



Straßenhändler in Tbilisi, 2016. Foto: Susanne Fehlings

Handelsreisende zwischen Kaukasus und Zentralasien

Die Ethnologin Susanne Fehlings untersucht den informellen ökonomischen Austausch nach dem Niedergang der Sowjetunion.

Welches Volumen hat der Handel zwischen China und Europa? Welche Bedingungen bieten sich europäischen Unternehmen in Zentralasien? Derlei Fragen werden von Wirtschaftswissenschaftlern eingehend untersucht. Die Ethnologin PD Dr. Susanne Fehlings vom Frobenius-Institut indes interessiert sich für Wirtschaft im kleineren Maßstab: Mit einem internationalen Projekt untersucht sie seit 2016 die Handelsgewohnheiten von reisenden Kleinhändlern zwischen Kaukasus und China.

Frauen mit schweren Bündeln, die tagelang in Zügen unterwegs waren – sie fielen Susanne Fehlings schon bei ihrem Auslandsjahr in Russland auf. Damals studierte sie Kunstgeschichte und Ethnologie in Tübingen, 2004 war sie als Gaststudentin an der Lomonosov-Universität in Moskau für das Studium der russischen Sprache und der Kulturanthropologie eingeschrieben. Sie nutzte den Aufenthalt, um neben dem Studium viel zu reisen und sog die Eindrücke von Land und Leuten in sich auf. Warum fahren die Menschen mit großem Gepäck durchs Land? Wie verdienen sie ihr Geld? Das wollte Fehlings unbedingt herausfinden.

Mit Koffern und Tüten unterwegs

Dass es sich um „Handlungsreisende“ handelte, war schnell klar. Um ihre Familien zu ernähren, nahmen Männer und Frauen seit dem Ende der 1980er Jahre lange Wege und große Strapazen in Kauf und beschafften sich günstig Waren in China und in der Türkei, die sie zu Hause verkaufen konnten. Da es sich zunächst durchwegs um arme Leute handelte, die ihre Reisekosten möglichst niedrig halten mussten, reisten sie in Zügen oder gemeinschaftlichen Kleinbussen und waren oft Tage und Wochen unterwegs. Mit Koffern und Tüten, so viel sie tragen konnten, kehrten sie heim. Das interessierte Susanne Fehlings, und gemeinsam mit anderen Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern gelang es ihr, ein umfangreiches Forschungsprojekt in die Wege zu leiten.

Das Projekt „Informal Markets and Trade in Central Asia and the Caucasus“ läuft seit 2016, wird von der Goethe-Universität aus koordiniert und von der Volkswagen Stiftung finanziert. Im vorigen Jahr hat die Stiftung ein zusätzliches Modul zur Rolle Chinas bewilligt, das weitere zwei Jahre laufen wird. Im Zentrum stehen die Märkte, die nicht nur „unter dem Radar“ der staatlichen Institutionen der jeweiligen Länder stattfinden, sondern auch unter dem der westlichen Wirtschaftswissenschaften. Während zur Zeit der Sowjetunion die staatliche Planwirtschaft Unternehmertum grundsätzlich unterdrückte, boomten nach deren Ende Märkte, die weder erfasst noch reguliert werden und sich insofern auch statistischen Untersuchungen entziehen. Wie diese Märkte funktionieren, wie sich Händler verhalten und wie dabei persönliche Beziehungen zum Tragen kommen, damit befasste sich Fehlings auch in ihrer Habilitationsschrift, die im Rahmen des Projekts entstanden ist. Darin hat sie den mobilen Kleinhandel, Entrepreneurship und lokale Märkte in und zwischen Georgien und China untersucht. Im März 2020 hat Fehlings sie eingereicht.

Mit dem Ende des Kommunismus zog auch in den betroffenen Ländern die Warenwelt des Kapitalismus ein. „Rasch gab es alle möglichen Märkte und Waren. Aber nicht jeder konnte sich das leisten“, erklärt Fehlings. Eine Chance für Menschen, die ihre bisherige Einkommensquelle verloren hatten und nun nach Möglichkeiten suchten, ihr Dasein und das ihrer Familien zu finanzieren: Sie importierten auf eigene

Faust Billigwaren, um sie günstig weiterverkaufen zu können. Der jeweilige Staat lässt diesen Wirtschaftszweig allenfalls gewähren: Einerseits ist auch dieser Handel dazu geeignet, die Wirtschaft am Laufen zu halten. Andererseits passiert hier viel an der Steuer vorbei. Reich wurde wohl kaum einer der Kleinhändler. „Viele können das Unternehmen nur aufrechterhalten, weil die ganze Familie mitarbeitet, und leben trotzdem am Existenzminimum“, berichtet Fehlings.

Heute auch mal mit dem Flieger

Das Spektrum der importierten Waren ist weit und reicht von Kleidung und Schuhen über Accessoires, technische Geräte bis hin zu Plastikartikeln. Und auch bei der Qualität gibt es eine große Vielfalt: Neben chinesischer Massenware sind auch Waren zu finden, die ein Markenhersteller produziert, aber ohne Label verkauft hat. Mit der Zeit haben sich die Handelsabläufe etabliert, viele Händler benutzen nicht mehr den Zug, sondern nehmen den Flieger, um die Ware im Produktionsland zu sichten und auszuwählen. Importiert werde dann mit Lastwagen.

In diesem halblegalen, vom Staat misstrauisch beäugten Segment ist es nicht leicht, Menschen für eine ethnologische Forschung zu gewinnen. „Es gibt viele Ängste, ohne lokale Kontakte hätte ich kaum enge Beziehungen zu den Händlern aufbauen können“, sagt die Ethnologin. Auch die VW-Stiftung als Hintergrund habe nicht immer zum Vertrauensauf-

bau beigetragen. Dennoch konnte sie 2017 eine umfangreiche Fallstudie erstellen. Sie begleitete eine Händlergruppe in Georgien über mehrere Jahre, flog mit ihnen dann für drei Wochen nach China, wo es um Schuhe und Kleidung ging. Fehlings selbst spricht Russisch und Armenisch, die Kommunikation in China erfolgt vor allem auf Russisch.

„Für mich waren nicht nur die Abläufe des Handels selbst interessant, sondern vor allem auch das Drumherum“, sagt sie: Freundschaften, Feindschaften und Netzwerke, Feiern und Familie spielten eine wichtige Rolle. Bemerkenswert sei, dass über ethnische Grenzen hinaus Beziehungen hergestellt würden: „Interethnischer Austausch ist eigentlich immer schwierig, hier aber verläuft er relativ reibungslos“, erklärt Fehlings. Und noch etwas hat sie beobachtet: Die Möglichkeiten der virtuellen Kommunikation werden zwar genutzt, was gerade in der Corona-Zeit wichtig sei. „Den physischen Kontakt ersetzt das aber nicht. Nicht nur, wenn es darum geht, die Ware auszusuchen; auch Geschenke kann man nur in Präsenz überreichen“, sagt sie. So hat sie ein Erweiterungsmodul für ihr Projekt eingeworben, das sich den Veränderungen der Handelsbeziehungen unter Pandemiebedingungen widmet. Wie viele Händler werden diese Zeit überstehen? Wird es kürzere Handelsreisen geben? Billigere Waren? Darüber will Fehlings bis zum Ende des Moduls in 18 Monaten Klarheit haben.

Anke Sauter

»THE WORLD AT HOME IN FRANKFURT«

Fotowettbewerb: Goethe Welcome Centre zeigt zum dritten Mal Deutschlandbilder internationaler Wissenschaftler*innen.

Bereits zum fünften Mal lud das Goethe Welcome Centre (GWC) im vergangenen Herbst zu einem Fotowettbewerb für internationale Wissenschaftler*innen und Doktorand*innen an der Goethe-Universität ein. Unter dem Motto »The World at Home in Frankfurt“ wurde dazu aufgerufen, Fotografien von Frankfurt oder Hessen einzureichen, die das neue Lebensumfeld der Teilnehmer*innen widerspiegeln.

Eine aus professoralen Mitgliedern, der Leitung des International Office und Mitarbeiter*innen des Goethe Welcome Centre bestehende Jury prämierte die fünf besten Einsendungen aus insgesamt 57 Einreichungen von 22 Teilnehmer*innen. Da die traditionelle Preisverleihung und Eröffnung der Fotoausstellung im Bauleitgebäude auf dem Campus Westend in diesem Jahr pandemiebedingt nicht stattfinden konnte, wurde die Zeremonie ins Internet verlegt. So konnten die fünf Preisträger*innen am 28. Januar in Anwesenheit der Jury gekürt werden.

Die diesjährigen Gewinner sind: Andreea Michalcea (1. Platz) aus Rumänien vom Institute for Theater, Film und Medienwissenschaften (Fachbereich 10), Dr. Florencia Sanchez (2. Platz) aus Argentinien vom Institut für Biochemie (Fachbereich 14), Dr. Dushyant Kumar (3. Platz) aus Indien vom Institut Geowissenschaften und Geographie (Fachbereich 11), Sanam Saeifar (4. Platz) aus dem Iran vom Buchmann Institute for Molecular Life Sciences (Fachbereich 15) und Dr. Kirill Taradiy (5. Platz) aus Russland vom Frankfurt Institute for Advanced Studies (FIAS).

Während der Online-Preisverleihung erläuterten sowohl die Preisträger*innen ihre Motivwahl als auch verschiedene Mitglieder der Jury ihre Auswahlentscheidung. Die neuen Bilder werden im Flur des Bauleitgebäudes (Campus Westend) vor den Büroräumen des GWC aufgehängt.

Andreea Michalcea kam mit seinem Foto des »Frankfurter Einkaufskiosks Tut« auf den 1. Platz.

