufen und liefern. Ich kooperierte mit anderen Frauen, denn ich hatte Angst, allein zu reisen, und wir reisten zu dritt oder viert und kauften die Möbel für 11.000 Rubel, und ein Auto kostete damals 4.000 Rubel. Diese Möbel verteilte ich in der ganzen Sowjetunion - Sotschi, Nabereshnije Tschelni, Krasnojarsk. Ich habe überall Freunde; meine Freundinnen sagten mir, du schickst uns Möbel und ich werde verkaufen... Damals kam eine Hälfte der Möbel der Sowjetunion aus Taschkent... Stellen Sie sich vor, nach Nabereshnije Tschelni - eine Stadt mit 150.000 Einwohner - sind 150 Container geschickt worden.

Was ist los? Eisenbahnbeamte wurden aufgeregt und wendeten sich an einen Prokuristen. Dann brachen wir dieses Business ab, weil sich der Prokurist für mich interessierte. In der Sowjetzeit hieß das 'Spekulation in besonderer Größenordnung'. Ich war aber schlauer und schickte alles nicht an meine Adresse; so konnten sie mit mir nichts machen.

Ich sagte: Ja, das habe ich gemacht, aber sie können das nicht beweisen, weil sie mich bei dem Verkaufsakt hätten verhaften müssen“ (Ljuda, 57, Russin).

In der 'Zweiten Wirtschaft' unternahmen diejenigen, die die Möglichkeit hatten und es wollten, Handel, wobei in allen Fällen Gelegenheitshandel betrieben wurde. Einige hatten ständige Gelegenheiten; jedoch blieben auch sie Teilzeithändler mit einem zumindest offiziellen Arbeitsplatz in der 'Ersten Wirtschaft', das war allein schon wegen der staatlichen Kontrolle zur Tarnung notwendig. Diskretion hatte höchste Bedeutung, und die Waren wurden innerhalb des Netzwerkes vom Händler bis zum Konsumenten verschoben und häufig getauscht. Der Naturaltausch dominierte, da der Lieferant nur in den seltensten Fällen an einem Entgelt interessiert war, sondern in der Regel als Gegenleistung eine Ware, die er selber dringend benötigte, bekommen wollte.

Soziales Kapital war von größerer Bedeutung als das ökonomische. Die heutige Situation ist eine andere und inzwischen ist ohne 'Vitamin G' - G für Geld - nichts mehr zu machen. Die Geschäfte sind voller, auf den Märkten gibt es importierte Westwaren. Wenn die Eßtische leer bleiben, dann nicht aufgrund fehlender Beziehungen, sondern weil das Geld nicht reicht.

2.2 Die Perestroika- und die Postperestroikaperiode

Die Perestroikaphase ist die Zeit des beginnenden ökonomischen Wandels, in der der Handel mit Waren legalisiert wurde. Alle Respondenten betonten die Änderungen in ihren Lebensbedingungen in dieser Periode. Stellvertretend für sie sagte eine Kleinhändlerin:

„Bei dem kommunistischen Regime hatten wir nicht schlecht gewohnt. Wie andere Leute: Arbeit, Studium -alles war stabil. Die Intelligenz war gar nicht an das Leben angepaßt, das mit den Perestroikajahren begann. Wir arbeiteten in einer staatlichen Organisation, wurden so einer Armut ausgesetzt, daß sogar wir für das Brot nicht genug Geld hatten. Wir kamen zu meinem Großvater, der Pensionär ist und seine Pension sicher bekommt. Und bei uns verzögerte man die Lohnausgabe oder zahlte sehr wenig“ (Sweta, 40, Russin).¹⁷

Die Zeit der Perestroika läßt sich in zwei Perioden teilen, die sich auf die Entstehung und Veränderung neuer Möglichkeiten der ökonomischen Aktivität beziehen. Diese Perioden werden von politischen Ereignissen und gesetzlichen Beschlüssen, die sich auf die Entwicklung des ökonomischen Systems der UdSSR auswirkten, voneinander abgegrenzt. In Übereinstimmung mit diesen Perioden änderten sich auch die Modelle ökonomischen Handelns.

Die Anfangsphase dauerte von 1987 bis zum Jahr 1991. Für diese Periode ist die Entwicklung eines Verhaltens nach dem *'farzovka-Modell'* bezeichnend, das im Zusammenhang mit dem Kauf und Verkauf von Waren, die von in der UdSSR weilenden Ausländern und Exilanten eingeführt wurden, und der damit zusammenhängenden Spekulation steht. Die sog. *'farzovschtschiki'* waren im wesentlichen junge Leute bis 25 Jahre.¹⁸ Für diese Zeit und diese Altersgruppe läßt sich eine Zunahme der Bedeutung von westlicher Populärkultur konstatieren. Gefragt sind westliche Musik, Kleidung (wie Jeans) und Produkte. Fierman schreibt:

„Young people throughout the USSR realize that consumer goods produced in the West are generally of superior quality and therefore they strive to obtain them“ (Fierman 1988:12).

Bereits 1984 konstatierte die *'Komsomolets Uzbekistana'*, daß die inländische Produktion eindeutig den Erwartungen bzw. der Nachfrage der jungen Leute hinterherhinkt (vgl.

¹⁷ Auffallend im Unterschied zu Südostasien ist das unterschiedliche Verhältnis in bezug auf Einkommen und Status zwischen Bürokratie und informellem Sektor (siehe hierzu Evers 1997 und dortige Literaturnachweise).

¹⁸ *'Farzovschtschiki'* und *'tschelnoki'* werden in der Presse der GUS-Staaten als allgemeinverständliche Begriffe verwendet.

a.a.O.). Das Bewundern oder die Nachfrage westlicher Produkte sind folglich nicht erst mit der Öffnung der Märkte entstanden, sondern vielmehr bekam eine Generation einen verbesserten Zugang zu einem angestrebten Konsum und Lebensstil, der dadurch jedoch seines oppositionellen Charakters beraubt wurde. Die Ursachen dieses Wandels sind daher weit stärker in internen Entwicklungen der Sowjetunion zu suchen.

Diese zeichneten sich nicht nur durch ein bestimmtes Modell ökonomischen Handelns aus, sondern man kann auch von der Herausbildung eines spezifischen kulturellen Umfeldes sprechen. Für mich ist es interessant, daß nicht einer meiner Respondenten früher diese sog. *'farzovka'* selbst betrieben hat. Entweder arbeiteten sie in staatlichen Unternehmen oder hatten Anteil an der Kooperativenbewegung (seit 1989).

Die folgende Periode von 1991 bis 1992 eröffnete weitreichende Möglichkeiten, da die Reisebestimmungen und die Regelungen zur Wareneinfuhr gelockert wurden. Das *'tschelnotschnyj* Modell' zeichnet sich durch reguläre Fahrten ins Ausland aus mit dem Ziel, Handel zu betreiben. Für die zweite Periode ist zuerst die Ausfuhr von Waren aus Usbekistan und die Einfuhr von Devisen nach Usbekistan charakteristisch. Die Devisen wurden in Rubel getauscht, die Ware wurde eingekauft, und alles wiederholte sich nach dem beschriebenen Szenario. Viele Kleinhändler (*'tschelnoki'*) mit Berufserfahrung erinnern sich mit nostalgischen Gefühlen an diese Zeiten zurück.

"Die Gorbatschowzeit waren die besten Jahre. Damals konnte man Geschäfte machen, ohne irgend etwas zu besitzen. Jetzt braucht man ein Startkapital, um die Fahrtkosten zu bezahlen, um an die Ware zu kommen und sich einen Platz auf dem Markt zu sichern. Damals herrschte ein völliges Durcheinander. Die da oben versuchten, irgendetwas zu klären, während wir einfach Geschäfte machten" (Fatkhulla, 34, Vater Tadschike, Mutter Usbekin, 2. Interview).

Durch die Gewinnträchtigkeit dieses Handels und das Fehlen jeglicher Gesetze dafür, läßt sich diese Periode als Gipfel der Möglichkeiten für die ökonomische Aktivität der Kleinhändler bezeichnen. Die Freigabe der Preise auf Gebrauchsgüter ab 1. Januar 1992 und die Veränderung der politischen und ökonomischen Situation in Usbekistan und den Ländern, die als Partner auserwählt wurden, zwangen die *'tschelnoki'* ihre Verhaltensmodelle zu ändern. Nun fahren sie mit Devisen in die Türkei nach China, Polen usw. und führen von dort Waren zum Verkauf ein.

Das am weitesten verbreitete Handelsmodell dieser Zeit war die Teilnahme an *'shopping-tours'* über spezialisierte Agenturen. Hierbei werden Busgruppen aus Leuten gebildet, die sich in der Regel nicht kennen. Sie verbindet allein der Wunsch, billig einzukaufen und teuer wieder zu verkaufen.

Die Möglichkeit des Betriebens von Handel nach dem *'tschelnotschnyj'* Modell etablierte sich erst in den 90er Jahren. Seither hat sich auch der Handelsweg umgekehrt. Wenn es in den 80er Jahren noch üblich war, Waren aus der UdSSR zu verkaufen¹⁹ - auch im Ausland -, so werden nun Waren eingeführt und Devisen ausgeführt. Der anfängliche Verkauf der Waren in Länder mit höheren Preisen diente der Bildung von Kapital, das dann in den Warenimport reinvestiert wurde und die Handelsspirale in Gang brachte.

Die usbekische Regierung vergibt Handelspatente, die das Land mit Konsumgütern versorgen sollen. Die von den Kleinhändlern erwirtschafteten Sum-Beträge, die in Usbekistan verdient wurden, konnten bis zum 1. Januar 1997 in Devisen umgetauscht werden, da die Regierung Liquidität zur Bekämpfung der Inflation abschöpfte. Findige Kleinhändler, überwiegend aus Afghanistan und Pakistan, führten Waren legal nach Usbekistan ein und schmuggelten sie dann nach Kasachstan, wo die Zölle höher sind. Die in Kasachstan erlösten Tenge konvertierten sie frei in Dollar. Auf dem Schwarzmarkt für Devisen in Taschkent erhielten sie für die Devisen usbekische Sum. Zur Beendigung ihres Kommissionsgeschäfts legten sie diese Sum-Beträge der usbekischen Nationalbank vor, von der sie zum offiziellen Umtauschkurs Dollar erhielten. Allein die Differenz zwischen dem offiziellen und dem Freimarktkurs sicherte den Händlern eine Gewinnspanne von über 50 Prozent. Da die usbekische Regierung für das Defizit in der Handelsbilanz die Händlerpatente verantwortlich machte, wurde die Devisengewährung wieder eingeschränkt.

In dieser Phase entwickelte sich der *'Chorsu-Markt'* in Taschkent zu einem großen Handels- und Umschlagplatz für Waren.²⁰ Zu Beginn bestand wenig Kontrolle und es konnten große Gewinnspannen erzielt werden.

„Wir haben beispielsweise ein Radio mit gefälschter Quittung weit über Wert verkauft: Ursprünglich wurde das Radio für 100 US\$ eingekauft, jedoch wurde eine Quittung über 300 US\$ ausgestellt, so daß das Geschäft für 315 US\$ realisiert wurde. Sie müssen wissen, das es ein Gesetz gibt, das den max. Aufschlag auf den Einkaufspreis festlegt. Bestechung hilft da auch ganz gut, wenn es mal Probleme geben sollte“ (Sascha, 40, Ukrainer).

Die gesetzlich fixierte Handelsspanne ist ein Indiz für das Verharren der Administration auf der Beurteilung des Handels als unredlichen Wucher. Andererseits erscheint es aufgrund der Uninformiertheit und der Zurückhaltung der Konsumenten, die nicht nur durch eine mangelnde Kaufkraft erklärt werden können, notwendig zu sein, die Verbraucher zu schützen.

¹⁹ Einige Kleinhändler erwirtschafteten so ihr eigenes Startkapital.

²⁰ Der *'Chorsu'* ist ein Platz in der Altstadt von Taschkent.

Die räumliche Expansion des Marktes und die relative Unkontrollierbarkeit des 'Chorsu', der in das umliegende Gassengewirr übergeht, veranlaßte die Stadtverwaltung von Taschkent zum Verbot des Vertriebs von nicht landwirtschaftlichen Waren dort und der Ausweisung des *Hypodromes* zum Marktplatz.²¹

Die Kleinhändler sind eine neue soziale Gruppe, die infolge der Transformation entstanden ist, wobei häufig diejenigen sich im Fernhandel engagieren, die bereits durch Arbeit, Ausbildung und Militär früher räumlich mobil waren.

²¹ In Prag wurde analog das 'Sparta'-Stadium von 1989-1992 Marktplatz. Auch in Warschau, Riga, St. Petersburg, Moskau und Berlin (Polenmarkt am Gleisdreieck) wurden zeitweise Sportarenen oder große Freiflächen zu Marktplätzen.

3. Strukturierung von Markt²²

Der Literatur folgend schafft Markt eine Form der Begegnung, die prinzipiell vom Einzelnen in einem Freiraum der Anonymität bewältigt werden kann (vgl. Gretschmann 1984:118). In Marktbeziehungen

„wird die wirtschaftliche Kommunikation indifferent gegen persönliche Bekanntschaft. Man braucht sich nicht zu kennen und moralisch abzutasten, um sich zu verständigen“ (Luhmann 1970:212).

Kommunikation konstituiert nach Luhmann soziale Systeme. Die Ausdifferenzierung des Marktsystems, genauer die Entbettung der Zweiten Wirtschaft und ihr Übergang in den informellen Sektor sind Kern der Transition.²³ Die privatwirtschaftliche Aktivität, sofern sie von Zugriffen der Staatsgewalt ausgegrenzt ist, worin dann die eigentliche Transformation läge, ist dann nicht ausschließlich eine Ordnungsnorm, sondern als Basis einer formal machtfreien ‘pretialen Regie’ Widerspiegelung der Realität (vgl. Gretschmann 1984:116). Die Gewinnwirtschaft verdrängt demnach die der ‘Zweiten Wirtschaft’ und der Bedarfswirtschaft der Haushaltungen inhärenten face-to-face Beziehungen. Zahlungen sind nach Luhmann (1970) ökonomische Kommunikation und Geld als generalisiertes Kommunikationsmedium ist indifferent. Jedoch zeigt sich, daß gerade die Vielschichtigkeit sozialer Interaktion nicht nur indifferente, nicht rein wirtschaftliche Kommunikation etabliert.²⁴

²² Gegenüber dem ausländischen Forscher herrschte im Marktmilieu große Offenheit. Die Kleinhändler äußerten Interesse. Für die lokalen Mitarbeiter wurden jedoch häufig viele Dinge nicht erklärt, weil sie als bekannt vorausgesetzt wurden (wie z.B. Prinzipien der Besteuerung oder des gegenseitigen Vertrauens auf dem Markt). In diesen Fällen mußte ich darauf hinweisen, daß Erklärungen für mich notwendig sind.

Man kann davon ausgehen, daß die Möglichkeit des schnellen Eindringens in den sozialen Raum damit verbunden ist, daß die Kleinhändler einem Ausländer mehr Vertrauen entgegenbringen, er ist weniger gefährlich für sie. Außerdem wurden Versuche unternommen, die Bekanntschaft zur Ressource umzugestalten. Es wurden Fragen gestellt über die Möglichkeit, geschäftliche Beziehungen mit Deutschland aufzubauen, über die Chance, dort Eigentum zu besitzen u.s.w.

²³ Auch Polanyi (1978) konstatiert für die Transformation zum Kapitalismus ‘*disembedding*’.

²⁴ Granovetter (1985) konstatiert seinerseits u.a. die ‘*embeddedness*’ ökonomischen Handelns als Strategie zur Risikominimierung.

3.1 Märkte in Taschkent

Der im Stadtzentrum liegende *'Alayski-Bazar'* ist von historischer und überregionaler Bedeutung und im Kernbereich ein Markt für die landwirtschaftlichen Erzeugnisse der Region. Auf dem (ehemaligen) Kolchosmarkt *'Alayski'*, auf dem die Kolchosbauern ihre privat produzierten Lebensmittel absetzen, verkaufen die Produzenten ihre Waren selbst - nach freier Preisvereinbarung. Für die Kleinhändler ist jedoch ein neues Problem aufgetaucht - die *'ortsansässige Mafia'*. Eine Kleinhändlerin klärte mich auf:

„Es ist längst nicht mehr so, daß der kleine Bauer auf dem *'Alayski'* seine Produkte (Milchprodukte, Gemüse, Fleisch etc.) unbehelligt verkaufen kann. In der Regel wird er von der ortsansässigen Mafia²⁵ dazu gezwungen, *'Standgebühr'* zu bezahlen, oder er erhält das Angebot, seine Waren en gros an einen Zwischenhändler zu veräußern.“

Die Stadt Taschkent ist aufgrund ihrer geographischen Lage im Zentrum des bevölkerungsreichen Teiles Zentralasiens und des internationalen Großflughafens zum Umschlagplatz mit überregionaler Bedeutung für Importwaren geworden. Einkaufsmöglichkeiten von Importwaren lassen sich in Taschkent unterscheiden nach staatlichen Läden, dem kooperativen Handel, dem privaten Einzelhandel und den Kiosk-Märkten. In Taschkent haben sich außerdem zwei Open-Air Importwarenmärkte etabliert. Der bereits erwähnte *Hypodrom*-Markt und der *Sozgorod*-Markt.

Unter den zahlreichen Märkten haben zwei überregionale Bedeutung. Auf ihnen werden Waren des täglichen Bedarfs WeiterverkäuferInnen und Konsumenten angeboten. Es handelt sich um den *Hypodrom*-Markt und den *Sozgorod*-Markt. Beide Märkte sind Neugründungen der neunziger Jahre und verkörpern die Rolle des Zugangs der "Masse zum freien Handel" (Slovo 1995). Im folgenden werden die beiden wichtigsten Märkte vorgestellt und beschrieben.

3.1.1 Der *Hypodrom*-Markt

Der *Hypodrom*-Markt ist ein Großhandelsmarkt mit dem Umsatz einer riesigen Warenmenge, auf dem hohe Geldsummen im Umlauf sind (wie mir einer meiner Respondenten beteuerte, zehntausende bis hunderttausende an Dollar).²⁶ Unter den Einwohnern Taschkents ist die Meinung über den Markt als eine Brutstätte für Kriminalität

²⁵ Die Begriffe Mafia und Racket wurden von den Respondenten verwendet. Mafia bezeichnet Formen nicht-staatlicher Kontroll- und Gewaltausübung und Racket konkrete Gruppen von Schutzgelderpressern und Schlägern.

²⁶ Der Abwertungsdruck auf die Nationalwährung *'Sum'* in bezug auf den staatlich fixierten Dollarumtauschkurs kann am Wechselverhalten der Kleinhändler hier analysiert werden.

und Lager für mafiöse Gruppierungen weit verbreitet.²⁷ Aber trotz dieser zur Schau gestellten Bedenken nutzen die meisten der Einwohner mit mittlerem oder geringem Einkommen von Zeit zu Zeit diesen Markt, um dort billige Waren im Verhältnis zu den innerstädtischen Ladenlokalen schlechter Qualität zu kaufen. Die gleichen Waren sind durch Zwischenhändler gegen einen Aufschlag auf den anderen 'tolchoki' und ebenso auf den improvisierten Märkten - das sind Plätze, die dafür nicht vorgesehen sind - in der Innenstadt erhältlich.

Der *Hypodrom*-Markt liegt 15km außerhalb von Taschkent. Dieser Open-Air Markt ist jeden Tag geöffnet und für Kleinhändler und Einkäufer außer mit dem privaten PKW durch Busse der Stadt Taschkent, private Busse und Sammeltaxis erreichbar. Der Marktplatz ist ein mit Maschendrahtzaun umzäuntes Gelände, das gegen ein Eintrittsgeld, erhoben durch die Marktverwaltung, betreten werden kann.

Der Markt ist in selbständige Zonen, nach der Art der Waren, so der Direktor des Marktes eingeteilt. Er zählte auf: Automarkt, Autoersatzteilmarkt, Gebrauchswarenmarkt, Lebensmittelmarkt, Großmengenmarkt. Der eigentliche Markt besteht aus parallelen Straßen umsäumt von Metallkiosken und -ständen, wobei in verschiedenen Straßen verschiedene Warengruppen angeboten werden. Es gibt eine Straße für Lederwaren, eine für Teppiche, eine für Stoffe, eine für Bekleidung und eine Ecke für Massenprodukte aus China und Südostasien, um nur die wesentlichen zu nennen. Verkauft werden kann alles, so gibt es auch Zigaretten, Alkohol, Süßigkeiten und Dauerlebensmittel in Großpackungen. Hier decken sich Weiterverkäufer aus der ganzen Republik Usbekistan mit Waren ein, die sie dann gegen einen Aufschlag auf lokalen Märkten verkaufen. Selbst in abgelegenen Regionen wurde als Herkunft der Waren auf Nachfrage oft der *Hypodrom*-Markt Taschkents angegeben. Er ist der Großhandelsmarkt ('*opti*') für die Kleinhändler mit einer riesigen Warenmenge.

Der Gebrauchswarenmarkt wird im Sprachgebrauch der Taschkenter unterteilt in den 'Koreanischen Markt' und den 'Chinesischen Markt'. Auf dem 'Koreanischen Markt' werden Waren von relativ guter Qualität verkauft, die aus Europa, Südkorea, und Japan stammen. Die Bezeichnung des Marktes erklärt sich damit, daß sich dort die Kleinhändler koreanischer Nationalität konzentrieren. Zweiundzwanzig Prozent gaben an, koreanischer Herkunft zu sein, d.h. mindestens ein Elternteil koreanischer Nationalität zu haben, gegenüber einem Bevölkerungsanteil von vier bis fünf Prozent in Taschkent. Der 'Chinesische Markt' ist Verkaufsort für Waren aus China, dem Iran und der Türkei. Der Verkauf erfolgt hier durch Personen der

²⁷ Im Januar 1996 kam einer der Vizedirektoren des '*Hypodrom*'-Marktes auf unnatürliche Weise um's Leben.

„ansässigen Nationalitäten und durch Uiguren“ (Dr. Jumaev, staatl. Akademie für Gesellschaftsaufbau, eigenes Interview).

Jedoch gab mir gegenüber und auch gegenüber lokalen Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen niemand an, aus China zu sein.²⁸ Jedoch sind die Waren chinesischer Herkunft nicht zu übersehen und wahrscheinlich stellen chinesische Händler lokale *Realisatoren*²⁹ an, da sie sich so den Kontrollorganen besser entziehen können. Dies ist von Vorteil, da die Beziehungen der zentralasiatischen Staaten zu China aufgrund der uigurischen Minderheiten, die immer mehr nach Unabhängigkeit streben, der Unterschiedlichkeit in wirtschaftspolitischen Grundfragen und der zumindest semi-geschlossenen Grenzen problematisch sind. Denkbar ist auch, daß die Grenzregionen mit Kasachstan, Kyrgystan und Tadschikistan und die Märkte in diesen drei Anliegerstaaten eine *'buffer zone'* bilden.³⁰ Die Waren werden dann dort an Zwischenhändler veräußert, wechseln so ihre *'Ethnizität'*, und werden von diesen an anderem Ort weiterverkauft. Das von Evers und Schrader (1994) beschriebene *'traders dilemma'* und ein Steigen der Reise- und Aufenthaltskosten mit Entfernung und Dauer der Reisen sowie Visa- und Aufenthaltsrestriktionen wären umgangen.³¹

3.1.2 Der *Sozgorod*-Markt

Der *Sozgorod*-Markt ist im Südwesten von Taschkent am Stadtrand gelegen. Fünf bis zehn Minuten zu Fuß davon entfernt befindet sich die Straßenbahn- und Trolleybushaltestelle. Der *Sozgorod*-Markt besteht aus dem eigentlichen Marktplatz, einem Parkplatz, einigen Containern, die als Werkstätten oder Lagerraum dienen, einem Verwaltungsgebäude und den belebten Zufahrtswegen für Fußgänger und Autofahrer, die an den Imbißständen vorbeiführen und in die drei Eingänge einmünden. Die Eingänge ermöglichen kaum das Passieren von Neuankömmlingen und denjenigen, die das Markttreiben verlassen wollen.

²⁸ Nur zwei uigurische Händlerinnen aus China konnte ich in Almaty/ Kasachstan auf dem *'Grünen Markt'* befragen.

²⁹ *Realisatoren* sind WeiterverkäuferInnen, die die (in Usbekistan) von einem Kleinhändler erworbene Ware oder die Kommissionsware zu einem höheren Preis verkaufen.

³⁰ Wallace entwickelte das Konzept der *'buffer zone'* für Osteuropa (siehe Wallace 1995, 1997). Es besagt, daß Osteuropa eine Durchgangs- und Zwischenstation für Waren ist. Zwischenhändler übernehmen die Waren auf sogenannten *'Russenmärkten'* an der polnisch-russischen Grenze. Diese osteuropäischen Zwischenhändler verkaufen die Waren dann beispielsweise in Berlin auf dem *'Polenmarkt'*.

³¹ An dieser Stelle muß ich anmerken, daß dieses Modell immer wieder für möglich gehalten wurde, aber ich nur drei Fälle, die es auch belegen, ausfindig machen konnte. Jedoch war ich nicht in Kyrgystan und China. In Almaty nur 25 Tage und in Tadschikistan nur elf Tage.

Aber so ist es für Miliz und Marktordner möglich, das Treiben zu kontrollieren und Sicherheit zu garantieren. Das ist eine Voraussetzung für das Zusammentreffen von Käufern und Verkäufern.

Der eigentliche Markt läßt sich im wesentlichen in drei Teile aufgliedern. (1) Der Markt der Dauerhändler, die entweder einen Kiosk oder einen Marktstand gemietet oder gekauft haben. Dort werden hauptsächlich Kosmetikartikel, Bekleidungswaren, Schuhe und Importlebensmittel angeboten. (2) Der südliche und (3) der östliche Marktteil hingegen werden weit mehr von Gelegenheitshändlern und *Realisatoren* frequentiert, die ihre Waren improvisiert darbieten, wobei von der Wäscheleine, über Bettlaken, Tapeziertische, Badeliegen bis zu Feldbetten alles eine Verwendung findet. Gleichwohl sind in diesen Flohmarktensembles Gebühren und Steuern zu entrichten.

Der Markt wurde im Mai 1994 von der Vereinigung der Veteranen der Streitkräfte gegründet. Früher befand sich auf diesem Platz der Autoparkplatz dieser Organisation. Nun stellen entlassene Offiziere aus dem Kontingent der Streitkräfte den größten Teil der Kleinhändler. Der Markt wurde innerhalb von einem Monat errichtet, in den Zeitungen wurde wöchentlich Werbung gemacht, allerdings nicht in ausreichendem Maße, denn am Eröffnungstag kamen nur etwa 100 Kleinhändler. Gegenwärtig sind - nach Auskunft des Marktdirektors - auf dem Markt täglich etwa 2000 Kleinhändler zu finden. In nächster Zeit soll der Platz um das Doppelte erweitert werden, da der Bedarf an Handelsplätzen ständig zunimmt.

"Als der Markt eröffnet wurde, existierten in der Stadt bereits mehrere Märkte ähnlichen Typs, aber auf ihnen herrschte keine Ordnung, es wurde viel gestohlen und mit Drogen gedealt. Deshalb stand für uns, als wir beschlossen, diesen Markt zu errichten, Sicherheit an erster Stelle. Wir wollten, daß sowohl die Käufer als auch die Verkäufer zufrieden sind. Dies alles wurde nicht von Fachleuten gemacht, sondern von Neulingen. Niemand von uns hat früher etwas Ähnliches gemacht. Der Marktbesitzer ist Arzt, ich (der Direktor) bin Ingenieur. Das ist für uns etwas völlig Neues. ... , aber hier arbeiten Freunde und vielleicht klappt gerade deshalb alles" (aus dem Interview mit einem der Marktdirektoren).

Sicherheit ist das zentrale Element für diesen Handelsplatz. Der Marktplatz und Warenaustausch bedürfen dieser Sicherheit als konstituierendes Element, da das Unbehagen der Konsumenten vor Kleinhändlern und 'Geldabschneidern' erst überwunden werden muß. Sie erhöht somit schlicht die Akzeptanz bei den Konsumenten.

3.2 Emische Konzepte der Kleinhändler und ihr Sprachgebrauch

Die Akteure im sozialen Raum entwickeln ihre eigenen Konzepte, wobei ich davon überrascht war, wie gering die durch Handeln erzielbaren Preisnachlässe waren. Die Dauer ihres Verbleibs im sozialen Raum Markt hat sich erhöht. Die dem Markt sich zugehörig

fühlenden Personen gaben an, von früh morgens bis spät abends auf dem Markt zu sein, so daß sich aus dem Gelegenheitshandel der Schattenwirtschaft eine Vollzeitbeschäftigung für zumindest einen großen Teil der Kleinhändler und *Realisatoren* etablierte.

Im Unterschied zu dem *Hypodrom*-Markt, wo eine große Anzahl aus anderen Städten Usbekistans und anderen Republiken der GUS Zugereister (u.a. aus Rußland) Handel treibt, sind auf dem *Sozgorod*-Markt die Einwohner von Taschkent zu finden. Das ausschließliche Recht der Taschkenter auf den Handel an dieser Stelle ist formal nicht fixiert und wird als solches nicht proklamiert. Jeder, der auf den Markt kommt und die entsprechenden Formulare ausfüllt, habe das Recht, dort Handel zu betreiben, so der Vize-Direktor.³² Die überschaubare Größe und die Lage des Marktes sind für Kleinhändler aus anderen Regionen ungünstig. Der eines Tages von Fatkhulla ausgesprochene Satz:

"Hierher kann kein einziger uns unbekannter Mensch kommen" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

ließ sich nicht bestätigen, alle Kleinhändler haben den gleichen Zugang zu den Möglichkeiten, die der Markt bietet.

Der Eigentümer des Marktes, den ich nicht treffen konnte, ist der Besitzer des Geländes und vermietet oder verkauft die Standfläche den Wareneignern, die ihrerseits entweder selbst Handel treiben oder *Realisatoren* beschäftigen. Diejenigen, die als *Realisatoren* arbeiten, stehen lange Zeit vor der Alternative, entweder ein risikobehaftetes Geschäft einzugehen oder aber ohne Arbeit und Lebensunterhalt zu bleiben. *Realisator* zu werden, beinhaltet außerdem die Chance, durch das verdiente Geld mit der Zeit selbst Eigner zu werden.

Aber die Standgebühr auf dem Markt steigt ständig an, und meine Beobachtungen zeigen, daß es ohne die Protektion durch Freunde in der Marktverwaltung inzwischen äußerst schwierig ist, überhaupt einen Platz zu erhalten.³³ Hinzu kommt, daß während das Verhältnis zwischen Markt- und Wareneigentümer durch formale Unterlagen über Verkauf oder Platzmiete fixiert ist,³⁴ das Verhältnis zwischen letzterem und dem *Realisator* nicht formal geregelt ist. Die nichtformalen Beziehungen durchdringen die ganze

³² Randinformationen aus einem Gespräch anlässlich eines gtz-Frühstücks.

³³ In diesem Fall geht es um feste Verkaufsstände, die sog. 'lotki', die nur noch zur 'Untermiete' erhältlich sind.

³⁴ In diesem Dokument werden die Rechte und Pflichten beider Seiten festgelegt. Dabei trägt die Administration keinerlei Verantwortung dafür, daß auf ihrem Gelände die Gesetze, die den Devisentausch regeln, nicht eingehalten werden, auch wenn sie die Einhaltung der Gesetze vorgibt. Im Falle, daß eine Gesetzesüberschreitung aufgedeckt wird, trägt allein der Besitzer der Ware die Verantwortung.

Marktorganisation, in der Freunde und Bekannte eine große Bedeutung haben. Jedoch spielen bei der Rekrutierung von Personal ethnische Kategorien keine primäre Rolle. Auch scheint aufgrund der im Vergleich zu Südostasien und China geringeren familiären Bindungen das *'traders dilemma'* in Zentralasien analog zu Osteuropa eine geringere Bedeutung zu haben.³⁵ Bereits Karmischeeva (1979) weist in ihrer Arbeit über den Handel am Anfang des 20. Jahrhunderts implizit darauf hin, daß die Spezialisierung in der Ökonomie nicht unbedingt entlang ethnischer, aber zumeist entlang lokaler oder regionaler Grenzen (Geographie) verläuft, sich aber damit parallel zu Clan- oder Stammesgrenzen ausgebildet hat.³⁶

Da man (damals) beispielsweise als Produzent von Weintrauben oder Reis innerhalb einer bestimmten Region immer mit einer bestimmten Siedlung identifiziert wurde, reproduzierte die ökonomische Spezialisierung der Produktion auch Unterschiede zwischen verschiedenen Clans oder Volksgruppen. Eine Erhöhung der Mobilisierung, wie sie z.B. bei Deutsch (1953, 1961, 1963) anklingt, bedeutet deshalb für sich genommen noch keinesfalls eine stärkere Integration, da über die ökonomische Spezialisierung und den sich damit ausweitenden Handel gleichzeitig eine Verfestigung ethnischer Unterschiede einhergeht. Es werden jedoch in der wieder zunehmenden Handelstätigkeit formale Strukturen durch den Rückgriff auf 'eingebettete Ressourcen' ersetzt (vgl. Amponsem 1996).³⁷

Dies unterscheidet den *'tolchok'* von jeglicher formalen bürokratischen Organisation, die sich auf Standardisierung und scharfe Kontrolle durch Registration stützt. Nichtformellen Beziehungen sind eine Reihe moralischer Bindungen eigen: Vertrauen, Freundschaft,

³⁵ In der Regel waren von den Respondenten gerade noch Informationen über die Großeltern und evtl. deren Brüder und Schwestern zu erhalten (ausgenommen eine kleine arabische Minderheit in Karakalpakistan).

³⁶ Für den südwestlichen Teil Ost-Bucharas zeigt Karmischeeva (1979) überzeugend den nicht rein naturalwirtschaftlichen Charakter der Ökonomie. Vielmehr existierte eine Tauschwirtschaft, die weitgehend geldlos organisiert war, gleichwohl aber auf lokaler Spezialisierung der Produktion auch landwirtschaftlicher Güter beruhte. Deutlich wird auch, daß die Spezialisierung parallel zum Tausch dort umso weiter verbreitet ist, je besser die Verkehrswege sind, je wegsamer die Gegend aufgrund geographischer Eigenschaften ist.

³⁷ Amponsem diskutiert ausführlich die Konzepte *'ethnic enterprise'* und *'ethnic economy'* und ihre Anwendbarkeit auf internationale Unternehmensnetzwerke von Ghanaern. Anzumerken ist, daß beide Studien auf grenzüberschreitenden Fernhandel abzielen und der Binnenhandel andere Charakteristika aufweisen mag. Insbesondere in der GUS kommen viele Fernhändler aus dem mobilen sowjetisierten Bevölkerungssegment.

Zuverlässigkeit. Das Eindringen dieser Begriffe verhindert die Kontrollierbarkeit der Organisation einerseits, andererseits entsteht ein eigenes 'value system' (Moralökonomie).

Mit Hilfe eines gut organisierten Sicherheitssystems vertritt die Marktverwaltung den Staat, sie kontrolliert nicht nur das Marktgelände sondern auch die angrenzenden Gelände. Auf diese Weise produziert die Marktverwaltung sich als Partner, dem man Vertrauen schenken kann und der Schutz gegenüber verschiedenen mafiösen und kriminellen Gruppen bietet. Die Kleinhändler selbst bewerteten das Maß an Sicherheit folgendermaßen:

"Anfangs gab es Probleme: Die Mafia, Schutzgelderpresser und das Finanzamt. Manchmal mußte bezahlt werden, aber manche Fragen wurden von Grund auf geregelt. Bei uns sagt man "Hab 100 Rubel und hab 100 Freunde".³⁸ Jetzt ist es ruhiger geworden, sicherer. Auf dem Markt gibt es das alles nicht" (Stephan, 35, Armenier).

"Schutzgelderpresser? Nein, hier gibt es so etwas nicht. Es gab eine Zeit, da tauchten die Jungs auf, aber denen wurde gleich gesagt wo's lang geht" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

"Solange es den Markt gibt, bin ich geschützt, wenn irgend etwas ist, bekomme ich Hilfe, aber wenn sie die Sache ganz gründlich anpacken, dann helfen auch keine Beziehungen mehr" (Asylbek, 26, Usbeke).

Symbole von Sicherheit und Ordnung stellen der hohe Zaun aus Eisenbeton um den 'tolchok' und der zehn Meter hohe Wachturm dar; außerdem sind Personen mit Mobiltelefonen in Milizuniform und in Zivil gegenwärtig.

Ich traf auf Kleinhändler und *Realisatoren* unterschiedlichsten Alters. Bei den Vollzeithändlern überwiegt die Altersgruppe der 25-40jährigen, womit Alter als ein - wenn auch schwaches - Kriterium der In- bzw. Exklusion existiert. Gelegenheitshändler sind sehr häufig Rentner, die sich hiermit ihre Rente aufbessern. Meistens arbeiten sie als *Realisatoren*, bereits in Pension helfen sie jungen Familienmitgliedern oder Bekannten, das Geschäft zu führen. Ursächlich hierfür scheint mir zu sein, daß Händler zu sein, auch einen Lebensstil beinhaltet und kultiviert, der für jüngere Leute attraktiver ist. Er setzt Reisen und 'hart sein' voraus. Diese Altersgruppe wurde zudem während der Stagnationsjahre der Breschnewzeit groß und lehnt sozialistische Wertvorstellungen und Konzepte viel stärker ab.

³⁸ Im Original lautet das Sprichwort: "Hab keine 100 Rubel, sondern 100 Freunde".

4. Typen von Marktakteuren

Im folgenden stelle ich Typen von Akteuren vor, die unterschiedliche Netzwerke aufbauten und unterschiedliche Solidaritätssysteme entwickelten und deren Marktstrategien sich in bezug auf die Besitzverhältnisse der zu verkaufenden Ware unterscheiden. Hierbei heben sich einerseits die 'Eigner' und andererseits die *Realisatoren* ab.

4.1 Eigner

Der Begriff 'Eigner' wird sowohl von ihnen selbst als auch von den *Realisatoren* und Kunden bei der Anrede des Verkäufers benutzt. Der 'Eigner' besitzt Waren und/ oder einen Stand auf dem Markt und hat ausgehend von seinen finanziellen Möglichkeiten die Freiheit zu entscheiden, ob er nun selbst mit Waren auf dem Markt handelt oder einen *Realisator* beschäftigt. Für alle 'Eigner' war das Streben charakteristisch, sich mit der Leitung und der Verwaltung von Handel zu beschäftigen, den Warenstrom zu kontrollieren, das Geld anzulegen und keine unmittelbare Beziehung zum Verkauf zu haben.

Die Unterschiedlichkeit der Waren diktiert die Einkaufsstrategie.³⁹ Zwei Haupttypen lassen sich unterscheiden: Kleinhändler, die mit Kleidungs- und Kosmetikartikeln handeln, stehen in Konkurrenz zu den Großhandelslieferanten des quasi-staatlichen Außenhandels und versuchen trotzdem nach dem '*tschelnotschnyj*' Modell vorzugehen (Stephan, 35, Armenier), d.h., sie importieren selbst. Für die Besitzer von Lebensmittelkiosken ist es aufgrund der Importmengen der Großhändler gegenwärtig von größerem Nutzen, sich der Großhandelslieferanten innerhalb der Stadt zu bedienen und bei ihnen einzukaufen, da sie die Größenordnung, um konkurrenzfähig zu sein, nicht mehr erzielen können (Fatkhulla, 35, Usbeke). Einer der größten Importeure ist die usbekisch-türkische Firma '*Nur Efsan*', deren Direktor Mustafa Güler, der aus der Türkei nach Usbekistan übergesiedelt ist, angab, pro Woche 30-40 LKW-Ladungen aus der Türkei zu bekommen.⁴⁰

Die Kleidung und Hygieneartikel, die auf dem *Sozgorod*-Markt verkauft werden, werden entweder auf dem *Hypodrom*-Markt aufgekauft oder direkt aus dem Ausland importiert. Von dem *Hypodrom*-Markt wird Gebrauch gemacht, wenn die Mittel für eine

³⁹ Bei den "Eignern" nehme ich eine Trennung nach Warengruppen vor, um die Spezifika besser darstellen zu können.

⁴⁰ Der Export von Lebensmitteln, Kleidung und Gebrauchsgütern in die Ex-RGW-Staaten muß in der Türkei einen Wirtschaftsboom ausgelöst haben, der noch ungenügend dokumentiert und erforscht ist. Russisch entwickelte sich nicht zuletzt wegen der vielen Kleinhändler zur Handelssprache in der Türkei.

Fahrt ins Ausland nicht ausreichen oder ein Netz von Kontakten nicht in ausreichendem Maß entwickelt ist. Großeinkäufe auf dem *Hypodrom*-Markt sind riskant.

"Es ist unbedingt notwendig, die ganze Ware sehr aufmerksam durchzusehen, da sehr viel Ausschuß dabei ist."

Die meisten Kleinhändler importieren ihre Waren, indem sie auf sog. 'shopping tours' soviel einkaufen, wie sie zollfrei einführen dürfen (1400 US\$). Die Einkaufsmenge hängt auch meistens davon ab, wieviel man tragen kann, außerdem richtet sie sich nach den Einkaufsorten und den Verbindungen.

"Du bringst z.B. einen Posten mit Waren mit und kümmerst dich darum, bei mehreren Tolchki unterzukommen. Wenn du auch nur ein bißchen zögerst, dann frißt die Inflation die Hälfte des Gewinns. Es kam vor, daß ich völlig "durchgesaut" bin. Deshalb untersuche ich jetzt gründlich die Nachfrage und nehme nur noch die Waren, die am besten gehen. Außerdem rate ich anderen, sich sofort um die Warenabsatzpunkte zu kümmern" (Tatschenka, 36, Weißbrussin).

In der Regel fahren oder fliegen die Kleinhändler ein bis viermal im Monat vor allem in die Türkei, nach China oder Polen. Daneben werden noch Rußland, die Arabischen Emirate, Syrien und die Niederlande genannt. Nach den Etiketten auf der Ware sind Deutschland, Italien und Frankreich Partner. Überprüfen lassen sich diese Angaben nur schwer, weil man die Labels⁴¹ der verschiedenen Firmen in Taschkent vom laufenden Meter kaufen kann.

Für andere Kleinhändler ist der *Hypodrom*-Markt, der Großmarkt fünfzehn Kilometer vor Taschkent, zentraler Einkaufsmarkt. In seiner Nähe etablierte sich ein Wohngebiet für die Dauerhändler, die somit ihre Fahrzeit verringerten. Die Gewinnmarge ist im Weiterverkauf entsprechend geringer und wurde mit zwischen 10-50% nach Abzug aller Unkosten liegend angegeben.

Die Motivationen, warum entweder auf den Großmarkt oder ins Ausland auf 'shopping tour' gegangen wird, sind nicht eindeutig nachvollziehbar. Neben den Risiken und dem Kapitalbedarf für die Reisen sind vielfach auch Kontakte, Gewohnheit oder Erfahrung ausschlaggebend. Wieder andere bekommen die Waren über ein Familienmitglied oder Bekannte, die im Ausland leben. Kleinhändler, die einen Kiosk besitzen und Lebensmittel verkaufen, kaufen die Waren entweder bei den "kleinen Großhändlern" oder direkt bei den lokalen Herstellern (Wasser, Bier, usbekischer Vodka). Die Einzelhandelslebensmittelhändler importieren nur in den seltensten Fällen Waren, da sie den mittleren und großen Großhändlern keine Konkurrenz bieten können.

⁴¹ Das Wort hat seinen Eingang in den russischen und auch usbekischen Sprachgebrauch gefunden. Labels haben einen entsprechenden symbolischen Charakter.

Fatkhulla: Er ist ungefähr 35 Jahre alt, beendete das polytechnische Institut in Taschkent und arbeitete dann in einem staatlichen Unternehmen. 1988 ging er in die Kooperative, wo er bis 1991 als Werkzeugmaschineneinrichter arbeitete. Parallel zu seiner Arbeit in der Kooperative arbeitete er in der Filmbranche, reiste durch die Republiken der UdSSR, kaufte Filme in großer Menge auf und verlieh sie. "Damals brachte das Gewinn". Nach 1991 brachte das Kino keine Gewinne mehr ein, und er ging in das Tourismusgeschäft. Das touristische Unternehmen, dessen Direktor er im Jahre 1992 wird, wurde von einem Unternehmen für die Reparatur von Be- und Entlademaschinen organisiert, welches sein Freund Nurgali betrieb. 1993 bringt auch das Tourismusgeschäft keine Gewinne mehr.

Nurgali: Auch er ist ungefähr 35 Jahre alt und hat höhere Schulbildung. Sein Geschäft beginnt mit einer Reise nach Jugoslawien, dort wurde u.a. mit Möbeln und Zigaretten gehandelt. 1986 gründet er ein Unternehmen für die Reparatur Lemberger Be- und Entlademaschinen. Früher befand sich das einzige Reparaturunternehmen in Lemberg. Heute ist er außerdem Miteigentümer eines kleinen halblegalen Unternehmens für die Produktion von Speiseeis.

Ihre Arbeit auf dem Markt: Sie begannen 1993, als auf dem Territorium des 'tolchok' der Autostützpunkt war. Sie bekamen einen Container, den sie zu einem Kiosk umgestalteten, und begannen, mit Zigaretten zu handeln. Kunden waren Autoliebhaber, die den Autostützpunkt besuchten.

Als man den Markt errichtete, schlug der Direktor des Marktes - ein Freund ihres Kreises - ihnen vor, auf dem 'tolchok' zu arbeiten. Seit Oktober 1994 arbeiten sie nun auf dem 'tolchok'. Das Angebot wurde um ein Café und Verkaufsstände erweitert. Als sie mit dem Handel in der Stadt begannen, gab es wenige Firmen, die Lebensmittel verkauften, so daß Partner gesucht werden mußten. Jetzt diktieren sie selbst den Lieferanten die Bedingungen, weil die Mehrheit der Firmen ihre Dienste entsprechend ihren Erfahrungen bei der Lieferung der Produkte zur Verfügung stellt. Es ist vorteilhaft, mit ständigen Lieferanten zu arbeiten, die aufgrund langer Bekanntschaft Kredite gewähren oder die zu zahlende Summe für die erworbenen Waren stunden. Jetzt besitzen sie ein Café, zwei Stände neben dem Markteingang und sieben Tische auf dem Territorium des Marktes. Mit ihrem Warensortiment haben sie eine Monopolstellung für Getränke und Snacks auf dem Markt.

Ihren Erfolg erklären sie übereinstimmend mit der reibungslosen Zusammenarbeit. Ihre internen finanziellen Beziehungen sind sehr eng, es existiert ein 'gemeinsamer Topf'.

„Wenn jemand von uns Geld braucht, kann er jederzeit welches aus diesem 'Topf' nehmen“ (Nurgali unter kopfnickender Zustimmung von Fatkhulla).

Der unmittelbare Absatz der Waren erfolgt über die *Realisatoren*. Leute, die eingestellt werden, erhalten einen bestimmten Prozentsatz vom Umsatz (5%), die Abrechnungen werden recht locker gehandhabt. Als *Realisatoren* werden Bekannte und Verwandte von Freunden rekrutiert.

"Vertrauen kann auf verwandtschaftlichen Beziehungen beruhen" (Stephan, 35, Armenier).

Die Ehefrauen haben meist keine Beziehung zum Handel, nur im Fall finanzieller Probleme wird die Ehefrau hinzugezogen, aber es wird ungern getan.

"Ich möchte, daß meine Frau sich zu Hause beschäftigt und nicht arbeitet. Ich selbst würde gerne nur dieses Geschäft führen und mich nicht mit all diesen Kleinigkeiten beschäftigen, aber ich kann dieses niemandem anvertrauen" (Stephan, 35, Armenier).

Meine bisher nicht weiter quantifizierten Beobachtungen ergaben, daß Eheleute oder Frau und Mann, wenn sie gemeinsam im Handel tätig sind, eine für die herrschende Geschlechterordnung typische Rollenaufteilung etablieren: Die Frauen sind zumeist die *Realisatorinnen* und die Männer Organisatoren und Versorger.

4.2 Die RealisatorInnen

Der *Realisator* ist ein Verkäufer, der sich mit dem Einzelhandelsverkauf von Waren beschäftigt. Er hat kein Eigentum und erhält als Lohn für die Arbeit Prozente für die verkauften Sachen. Der Begriff *Realisator* existiert nicht im Sprachgebrauch der Kunden, aber er wird oft von den Verkäufern selbst zur Bestimmung ihres Unterordnungsverhältnisses benutzt.

Svetlana ist eine Frau von 60 Jahren und von Beruf Ärztin. 1994 ging sie in Rente und begann, auf dem Markt zu arbeiten. Ihre Schwester war "Tschelnok" und benötigte einen *Realisator* für die Waren, die sie aus China mitgebracht hatte. Die Schwester mietete einen Marktstand an und bat Svetlana, ihre Waren zu verkaufen. Sie willigte ein, fühlte sich aber zu Beginn unbehaglich.

"Anfangs war es schrecklich ungewohnt. Ich habe noch niemals etwas verkauft. Es war schrecklich und peinlich. Es hat mich regelrecht gedemütigt. Das fühle ich auch jetzt noch. Es ist kränkend, daß ich studiert und gearbeitet habe und jetzt gezwungen dazu bin. Aber inzwischen habe ich mich daran gewöhnt. Später habe ich dann gesehen, wer neben mir Handel treibt, nämlich sowohl Juristen - neben mir waren zwei Juristen mit Hochschulbildung - als auch Lehrer und Ärzte. Alle sind gezwungen, auf die eine oder andere Weise Geld zu verdienen, denn ohne das kann man schließlich nicht auskommen. Und wenn meine Schwester keine Waren bringt, setze ich die Waren von anderen "Eignern" ab, nämlich von ihren Bekannten" (Svetlana, 60, Russin).

Gegenwärtig verbindet Svetlana mit dem 'tolchok' keine großen Pläne, sie beabsichtigt nicht, das Geschäft zu erweitern, da sie sich sicher ist, daß es sich nur um eine zeitweilige Beschäftigung handelt.

Larissa ist eine Frau von ungefähr 35 Jahren, verheiratet und hat drei Kinder. Sie war Arbeiterin in einem staatlichen Unternehmen, hat nur einen geringen Lohn erhalten und den noch dazu nicht regelmäßig. Ein Freund ihres Mannes schlug ihr vor, als "Realisatorin" zu arbeiten. Sie willigte ein. Die Arbeit stellte sie zufrieden, aber die Waren (in der Hauptsache Damenbekleidung) lief nicht, da sich der 'Eigner' nicht um die Nachfrage bzw. den Geschmack der Kundinnen kümmerte. Mit der Einwilligung des 'Eigners' handelte sie mit eigenen Waren, die sie auf dem *Hypodrom*-Markt einkaufte. Sie begriff, daß das viel gewinnbringender war als für den 'Eigner' zu arbeiten und von ihm abhängig zu sein. Sie wollte ihren eigenen Platz kaufen und ihr eigenes Geschäft eröffnen.

"Was ich möchte? Ich möchte mir Geld zusammensparen und mir meinen eigenen Platz zulegen. Ich habe versucht, ein wenig für mich selbst zu arbeiten, Fatkhulla hat mir erlaubt, meine eigene Ware zu verkaufen. Ich habe auf dem *Hypodrom*-Markt T-Shirts für 2 US\$ das Stück gekauft und für 3 US\$ verkauft, aber den Preis habe ich nicht gehalten, bin damit heruntergegangen. Das hat Gewinn gebracht. Ich habe begriffen, daß ich auf diese Weise mehr verdienen könnte. Wenn man mit Waren handelt, die gut gehen und nicht liegenbleiben, geht das irgendwie, aber es hängt vom Eigentümer ab, welche Waren verkauft werden sollen" (Larissa, 35, Ukrainerin).

Zwei Wochen vor meiner Abreise hat der 'Eigner' sie entlassen, an ihrer Stelle verkaufte seine Frau, die ihn nach seinen Angaben ja nichts kostet. Larissa suchte eigenständig nach einer neuen Stelle als *Realisatorin*, versuchte für eine andere 'Eignerin', die am Nebenstand verkaufte, zu arbeiten, wurde aber nicht genommen.⁴²

Katharina und Timur sind ein Paar im Rentenalter. Begonnen haben sie mit "shopping tours" gemeinsam mit Fatkhulla, sie kauften ein und verkauften. Auf dem Markt sind sie seit dessen Eröffnung. Sie kamen dorthin durch die frühere Bekanntschaft mit Fatkhulla. Sie haben einen Tisch, d.h. einen Marktstand, gekauft, den sie von Zeit zu Zeit zur Hälfte vermieten. Sie handeln mit Klosettbrillen, Bügelbrettern, Teppichen für das Badezimmer etc. Sie spezialisierten sich auf eine Produktnische. Diese Strategie der Spezialisierung wurde von ihnen als ihr Erfolgsrezept bezeichnet.

Die Waren kaufen sie inzwischen entweder auf dem Großhandelsmarkt *Hypodrom* in Taschkent oder bei bekannten "Eignern". Sie arbeiteten schon früher zusammen.

⁴² Warum sie nicht angestellt wurde, ist mir nicht bekannt. Vor meiner Abreise hat sie es nicht mehr geschafft, eine neue Anstellung zu finden.

Anfangs fürchteten sie sich vor dem Handel aufgrund seines negativen Images, daß diese Tätigkeit und die Ausübenden bei ihnen hatten.

"Mein Mann ging einfach nicht weit, machte den Eindruck, als ob er damit nichts zu tun hätte. Mir war das auch nicht angenehm, wo wir doch niemals etwas Ähnliches gemacht haben. Ich war Warenfachfrau in einem Geschäft, er leitender Ingenieur in einer Fabrik. Ich hatte anfangs große Angst, daß irgend etwas gestohlen wird, habe alle Waren angebunden, aber nun habe ich mich daran gewöhnt. Ja, und die Bewachung ist hier gut. Angeblich wurde bei einer Frau etwas geklaut, sie hat Anzeige erstattet, aber nicht einmal daran gedacht, daß sie etwas wiederbekommt, und man hat ihr alles wieder gebracht" (Katharina, 67, Russin).

Beginnend mit dem Einkauf bei den sog. „shopping-tours“ oder auf den Kleinhandels-Großhandelsmärkten entstehen Kleinhändlerkarrieren. Auf diesen organisierten Bus-Butter-Fahrten oder Flügen wird eingekauft und zumeist in Taschkent auf den Märkten verkauft. Das Anfangskapital, sofern nicht vorhanden, wird von Verwandten und Bekannten zumeist zinslos zusammengeliehen. Inzwischen haben sich jedoch nach Aussage des Marktdirektors des *Sozgorod*-Marktes private Banken/ Geldverleiher etabliert, von denen auch gegen einen Zins Geld geliehen werden kann. Gewinne werden reinvestiert, der Umsatz und die eingekaufte Warenmenge vergrößern sich bei Erfolg.

Die nächste Stufe ist der Versuch der Unabhängigkeit von den 'shopping-tour-Organisatoren' durch Anschaffung eines Fahrzeuges (PKW/LKW) oder durch die eigene Abwicklung des Transportes z. B. per Flugzeug. Damit können dann eigene (exklusive) Handelskontakte und -routen etabliert werden, und das Geschäft vergrößert sich. Es werden evtl. auch *Realisatoren* eingesetzt. Im nächsten Stadium wird das eigene Reisen mit den Waren immer weniger notwendig. Die Handelspartner haben geschäftliche Beziehungen entwickelt, die stabil sind. Transport wird organisiert, Kommunikation erfolgt über Telefon und Fax. Die vierte Stufe erreicht man, so von Fatkhulla beschrieben, als Großhändler, der nicht mehr auf den Märkten verkauft, sondern als Abnehmer und Weiterverkäufer Geschäfts- und Lagerräume unterhält. Diese Großhändler fungieren als Zwischenhändler und sind als Importfirmen registriert. Die Geschäfte werden mit moderner Datenverarbeitung von Angestellten abgewickelt. Der Aufbau einer Vertriebsstruktur rückt in den Mittelpunkt, da größere Mengen in relativ kurzer Zeit Abnehmer finden müssen. Einige konnten am Anfang die noch vorhandenen Vertriebsstrukturen staatlicher Betriebe nutzen. So erklärte Fatkhulla:

"Funktionäre und Betriebsdirektoren hatten und haben aufgrund ihrer Nähe zur Bürokratie einen Informationsvorsprung. Viele ehemalige Funktionäre sind unter den Anfangseignern und fahren jetzt Mercedes, da sie ihre betrieblichen Kontakte und ihr Wissen ausgenutzt haben" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

Hierbei decken sich meine Ergebnisse mit der von Nee (1989, 1992, 1996) am Beispiel Chinas herausgearbeiteten *'power persistence hypothesis'*, die besagt, daß insbesondere Kaderangehörige in der Transitionsphase ihre Position und Macht sich erhalten können.⁴³

4.3 Der soziale Raum - Marktakteure in ihrem Kontext

Nach Grathoff (1982) sollen durch das soziografische Beschreiben sozialer Räume/ Milieus einerseits Aspekte der Zugänglichkeit des Raums für Außenstehende, die Möglichkeit des Eindringens in den sozialen Raum und andererseits Teilnahme bzw. Einbezogenheit, Vertrauen und gegenseitige Abhängigkeit dargestellt werden. Kurz, Kriterien von Ex- und Inklusion werden anhand der Akteure des sozialen Raumes - zugehörige Personen und andere Personen - und die Dauer ihres Verbleibs im Raum (die Karriere der Akteure) bestimmt.

Am Kapitelanfang wurde Markt als eine Form der Begegnung, die prinzipiell vom Einzelnen in einem Freiraum der Anonymität bewältigt werden kann, dargestellt (vgl. Gretschmann 1984:118). In Marktbeziehungen wird die wirtschaftliche Kommunikation indifferent gegen persönliche Bekanntschaft, werden die der 'Zweiten Wirtschaft', der Bedarfswirtschaft der Haushaltungen inhärenten face-to-face Beziehungen verdrängt. Ergebnis der Transformation wäre somit Markt als sozio-ökonomische Grundstruktur, die sich aus dem Gemeinwesen ausdifferenziert hätte, um sich ungehindert entfalten zu können.

Diese Betrachtung vernachlässigt, daß das politisch-administrative System Markt regelt, und Eliten entscheiden. Immer wieder stellten Kleinhändler und Konsumenten bei der Bedeutung des *'tolchokes'* für sie ihr Ausgeliefertsein in den Vordergrund. Im neuen Sprachgebrauch hat sich der Begriff 'Neue Russen' (der Begriff 'Neue Usbeken' findet kaum Verwendung), die 'Neuen Reichen', für diejenigen etabliert, die schnell zu Geld gekommen sind und/ oder ihren Status mittels westlicher Prestigeobjekte belegen (z.B. westliche Automarke, große Wohnung oder Haus, der Kauf von Waren in echten/ richtigen Geschäften u.s.w.).

Diese neue Schicht wird von den Taschkentern - ob zu recht oder unrecht - überwiegend dem Mafiamilieu zugeordnet. Meine Hauswirtin sagte:

⁴³ vgl. Victor Nee (1989, 1992, 1996). Nee bezieht jedoch in seine Analyse nicht mit ein, daß viele Kader bereits in der Schattenwirtschaft tätig waren und daher erfolgreiche 'Wendehälse' werden konnten. Viele Transformationsgewinnler konnten ihre Investitionen (soziales und kulturelles Kapital einbeziehend) in die *'second economy'* nutzen, und ihre *'persistence'* in den gesellschaftlichen Strukturen basiert gerade hierauf. Anzumerken ist auch seine *'genderblindness'*.

"Alles schon einmal dagewesen in den zwanziger Jahren, zur Zeit der Neuen Ökonomischen Politik (Lenins, MK), als es auch schon Neureiche, Spekulanten, Dollar und Marktwirtschaft gab."

Immer wieder wurde mir bestätigt, daß der, der ein neues Café besitzt oder im Kiosk Waren verkauft, Kontakte zur Mafia hat, ihnen Schutzgeld bezahlt. Die 'Kleinhändler' werden als kriminell und auf das Geld versessen bezeichnet. Die Werteorientierung, die ihre Grundlagen in der Sowjetzeit hat, beeinflußt diese Einschätzung.

"Früher wurde es als Spekulation bezeichnet, heute aber als Business" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

Die Legalisierung des privaten Handels auf staatlicher Ebene legalisierte den Handel nicht im Bewußtsein der Menschen und bis heute bedeutet 'handeln' für einen Teil der Bevölkerung, etwas Schändliches, Unehrenhaftes zu tun.

„Trödler, Bourgeois, Ausbeuter - das ist schlecht, das ist eine Beleidigung“ (Fatkhulla, 35, Usbeke).

"Handeln" bedeutet "nicht arbeiten" (Kan, 36, Koreaner).

"Das ist eine zeitweise Erscheinung, bis es alles in den Geschäften zu annehmbaren Preisen geben wird. Das stirbt von selbst ab. Die Leute müssen arbeiten und sich nicht mit so etwas beschäftigen" (Svetlana, 60 Jahre).

Für die Kleinhändler auf dem Markt selbst bedeutet es "überleben", und ich erhielt folgende rechtfertigende Antworten.

"Aber ich hasse diesen Basar. Das ist nur, um zu überleben, nur des Geldes wegen. Es ist doch heute unmöglich zu leben, wenn du keine Datscha hast oder keinen Handel betreibst. Sehen sie, 60% der Leute auf dem Markt gehören doch zur Intelligenz. Mit dem Lohn, den sie erhalten, kann man einfach nicht leben" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

"Ich kann mich damit immer noch nicht anfreunden. Weshalb? Ja, weshalb gefällt es den Lehrern oder Ingenieuren nicht? Einfach weil sie das und nichts anderes tun müssen, aber etwas gern tun, wozu man gezwungen ist, das ist sehr schwer Ich würde gern das machen, was ich gelernt habe, aber nun kann ich das nicht. Dieser Markt hat uns verdorben. Ich will Geld zusammensparen, solange das hier nicht eingestellt wird, damit ich etwas habe, wovon ich leben kann. Und dann werden wir weitersehen" (Sascha, 40, Ukrainer).

Zu Sowjetzeiten wurde die Bedeutung des Geldes aufgrund des unproduktiven Charakters der Zirkulationssphäre ideologisch herabgewürdigt. Der 'tolchok' als Ort der Realisierung rein ökonomischer Interessen war der Kritik von Seiten der Eltern der Respondenten ausgesetzt. Die nicht vertraute und vor nicht allzulanger Zeit kriminelle Praxis wird als für die Kinder nicht wünschenswerte Beschäftigung angesehen.

"Meine Eltern haben es sehr schmerzhaft aufgenommen, daß ich dem Handel verfallen bin. Das ist die kommunistische Erziehung. Ein Krämer ist schlecht, eine Beleidigung. Sie hatten schreckliche Angst. Sie sind doch "Sowjetmenschen". Mein Vater ist Stalinist, vor 1980 trug er das Lenin-Stalin-Abzeichen, meine Mutter ist progressiver, aber auch sie hat ständig wiederholt, was ich alles riskieren würde. Sie haben versucht, mich davon abzubringen, stellten Fragen nach meinem Arbeitsbuch, sagten, heute sei für mich alles so, aber später. Es hat zu diesem Thema eine Menge Streitereien gegeben. Auf der einen Seite stehen meine Schwester und ich, auf der anderen sie. Aber als ich dann den ersten Lohn mitbrachte, hörten sie auf, darauf zu beharren, ich solle in die Fabrik zurückgehen" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

"Die Eltern waren absolut dagegen, aber inzwischen hat sich ihre Meinung ins Gegenteil verkehrt. Manchmal helfen sie sogar, wenn wir es nicht mehr schaffen. Meine Eltern sind noch vom alten Schlag. Sie sind der Ansicht, daß ein Mensch dort, wo er arbeiten muß, ständig arbeitet. Sie haben 35 Jahre am gleichen Platz gearbeitet, und das ist gut. Aber jetzt ist eine solche Stabilität unmöglich. Ja, und sie sehen unsere Kollegen, die auf ihren Arbeitsplätzen geblieben sind und deren Leben nun sehr hart ist. Meine Frau ist Krankenschwester, sie hat noch nicht lange gearbeitet, ihnen wurde drei Monate lang kein Lohn bezahlt" (Stephan, 35, Armenier).

Für die Generation, die in den 60er und 70er Jahren geboren wurde, lassen sich die Probleme der Adaption an den Markt weniger auf die ideologischen Grenzen zurückführen als auf den Mangel an Erfahrungen und Verbindungen, die für eine erfolgreiche Geschäftsführung unabdinglich sind. Sie lernten im Verlauf ihrer Arbeit, wobei sie teilweise auf ihr in der Vergangenheit erworbenes kulturelles Kapital verzichteten.

Viele Kleinhändler stufen ihre Tätigkeit geringschätzig ein und erklären ihre Anwesenheit auf dem Markt aus der Erwägung, unter den schweren ökonomischen Bedingungen überleben zu müssen. Aber der Gedanke, daß die Kleinhändler auf sich nehmen, womit der Staat und namhafte Firmen nicht fertig werden, gibt Anlaß zu Optimismus.

"Natürlich kommen die Leute hierher und gehen nicht in die Geschäfte, wo es doch hier genau das gleiche gibt, nur zu viel niedrigeren Preisen. Auf dem Markt einzukaufen, ist günstig. In den Geschäften gibt es die gleichen Waren, nur sind diese dort zwei- bis dreimal so teuer. Diese Sachlage drückt eine Lebensweise aus. Die Leute helfen sich einfach nur gegenseitig dabei, worum sich der Staat nicht kümmert" (Stephan, 35, Armenier).

Diese Typologisierung von Stufen einer Kleinhändlerkarriere gilt meinen Ergebnissen entsprechend für einzelne Kleinhändler wie für Kleinhändlergruppen, die sich zum gemeinsamen Handel zusammenschließen. Einige dieser Netzwerke entstanden durch das gemeinsame Reisen auf den 'shopping tours'. Die meisten Kleinhändler stimmten darin überein, daß sie ihr Reisen mit befreundeten Kleinhändlern koordinierten, um sich im

anderen Land, beim Transport etc. gegenseitig helfen zu können. Die Verstärkung der 'weak ties' in der Fremde, d.h. hier ihre Aktivierung in der Türkei, scheint dem Erklärungsmuster zu folgen, daß bei größerer ethnischer Distanz Bindungen nach innen stabilisiert werden, was am anderen Handelsende, im eigenen Lande, weit weniger vonnöten zu sein scheint. Dies kann bis zur Herausbildung von ethnischen Diaspora-Gruppen führen (vgl. Wallace 1997:14; Evers/ Schrader 1994).

Hierbei entstand bei vier Kleinhändlern, die sich schon etliche Jahre kannten, die Idee, nicht mehr individuell zu kalkulieren und zu verkaufen, sondern gemeinsam den Handel zu betreiben und das Risiko zu teilen:

"Wir legten eine gemeinsame Kasse an, in die wir am Anfang ein unterschiedliches Startkapital einzahlten. Jeder von uns zahlte ein, was er gerade hatte. Bis wir unseren Anfangsbetrag wieder ausgezahlt hatten, erhielt jeder entsprechend seinem Anteil einen Betrag ausgezahlt. Danach wurde immer durch vier geteilt."

Sie beschrieben ihre Freundschaft in einem Gruppeninterview übereinstimmend als 'Kommunismus'. Es hätte nie Streit zwischen ihnen gegeben, früher wären sie nur befreundet gewesen, und jetzt kommt das Geschäftliche eben hinzu.

"Natürlich haben sich dadurch unsere Gespräche verändert. Wir reden nicht mehr über Politik, wir reden über das Geschäft. Aber das liegt auch an der Zeit" (Sascha, 40, Ukrainer).

Die neue Zeit charakterisieren sie übereinstimmend als geprägt vom Erwerb des Lebensunterhalts und vom Kampf um das Überleben. Alte Ideen, die alte Ausbildung, alte Anschauungen sind obsolet geworden.

Am Anfang wurde diese gemeinsame Kasse zur Finanzierung der Reisen, der Standgebühren und für den Kauf von Lebensmittelkiosken verwendet. Inzwischen hat sich ein Grundstock für Notfälle angesammelt, der es ermöglicht, bei Krankheit, Familienfeiern, sonstigen finanziellen Problemen, wie Wohnungskauf etc., sich gegenseitig auszuhelfen.

"Meistens braucht man das Geld dringend, wenn man keines verdienen kann" (Eldar, 29, Usbeke).

Das gegenseitige Vertrauen wurde in getrennten Interviews übereinstimmend als sehr hoch bezeichnet. Dadurch erzielten sie eine Risikominimierung über die sie sehr froh sind, was ihrer Freundschaft eine zusätzliche Bedeutung gibt.

"Persönliches Risiko und wirtschaftliches Risiko⁴⁴ sind heute viel stärker miteinander verbunden. Früher hatten wir unsere Arbeit, unsere finanzielle Absicherung, und Geld spielte eine geringere Rolle" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

⁴⁴ Schließung des Marktes. Konfiszierung der Waren. Verbot des Handels und des Imports. Höhere Steuern.

Eine weitere Strategie zur Risikominimierung bei Ihnen besteht in der Verlagerung des Hauptgeschäftes auf den Verkauf von Getränken, Nahrungsmitteln und Zigaretten, die sie entweder bei kleinen Großhändlern (*melki optovi*) oder direkt von einem usbekischen Hersteller kauften. Der Verkauf lokal erhältlicher Waren ermöglicht ein schnelleres Umsetzen der Waren, eine sichere, wenn auch kleinere Gewinnspanne. Das Betreiben von Bekleidungskiosken läuft nur noch nebenbei, da sie offensichtlich auch auf weniger nachgefragte Produkte gesetzt hatten. Im Laufe der Zeit haben sie eine Arbeitsteilung erzielt, die den Geschäftsverlauf effektiver gemacht hat.

Eine weitere Strategie ist die Erweiterung des Netzwerkes durch Außenkontakte. Eldar läßt die Steuerlegung und Bilanzierung über seine bereits früher etablierten Kontakte erstellen. *Realisatoren* und Verkäufer werden im Freundes- und Bekanntenkreis gesucht und geworben und dann vertraglich gebunden. Teilweise bestehen auch nur mündliche Abmachungen. Die Bezahlung erfolgt zumeist auf Provisionsbasis. Sie entscheiden über Einstellungen gemeinsam, und die dauernde Anwesenheit von zumindest einem von ihnen ermöglicht ihnen auch eine dauernde persönliche Kontrolle. Jedoch sei ein hoher Umsatz auch im Interesse der *Realisatoren*, daher sei eine Kontrolle nur in der Anfangsphase eines neuen Mitarbeiters notwendig.

Ein Mitglied der Gruppe, Marat, fungiert für den Markteigner als geschäftsführender Direktor, wodurch sich die Konkurrenz auf dem Markt begrenzt halten läßt. Marktdirektor Marat bestätigte die Absicherung gegeneinander, so könne er jederzeit wieder als Kleinhändler zusammen mit den anderen in den Handel einsteigen, wenn er beispielsweise als Direktor entlassen werden würde. Diese Abmachung bestünde, obwohl er keine Erfahrung habe, da er noch nie etwas verkauft habe. Er müßte in so einem Fall auch kein Kapital einbringen. Er betonte, daß moralische Prinzipien in lokalen Gemeinschaften in Usbekistan intakt seien, nur der Staat und seine Organe seien unberechenbar und willkürlich. Mit einem Teil des Gewinns würden die Marktbetreiber auch karitative Zwecke erfüllen. Er erklärte, daß

"die Moralität Bestand der Politik der Marktbetreiber ist. Unser Präsident (des Marktes, M.K.) ist ein sehr guter Mensch. Er kann sich gegenüber armen Leuten nicht verwehren. So haben sie im letzten Jahr blinden Kindern für Schuhe gespendet, die Kriegsoffer und -veteranen unterstützt, beim Bau einer Kirche finanzielle Hilfe geleistet und an das Rote Kreuz gespendet, obwohl sie dieses Geld trotzdem versteuern mußten. Für all diese Dinge hätte der Staat Sorge zu tragen. Er tut dies jedoch nicht" (Marat, 42, Tatare).

Gerade das Zusammenspiel von dem negativen Bild des Handels als Spekulation in den Zeiten der Sowjetunion und die Notwendigkeit, sein Geld jetzt mit Handeln zu verdienen, läßt einen Rechtfertigungsdiskurs entstehen und führt dazu, daß insbesondere moralische Werte und Leistungen betont werden. So wurde auch von der

Marktadministration ein besonderer Wert auf die Sicherheit des Marktplatzes gelegt, um die Skepsis der Taschkenter gegenüber dem *'tolchok'* abzubauen. Hierzu wurde das Gelände umzäunt, es wird von Wachtürmen aus überwacht und eine Sicherheitstruppe patrouilliert dort.

Positiv läßt sich ferner konstatieren, daß mit der Erfahrung des Handels, des damit verbundenen gegenseitigen Vertrauens sich das nur negative Konzept in ein positiveres Konzept von Markt und Handel wandelt. Die Kritik an den staatlichen Akteuren bleibt traditionsgemäß. Diese sind für die Verschlechterung der sozial-ökonomischen Lage verantwortlich und stellen die Hauptbedrohung für die Kleinhändler dar.

"Vielleicht wird uns morgen das Atmen nicht mehr erlaubt sein. Wir leben in so einem Land" (Marat, 42, Tatare).

Der staatskritische Diskurs der Intellektuellen aus den Küchengesprächen hat sich auf den Marktplatz und hin zum sozial-ökonomischen Diskurs verlagert. Ein neuer sozialer Raum ist entstanden.

5. Integration in das gesellschaftliche System - Einbettung

Die Kleinhändler als neue soziale Gruppe agieren natürlich nicht im luftleeren Raum. Kritische Punkte, an denen Verbindungen oder Überschneidungen zwischen unterschiedlichen sozialen Systemen entstehen, Ebenen oder Räume der sozialen Ordnung, in denen, aufgrund verschiedener normativer Werte oder sozialer Interessen Diskontinuitäten entstehen, werden von Long (1992) als *'social interface'* bezeichnet. Nach Long zeigt sich an diesen Schnittstellen, wie sich durch Interaktion Wahrnehmungen, Interessen und Ziele der Akteure verändern, die von institutionellen Rahmenbedingungen und Machtverhältnissen, die außerhalb der konkreten Situation liegen, beeinflusst werden und wie diese umgekehrt durch das Handeln der Akteure bestimmt sind. Die Schnittstellen zeigen Strukturen auf und geben Aufschluß über Dynamiken (siehe Lachenmann 1995:24-28).

5.1 Gesellschaftliche Einbettung sozialen Handelns

Die Anwendung illegaler Praktiken zwingt die Kleinhändler und auch produzierende Geschäftsleute dazu, sich um Hilfe und Unterstützung an die 'eigenen Leute' zu wenden. In den unterschiedlichsten Situationen, in die die Akteure geraten, sind die 'eigenen' jeweils verschiedene Leute. In den von mir untersuchten Netzwerken wurden die 'eigenen' häufig von Freunden und Verwandten verkörpert. Bekanntschaft, Freundschaft und Verwandtschaft erübrigen die Frage nach formaler Bindung eines Arbeitsverhältnisses und verhindern die Entwicklung von z.B. Arbeitskonflikten. Die Vernetzung erfolgt über Beziehungszusammenarbeit. So arbeitet der Milizionär mit dem Kollegen im benachbarten Gebiet, aber auch mit der von ihm beobachteten Basarmafia und den Privatunternehmen zusammen. Da der Zugang zu Gütern in bestimmten Gebieten monopolisiert wird, geht jedoch die Vernetzung über Gelegenheitsstrukturen hinaus. Zwar bleibt auch die legale Zugangsform für manche Güter bestehen, doch scheint sie nicht die Wahrung des Lebensstandards, geschweige denn die Verbesserung zu gewährleisten.

Die Kooperation zwischen Mafia und städtischer Administration wurde in Taschkent anlässlich eines Basarneubaus deutlich. Ein neuer Basar am südöstlichen Stadtrand wurde in der Rekordzeit von drei Wochen fertiggestellt, als die zuvor nicht zu bekommenden Baumaterialien von 'privaten Geschäftsleuten' geliefert wurden. Dies beruhte angeblich auf Versprechen der Administration, Lizenzvergabe oder 'Platzrechtpraktiken' auf eben diesem Basar zu ignorieren und auf der Drohung, Mafia-Bosse festzunehmen.

In derartigen Netzwerken ist die Reglementierung der Beziehungen eine natürliche und charakterisiert diese auch außerhalb des Marktgeschehens, es ist also eine vertraute Reglementierung. Es wäre möglich, auf der alltäglichen Ebene Klientelnetze ausschließlich innerhalb einer Gruppe zu etablieren. Gerade die Vertretung der ethnischen Gruppen in den meisten Berufszweigen und auch im Handel würden diese Option ermöglichen. Im ethnisch gemischten urbanen Kontext beziehen die Klientelnetze Menschen unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit ein und scheinen verstärkt durch berufliche Kontakte bestimmt zu sein. Netzwerke und insbesondere die von Kleinhändlern scheinen über-ethnisch zu funktionieren.⁴⁵

Dies wird auch deutlich bei der Rekrutierung von Kapital. Das Bedürfnis nach Krediten (für den Kauf der Ware, Standplatz etc.) wird auch aufgrund der Ineffizienz der Regelungen zur Sicherheitshinterlegung ohne die Einbeziehung der Banken befriedigt. Es gab einige Hinweise dahingehend, daß sich auf dem 'tolchok' ein kooperativähnliches Selbstversorgersystem entwickelt hat. Geliehen wird das Geld von Bekannten, hinter denen sich in diesem Fall nicht Freunde oder Verwandte verbergen, sondern benachbarte Kleinhändler auf dem Markt.⁴⁶

In der sowjetischen Gesellschaft bedeutete Freundschaft eine wichtige Form des Zusammenwirkens, die auf großem Vertrauen basiert und über die Schranken rationaler Erwägungen hinausreicht.

"Ein Freund ist ein Mensch, der dich immer versteht, dir verzeiht, dir hilft, wenn du dich in einer schwierigen Situation befindest, das ist ein Mensch, bei dem ich sicher sein kann, daß er mich nicht hereinlegt" (Stephan, 35, Armenier).

Diese Gruppe Mensch ist die bevorzugte Kategorie von Partnern im Geschäft, denn Freunde verbindet nicht nur die gemeinsame Vergangenheit miteinander, sondern auch ein moralischer Anspruch, der unter den Bedingungen einer fehlenden rechtlichen Regulierung die Grenzen des Erlaubten widerspiegelt.

"Freunde läßt man nicht fallen" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

Freundschaftliche Beziehungen im Geschäft sind jedoch eine ziemlich seltene Erscheinung. Sie werden durch verwandtschaftliche Beziehungen oder Bekanntschaft ergänzt, „die in der Sache geprüft sind“, d.h., wo Vertrauen aus Erfahrung existiert. Nicht selten ist es der Fall, daß Handelsgeheimnisse ('*trade secrets*') die Grenze von Freundschaft sind:

"Ich bin nicht mit diesen Freunden gefahren, da sich schon damals etwas sehr Interessantes gezeigt hatte, nämlich, daß niemand bereit war, seine Informationskanäle, sein Einkommen oder sogar, welche Ware er mitnehmen will,

⁴⁵ Amponsem (1996) kommt in bezug auf ghanesische Kleinhändler zu vergleichbaren Ergebnissen.

⁴⁶ Dies erfordert jedoch weitere Nachforschungen.

preiszugeben. Es ist sehr wichtig zu wissen, was weggeht und was nicht, wo eine Nachfrage besteht und wo nicht.

„I: Das waren ihre engen Freunde, aber trotz allem gaben sie ihnen keinerlei Information?

R: Einige waren sehr enge Freunde, aber trotz allem haben sie diese Information nicht gegeben. Mehr noch, ein enger Freund hat, wie ich später erfahren habe, wahrscheinlich ein Jahr später, mir eine Einladung verkauft, um genau zu sein, er hat mir die Einladung durch einen Strohmännchen verkauft. Ich habe ihm das zwar später ins Gesicht gesagt, aber das war bereits viel später, als es dazu kam“ (Nosirow, 36, Tatare).

Das Bestehen enger persönlicher Kontakte zu Nachbarn und Angehörigen der Marktadministration macht formale Garantien in Form von Unterschriften auf Papieren oder von langfristigen Verbindlichkeiten überflüssig. Der einzelne Kleinhändler ist erstens in ein engmaschiges Netz sozialer Kontrolle eingebunden und zweitens über die Geschäfte des Nachbarn gut informiert.

Bei der Herstellung geschäftlicher Verbindungen erhalten Empfehlungen von in der geschäftlichen Sphäre geprüften Partnern als wichtiger Vertrauensfaktor eine wichtige Bedeutung. Wenn ein Partner betrügt, fällt nicht nur er selbst aus dem Netz, sondern auch derjenige, der ihn empfohlen hat.

Auf diese Weise liegt der Sinn und die Notwendigkeit von "Kleinhändlerkollektiven" in der Vermeidung und Minimalisierung sozialer Risiken. Der halblegale Charakter der untersuchten Praxis, die Instabilität der Situation, das Verlangen nach ökonomischen Netzwerken, finanzieller Unterstützung u.ä. werden zur Grundlage spezifischer Solidaritätsformen, die das Risiko zu verringern vermögen. Freundschaft, Verwandtschaft und langandauernde Bekanntschaft sind Basiskategorien zur Beschreibung von sozialen Netzwerken und die Grundlage für Vertrauen.

Während eines meiner Interviews kam jemand zu meinem Respondenten Nasarow und sagte, daß er unbedingt mit ihm sprechen müsse. Mein Gesprächspartner bat ihn zu warten. Nach ungefähr fünfzehn Minuten kam der Mann erneut und sagte, daß es sich um eine dringende Sache handle. Nasarow wollte in meiner Gegenwart nicht über die Sache sprechen, und sie gingen beiseite, dann verschwanden sie auf dem Markt. Später fragte ich Nasarow, was passiert sei. Er erklärte mir, daß Hai'rhulla ihn um Hilfe bei der Zuweisung eines Handelsplatzes gebeten habe und daß er gut mit dem Direktor des Marktes bekannt sei. Er kann in dieser Angelegenheit Entscheidungen treffen, ohne die Formalitäten und Einschränkungen, die für jene gelten, die nicht in dieses freundschaftliche Netzwerk integriert sind, zu beachten. Solche Leute wie mein Respondent sind "notwendig", die Bekanntschaft mit ihnen ermöglicht eine effektivere Verwirklichung der Tätigkeit auf dem Markt. Nasarow verfügt offensichtlich über Ressourcen, um "gebraucht" zu werden. Das

zeigt den Fortbestand hergebrachter Verhaltensmodelle aus Zeiten, als alle Fragen "durch die Hintertür" gelöst wurden.

"In der UdSSR konnte man alles über Freundschaft regeln. Ich tue für jemanden etwas, und wenn ich dann selbst etwas brauche, wird mir geholfen. Aber jetzt ist das einfach nicht mehr möglich. Früher waren die Leute sogar beleidigt, wenn du angefangen hast, über Geld zu sprechen, aber jetzt ist es umgekehrt. Wenn du nicht bezahlst, kann es sein, daß du das nächste Mal nicht durchkommst bzw. nicht an dein Ziel kommst...

Inzwischen nehmen immer mehr Leute Geld. Wenn man in eine schwierige Situation kommt, muß man sich Verbindungen schaffen, aber trotzdem muß man bezahlen, das ist nur eine Frage der Zeit. Ich verfüge über ziemlich weitreichende Verbindungen. Es kommt vor, daß sich Freunde an mich wenden, und ich kann sie dann weiterempfehlen, ihnen sagen, an wen sie sich wenden müssen und wie. Über die Summe reden wir dann später. In Taschkent existieren festgelegte Summen, z.B. für einen Reisepaß innerhalb von drei Wochen 150 US\$, ansonsten braucht es für die Ausstellung zwei Monate. Wenn du mit einer guten Empfehlung kommst, wird es kein Gespräch über Geld geben, dann genügt ein Geschenk. Aber generell gilt, je länger die Bekanntschaft, desto geringer die Summe" (Stephan, 35, Armenier).

5.2 Dynamische Konzepte, veränderte Handlungsmuster

Der Staat und insbesondere seine ausführenden Organe haben sich in der Wahrnehmung der ohne ihn agierenden Kleinhändler wenig gewandelt. Zu Sowjetzeiten war Marktverhalten illegal und wurde nicht zur Schau getragen. Die heutige 'tolchok'-Kultur ist formal legalisiert, es existieren Dokumente, die diese Tätigkeit regeln, Kommissionen, die über die Einhaltung der Handelsregeln bestimmen. Aber dies ist dem Übergang von einer vermittlerischen Handelstätigkeit hin zu einer legalen Ökonomie nicht förderlich. Viele sind gezwungen, zu illegalen oder halblegalen Methoden zu greifen. Auf unterschiedliche Weise legen die Kleinhändler die Notwendigkeit dar, illegale Praktiken anzuwenden zu müssen:

R: Das problematischste sind die Steuern. Bis 90% des Gewinns müssen dafür aufgewendet werden. Bei einer solchen Aufteilung hat es überhaupt keinen Nutzen, Geschäfte zu machen.

I: Aber Sie lassen es dann doch nicht sein?

R: Weil ich meine Einkünfte nicht offen darlege.

I: Und wenn das Finanzamt etwas davon erfährt?

R: Wie denn? Ich führe praktisch keine Bücher. Die Ware kaufe ich unter dem Schutzmantel irgendeiner Firma. Ich bringe sie her, verkaufe sie, das ist alles.

I: Und die Dokumente für den Transport?

R: Die kann man kaufen. Nach dem Geschäft verbrenne ich sie. Mit so kleinen Fischen wie mit mir gibt sich das Finanzamt gar nicht ab, das kostet sie mehr als es einbringt.

I: Heißt das, daß alle Geschäftsleute nicht in Einklang mit dem Gesetz vorgehen?

R: 99%, das ist sicher. Man kann die Gesetze gar nicht einhalten, ansonsten ziehen sie dir das Fell vom Leib. Wenn ich alle Einkünfte angeben würde, müßte ich die Ware doppelt so teuer verkaufen. Aber zu dem Preis kaufen die Leute nicht. Aber nach meinem System profitiert sowohl der Käufer als auch der Verkäufer" (Tatschenka, 42, Tatarin).

"Ich habe immer ein ungutes Gefühl wenn ich am Gefängnis vorbeifahre, irgendwie ist mir unwohl dabei. Sie verstehen doch sicher, daß das alles nur halblegal ist. Für all das können die sie, wenn sie wirklich wollen, einsperren. Das Geld kann man dabei verlieren, aber das ist nicht so schlimm, aber man kann dorthin kommen. Ja, wenn man genauer hinsieht, kann man uns alle dorthin verfrachten. Bei der nächstfälligen Kampagne können wir uns alle dort wiederfinden" (Fatkhulla, 35, Usbeke).

Der *'tolchok'* ist ein Ort, an dem sich die Kleinhändler einer großen Gefahr ausgesetzt sehen. Ich konnte beobachten, wie die Bekanntmachung über eine sich nähernde Kommission wirkte. Hektisch informierten Eigner ihre *Realisatoren*, andere ihre Bekannten. Es herrschte ein nervöses Treiben und der Handel gegen US Dollar wurde eingestellt, da er illegal ist und eine Strafe und die Konfiszierung der Waren zur Folge hat.

Ein Zusammenstoß mit den Staatsorganen ist das Hauptrisiko. Um sich vor unerwünschten Folgen seitens des Staates zu schützen, stellen die Kleinhändler freundschaftliche Beziehungen mit anderen Geschäftsleuten, mit der Miliz, Einzelpersonen aus dem Machtapparat her, „was die Stärke des Geschäftsmannes erhöht (Stephan, 35, Armenier)“. Es läßt sich vermuten, daß die Verbindungen, die von den Respondenten häufig als Freundschaftsmethode bezeichnet wurden, mit Vertretern der Behörden in den unterschiedlichsten Bereichen gut funktionieren. Diese funktionale Beziehungen, die von Freundschaftsbeziehungen zu unterscheiden sind, beinhalten die schnelle Ausstellung eines Passes, Verbindungen zu dem Marktdirektor, Kontakte zu Grenzbeamten, die Weitergabe der Information über eine nahende Kontrollkommission etc. Im Sprachgebrauch der Kleinhändler werden die funktionalen Beziehungen von Freundschaftsbeziehungen durch die Verwendung der Entsprechungen für Bekannte und Freunde in der russischen Sprache unterschieden. Funktionale Beziehungen benötigen keine persönlichen Kontakte, können von Dritten vermittelt werden. Die Distanz des Bittstellers beeinflußt hierbei neben der Möglichkeit einer reziproken Leistung den Preis. Für Mittelsmänner im ökonomischen Sektor setzte sich der englische Begriff *'broker'* durch und fand Eingang in das Russische.

Das Handeln der Kleinhändler verändert die soziale Realität. Der gesellschaftliche Wandel ihr Handeln. Auffallend ist eine Veränderung im Leseverhalten der Kleinhändler hin zu einer bestimmten Form der Druckerzeugnisse, nämlich Anzeigenblätter. Die danach befragten Kleinhändler gaben an, Anzeigenblätter zu lesen, in denen alles zum Kauf angeboten wird, was man irgendwie kaufen kann. So informierte sich unsere Lebensmittelhändlerkooperative über die Preise der Zwischenhändler (*'melki optovi'*) oder auch nur über die Preise für Gebrauchtwagen. Andere suchten Abnehmer für ihre Kleidungsstücke auf Kommissionsbasis oder im Direktkauf.

Ähnlich wie beim Leseverhalten läßt sich auch beim Hör- und Sehverhalten der Kleinhändler eine Veränderung erkennen, so werden informative Sender bevorzugt, die regelmäßig über die aktuellen Dollarwechsellkurse in den verschiedenen privaten Banken Usbekistans berichten, was insbesondere für die Kleidungshändler von Bedeutung ist.

In Usbekistan wie in den anderen neu unabhängigen Staaten Osteuropas und der Sowjetunion wird die Zusammenarbeit mit einer Bank nicht als 'normal' und 'üblich' bezeichnet. Die einzige Bank, die der Sowjetbürger in der Regel betreten hat, war die Sberbank, um z.B. die Telefonrechnung zu bezahlen, die Pension abzuholen o.ä. Der Verkehr mit den anderen Banken, über die der Staat Investitionen in der Industrie, Bauvorhaben etc. abwickelte, blieb einigen wenigen vorbehalten, die z.B. in den Planungsabteilungen der Kombinate arbeiteten. Um diese Banken zu Sowjetzeiten zu betreten, war eine Erlaubnis (*propusk*) vonnöten, um an der Wache vorbeizukommen, so daß der Begriff 'Bank' die Assoziation 'Kontrolle' hervorruft. Diese Vorbehalte sind wesentlich dafür verantwortlich, daß Kleinhändler lieber ihr Geld von anderen Kleinhändlern, Bekannten, Verwandten und Freunden leihen.

Ein abschließendes Interview mit dem Direktor des Marktes verwies diesbezüglich jedoch auf eine Trendwende: So wolle die Marktleitung finanziert durch eine europäische Entwicklungsbank den Marktplatz ausbauen und modern überdachen.

Fazit

Die Untersuchung der usbekischen Klein Händler im Transformationsprozeß zeigt, daß der Handel in Usbekistan eingebettet ist in informelle Netzwerke und sozio-kulturelle Beziehungen, die ihrerseits einem Wandel unterliegen. Dieser Wandel findet im Rahmen globaler und sozio-ökonomischer Veränderungsprozesse statt. Aus der Darstellung der dynamischen Konzepte und Einstellungen der untersuchten Klein Händler ergibt sich, daß sie nicht nur ‘Opfer’, sondern auch Träger wirtschaftlicher Transformation sind.

Der usbekische ‘*tolchok*’ stellt ein Modell der Aneignung marktwirtschaftlicher Mechanismen auf der Ebene der alltäglichen Praxis dar, auf welche Weise sich die Menschen damit vertraut machen und wie die Transformation real und im Bewußtsein der Akteure vor sich geht. ‘*Tolchok*’ ist nur zu verstehen als ein sozialer Raum, konstruiert durch die dynamischen Konzepte der Klein Händler in bezug auf ihre Umwelt, als Raum für den Austausch kultureller Werte, zur Bildung neuer Verhaltensmuster, Realisierung neuer sozialer Praktiken und zur Herausbildung eines spezifischen Lebensstiles und der Identifikation.

Der Sinn und die Notwendigkeit von ‘Kleinhändlernetzwerken’ bis hin zu ‘kollektiven’ liegen in der Vermeidung und Minimalisierung sozialer Risiken. Der halblegale Charakter der untersuchten Praxis wird zur Grundlage spezifischer Solidaritätsformen, die das Risiko zu verringern vermögen. Freundschaft, Verwandtschaft und langandauernde Bekanntschaft sind Basiskategorien zur Beschreibung von sozialen Netzwerken und die Grundlage für Vertrauen. Dabei wird das Beziehungsmuster in den Netzwerken, z.B. Freundschaft, Verwandtschaft, Bekanntschaft etc., das als Ressource genützt wird, durch die Art der Gruppentätigkeit bestimmt.

Die Anwendung von Kategorien und Konzepten aus Sowjetzeiten durch die Klein Händler zur Beschreibung ihrer neuen Praktiken spiegelt die uneinheitliche Herausbildung einer positiven Identifikation bei den Akteuren, das Streben, die gegenwärtigen Praktiken zu rechtfertigen, und die Definition der eigenen Beziehung zum Markt über die Vergangenheit wider.

Literatur

- Amponsem, George (1996): Global Trading and Business Networks among Ghanaians: an interface of the local and global. Univ. Bielefeld, unveröff. Dissertation. Bielefeld
- Barnard, Chester I. (1938): The Functions of the Executive. Cambridge
- Bourdieu, Pierre (1982/1979): Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt
- Burt, Ronald (1982): Toward a Structural Theory of Action. New York
- Burt, Ronald (1983): Corporate Profits and Cooptation. New York
- Czako, Andres/ Sik, Endre (1993): On the Role of Network Capital in Economic Transaction in Post- Communist Hungary/ Conference on the Social Embeddedness of the Economic Transformation in Central and Eastern Europe. Berlin
- Deutsch, Karl (1953): Nationalism and Social Communication, London/ New York
- Deutsch, Karl (1961): Social Mobilization and Political Development, in: The American Political Review, Vol.55, No. 3
- Deutsch, Karl/ Foltz, William (1963): Nation-building. New York
- Evers, Hans-Dieter/ Schrader, Heiko (1994): The Moral Economy of Trade: Ethnicity and Developing Markets. London
- Evers, Hans-Dieter (1997): Aufstieg und Verfall des informellen Sektors: Indonesien im Vergleich. Working Paper Nr. 266. Forschungsschwerpunkt Entwicklungssoziologie. Bielefeld
- Evers, Hans-Dieter (1997b): Macht und Einfluß in der Entwicklungspolitik. Neue Ansätze zur Theorie Strategischer Gruppen, in: E+Z, Jg. 38, Nr. 1
- Fierman, William (1988): Western Popular Culture and Soviet Youth: A Case Study of the "Muslim" Regions, in: Central Asian Survey, Vol. 7, No. 1, pp. 7-36
- Glaser, Barney/ Strauss, Anselm (1979): Die Entdeckung gegenstandsbezogener Theorie: Eine Grundstrategie qualitativer Sozialforschung, in. Hopf, Christel/ Weingarten, Elmar: Qualitative Sozialforschung. Stuttgart
- Granovetter, Mark (1985): Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness, in: American Journal of Sociology, 91, 3, November; pp. 481-510
- Grathoff, Richard (1982): Empirische Analysen sozialer Milieus. Abschlußbericht des Lehrforschungsprojektes 1981/82. Univ. Bielefeld
- Gretschmann, Klaus (1984): Schattenwirtschaft. Wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Aspekte, internationale Erfahrungen. Göttingen
- Hannan, Michael T./ Carroll, Glenn R. (1992): Dynamics of Organizational Populations. New York

- Kaiser, Markus (o. J.): Reopening of the Silk Road. Informal Sector Trade in Uzbekistan. Dissertation im Erscheinen. Univ. Bielefeld
- Kanter, Rosabeth Moss (1983): The Changemasters. New York
- Karmischeeva, B. (1979): O trgovle v vostochnykh bekstvakh bukharskogo khanstvo v nachale 20b. b sviaze s khoziaictvennei cpetsializatsiei. Moskau
- Kljamkin I./ Lapkin V. (1994) Differenciacija v rossijskom obschtschestve: faktory vlijanija/ polis, 6. C.97
- Komsomolets Uzbekistana (1984): Ausgabe vom 15. September 1984. Taschkent
- Lachenmann, Gudrun (1995): „Methodenstreit“ in der Entwicklungssoziologie. Working Paper Nr. 241. Forschungsschwerpunkt Entwicklungssoziologie. Bielefeld
- Long, Norman/ Long, Ann (1992): Battlefields of knowledge. The interlocking of theory and practice in social research and development. London/ New York
- Luhmann, Niklas (1970): Soziologische Aufklärung. Aufsätze zur Theorie sozialer Systeme. Köln
- Meyer, John W./ Scott, Richard W. (1992): Organizational Environments: Ritual and Rationality. Beverly Hills
- Mitchell, John Clyde (1969): Social Network in Urban Situations - Analysis of Personal Relationships in Central African Towns. Manchester
- Mitchell, John Clyde (1974): Social Network, in: Annual Review of Anthropology, Vol. 3, pp. 279-299
- Nee, Victor (1989): A Theory on Market Transition: From Redistribution to Markets in State Socialism, in: American Sociological Review, 54, 3, Oktober; pp.663-681
- Nee, Victor (1992): Organizational Dynamics of Market Transition: Hybrid Forms, Property Rights, and Mixed Economy in China, in: American Sociological Quarterly, 37, 1, März; pp. 1-27
- Nee, Victor (1996): The Emergence of a Market Society. Changing Mechanisms of Stratification in China, in: American Journal of Sociology 101, No. 4, pp. 908-949
- Piore, Michael/ Sabel, Charles (1984): The Second Industrial Divide. New York
- Polanyi, Karl (1978): The Great Transformation. Politische und ökonomische Ursprünge von Gesellschaften und Wirtschaftssystemen, Frankfurt/ Main
- Powell, Walter W. (1990): Neither Market nor Hierarchy: Network Forms of Organization, in: Research in Organizational Behavior, No. 12, pp. 295-336
- Powell, Walter W./ DiMaggio, Paul (1991): The New Institutionalism in Organizational Analysis. Chicago
- Powell, Walter W./ Smith-Doerr, Laurel (1994): Networks and Economic Life, in: Swedberg, Richard/ Smelser Neil J.: The Handbook of Economic Sociology. Princeton
- Sabel, Charles, F. (1982): Work and Politics. The Division of Labor in Industry. Cambridge

- Sabel, Charles, F. (1989): Flexible Specialisation and the Re-emergence of Regional Economies, in: Hirst, P./ Zeitlin J.: Reversing Industrial Decline? London, pp. 23-54
- Sabel, Charles, F. (1990): Studied Trust: Building New Forms of Cooperation in a Volatile Economy, in: Explorations in Economic Sociology. New York, pp. 104-144
- Sik, Endre (1991): The Vulture and the Calamity or Why Were Hungarian Taxi Drivers Able to Rebel Against Increased Gasoline Prices? In: Tóth, A./ Gábor L.: Beyond the Great Transformation. Budapest Research Review on Social Sciences. pp. 73-88
- Sik, Endre (1992): From the Second Economy to the Informal Economy, in: Studies in Public Policy. No. 207 Centre for the Study of Public Policy. University of Strathclyde. Glasgow
- Sik, Endre (1993): Network Capital, in Capitalist, Communist and Post-Communist Societies, in: Wellmann, B. Networking in the Global Village. Westview Press
- Sik, Endre (1994): From the Multicoloured to the Black and White Economy: The Hungarian Second Economy and the Transformation, in: International Journal of Urban and Regional Research, Vol. 18, No. 1, pp. 46-70
- Sik, Endre (1997): Path-dependent legacies in the course of post-communist transformation. The spatial distribution of informal market-places and informal foreign traders in contemporary Hungary. Paper presented at the Workshop on 'Societal Transformation'(25th/ 26th of April), Sociology of Development Research Centre. Bielefeld
- Schkaratan O./ Radajev V. (1995): Social'naja struktura. Moskau
- Slovo- The Word (1995): Nr. 20 (132) Ausgabe vom 19. Mai 1995. Odessa
- Swedberg, Richard (1990): Economics and Sociology. Princeton
- Swedberg, Richard/ Smelser Neil J. (1994): The Handbook of Economic Sociology. Princeton
- Wallace, Claire/ Stein Ringen (1994): Societies in Transition. East-Europe Today: Prague Papers on Social Responses to Transformation. Vol. 1, No. 03
- Wallace, Claire/ Andrii Palyanitsya (1995): East-West Migration and the Czech Republic, in: Journal of Public Policy, 15, Cambridge University Press, pp. 89-109
- Wallace, Claire/ Chmouliar, Oxana/ Sidorenko, Elena (1996): The Eastern frontier of Western Europe: mobility in the buffer zone, in: New Community 22, No. 2. Oxford, pp. 259-286
- Wallace, Claire (1997): Spending, Saving or Investing Social Capital: the Case of Shuttle Traders in Post-Communist Central Europe. Paper presented at the Workshop on 'Societal Transformation'(25th/ 26th of April), Sociology of Development Research Centre, Bielefeld