



Universität Bielefeld

Fakultät für Soziologie

**Forschungsschwerpunkt
Entwicklungssoziologie**

**Sociology of Development
Research Centre**

Universität Bielefeld - Postfach 100131 - 33501 Bielefeld, Germany / Telefon (0521) 106-4650/4221, Fax (0521) 106-2980
<http://www.uni-bielefeld.de/sdrc/homesdrc>, E-Mail: sdrc@post.uni-bielefeld.de

Working Paper N° 318

**Vom Dilemma der Händler
zum Dilemma der Bürokraten:
Eine Theorie des sozialen Wandels
von der Moralgesellschaft
zur Marktgesellschaft**

Hans-Dieter Evers und Heiko Schrader

Bielefeld 1999
ISSN 0936-3408



**Vom Dilemma der Händler zum Dilemma der Bürokraten:
Eine Theorie des sozialen Wandels von der Moralgemeinschaft zur Marktgesellschaft**

Hans-Dieter Evers, Universität Bielefeld

und

Heiko Schrader, Staatsuniversität St. Petersburg

Dieser Beitrag liefert eine Plausibilitätserklärung für das empirische Phänomen von Kleinhändlern und Handelsminoritäten in Bauerngesellschaften und Gesellschaften im Transformationsprozeß zur Marktwirtschaft. In solchen Gesellschaften werden Händler mit dem Dilemma konfrontiert, Profite erwirtschaften zu müssen, aber gleichzeitig den moralischen Anforderungen ihrer Gesellschaft zu genügen. Wegen der Problematik der Situation, so wird argumentiert, suchen die Akteure soziale Aktionsstrategien zur Vermeidung oder Umgehung dieses Dilemmas, die sich in den empirischen Phänomenen widerspiegeln, mit denen wir in zahlreichen Feldforschungen konfrontiert wurden.

Allerdings ist dieser Beitrag nicht nur für Anthropologen, Entwicklungssoziologen und Transformationswissenschaftler relevant. Wir werden im Anschluß an den Diskurs über das Dilemma von Händlern aufzeigen, daß dieses Dilemma in modernen Gesellschaften auf die Ebene des Wohlfahrtsstaates transformiert wird: Aus dem Dilemma von Händlern wird das Dilemma von Bürokraten.

1. Das Dilemma von Händlern

Bei kulturvergleichenden Studien (Evers und Schrader 1994) in vormodernen, sich entwickelnden und in Transformationsgesellschaften finden sich immer wieder bestimmte Handelsmuster, die unabhängig vom kulturspezifischen Kontext auftreten. Eines dieser Muster sind Händlerminoritäten, ein anderes die große Anzahl von Kleinhändlern, die mit

einem Minimumportefeuille und auf Kreditbasis ihr Geschäft betreiben.¹ Sie leben von der Hand in den Mund, kaufen und verkaufen mit minimalen Gewinnspannen und können kaum überleben. Welche Erklärungen können wir für solche immer wiederkehrenden Phänomene anbieten?

1.1. Das Dilemma der Wahl in Bauerngesellschaften

Bauerngesellschaften zeichnen sich üblicherweise durch ein hohes Maß an Solidarität und ein Wertesystem aus, in dem gegenseitige Hilfe (Reziprozität), Gemeinschaftsressourcen (Redistribution) und Subsistenzsicherung im Vordergrund stehen.

”There is strong evidence that, along with reciprocity, the right to subsistence is an active moral principle in the little tradition of the village (...). It is reflected in the social pressures on the relatively well-to-do within the village to be open-handed toward their less fortunate neighbors, pressures that are characteristic of Southeast Asian village life.” (Scott 1976: 176).

Unter den gegebenen Bedingungen stehen Händler in einer Bauerngesellschaft einer Anzahl von grundlegenden Problemen gegenüber. Eines dieser Probleme sind die Sphären der Solidarität, die zwei unterschiedliche Wertesysteme voneinander abgrenzen. Solidaritätssphären markieren Sphären der Moral. In konkreten Situationen bedeutet dies, daß ein Handlungssubjekt sich innerhalb verschiedener Sphären der Moral unterschiedlich verhalten kann und daß dies gesellschaftlich legitim ist. Zum Beispiel wird von ihm innerhalb seiner Gemeinschaft erwartet, anderen zu helfen, mit anderen zu teilen und sie zu unterstützen. Fremden gegenüber kann es sich dagegen zumindest neutral, wenn nicht sogar exploitativ verhalten. In Bauerngesellschaften determinieren die askriptive und die räumliche Nähe die Sphären unterschiedlicher Moral (vgl. Schrader 1999).

Ein Händler in Bauerngesellschaften wird mit dem Problem konfrontiert, daß er in und zwischen zwei unterschiedlichen Sphären operiert: der bäuerlichen Moralwirtschaft und der mit dem Weltmarkt verbundenen Marktwirtschaft. So kaufen Händler Waren von

¹ Wenn wir anschließend von Händlern sprechen, möchten wir ausdrücklich betonen, daß wir hier Händler beiderlei Geschlechts betrachten. Gerade in Entwicklungs- und Transformationsgesellschaften ist der Anteil von Frauen unter Kleinhändlern besonders hoch.

befreundeten Bauern aus ihrer eigenen Dorfgemeinschaft auf, sie müssen sie aber an Zwischenhändler oder Kunden in der nächsten Stadt oder im regionalen Zentrum verkaufen. In beiden Kontexten herrscht jeweils eine andere Moral vor. Im eigenen Dorf werden die Preise durch eine Moralwirtschaft (*moral economy*) gerechter Preise und eher durch den Gebrauchswert als den Tausch- bzw. Marktwert der Subsistenzprodukte beeinflusst, wenn nicht bestimmt. Aristoteles unterscheidet hier zwischen dem ‚gerechten Preis‘ und dem ‚Marktpreis‘, was einen wichtigen Bestandteil der objektiven Werttheorie darstellt. Außerhalb des Dorfes werden die Händler dagegen mit der anonymen, oft ‚anarchischen‘ Nachfrage des freien Marktes mit häufig stark fluktuierenden Preisen konfrontiert. In diesem Markt sind die Preise häufig nicht nur das Ergebnis des Preis-Mengenmechanismus, sondern auch das von Machtdisparitäten: Gegenüber Zwischen- oder Großhändlern haben Kleinhändler eine schwache Verhandlungsposition, und sie bekommen die Bedingungen des Tausches diktiert (ungleicher Tausch).

Deshalb bezeichnen wir Händler in Bauerngesellschaften als ‚Mittler‘ oder ‚Zwischenhändler‘ zwischen der Moralwirtschaft und der Marktwirtschaft, und dies genau stellt ihr Problem dar, Profite zu erwirtschaften. So tragen sie nicht nur das Risiko des wirtschaftlichen Verlustes, sondern werden auch Opfer von Diskriminierung. Während die Gemeinschaft einerseits von ihnen erwartet, daß sie den Produzenten auf dem Lande einen ‚fairen Preis‘ zahlen, müssen sie andererseits zu lokalen, zu Binnenmarkt- oder sogar zu Weltmarktpreisen verkaufen. Zahlen sie ihren Gemeinschaftsmitgliedern allerdings geringere Preise, als diese als gerecht empfinden, verstoßen sie gegen die gemeinschaftliche Moral und werden sozial stigmatisiert, was im schlimmsten Falle zum Ausschluß aus der Gemeinschaft führen kann. Natürlich tritt das gleiche Problem auf, wenn Güter aus der Marktwirtschaft zum Verkauf in die Moralwirtschaft eintreten. Kein Händler kann eine solche Situation zwischen Preisdiskriminierung und Erwartungen lange überstehen.

Anders herum bieten die Preisunterschiede zwischen den beiden Sphären auch die Möglichkeit hoher Profite, da den Kunden im Dorf die Information über Preise in der anderen Tauschsphäre fehlt. Dann wird allerdings vom Händler erwartet, daß er nach dem Prinzip der Moralwirtschaft seine Gewinne umverteilt (Redistribution), oder zumindest an seine Verwandten, Freunde und Kunden Kredite vergibt. In diesem Falle ist es für den Händler allerdings schwer, diese zurückzufordern, wenn der Kreditnehmer ein geringeres, oft sogar unregelmäßiges Einkommen hat. Aber auch die Verweigerung der Kreditvergabe führt zur Stigmatisierung. Dies gilt insbesondere für Notsituationen (Dürre, Überschwemmungen und andere Katastrophen), in denen Gemeinschaftsmitglieder zur gegenseitigen Hilfeleistung verpflichtet sind. Entwicklungssoziologen und Sozialanthropologen bezeichnen solch

symbiotische Verhältnisse als Patron-Klientenbeziehungen (vgl. Wolf 1966).

Das Händlerdilemma in Dorfgemeinschaften äußert sich also dergestalt, daß Händler entweder den Verlust von physischem oder sozialem Kapital (vgl. Coleman 1988) erleidet: Geld oder Prestige. Unter den Bedingungen der Moralwirtschaft ist Kapitalakkumulation in Form von Waren und Bargeld schwer, da Wohlstand der Norm der Generosität unterliegt bzw. von vornherein Mechanismen am Werk sind, die das Entstehen von individuellem Wohlstand verhindern.

1.2. Lösungen für das Dilemma von Händlern

Warum haben wir diese Situation als ‚Dilemma‘ bezeichnet? Ein Dilemma ist eine Situation, in der ein Akteur zwischen zwei Handlungsweisen wählen muß, die er oder sie beide gleichermaßen als ungünstig, nicht wünschenswert oder, im besten Fall, als neutral erachtet. Deshalb schafft ein Dilemma die Situation einer Wahl mit nicht nur ungewissem, sondern auch vergleichsweise schlechtem Ausgang. Es gibt kein klares Kriterium, das dem Akteur sagen könnte, welche der Handlungen sich als vorteilhafter oder weniger ungünstig erweisen wird. Wie der Akteur auch immer handeln mag, die Ergebnisse werden mehr oder weniger ungünstig sein. Allerdings argumentieren wir mit Bourdieus (1979) und Colemans (1988) weitem Verständnis von ‚Kapital‘, daß sich in Moralwirtschaften das Wirtschaftshandeln auf die Akkumulation von sowohl physischem als auch kulturellem und sozialem Kapital bezieht. Letzteres kann nur schwer quantifiziert werden, liegt aber in sozialen Beziehungen eingebettet und ist vom Standpunkt der Wirtschaftssoziologie ein wichtiges Kriterium für den Wirtschaftserfolg, gerade in Gesellschaften mit den Anforderungen einer Moralwirtschaft. Daher gilt aus der Sicht von Händlern zwischen Moral- und Marktwirtschaft die ökonomische Maxime, seine Verluste zu minimieren, was aber wegen der gegebenen Bedingungen äußerst schwierig ist.

Wir wollen deshalb mit den anfangs erwähnten interkulturellen, empirischen Phänomenen von Kleinhändlern und Händlerminoritäten Plausibilitätserklärungen liefern, die verschiedene Strategien von Händlern zur Lösung dieses Dilemmas oder zumindest dessen Umgehung aufzeigen.

Die Annahme, daß Bauerngesellschaften statisch seien, ist unzutreffend und falsch. Das ‚verführerische Trugbild‘ (Kemp 1988) der korporativ geschlossenen Dorfgesellschaft ist ein Konstrukt und hat die Wissenschaftler bisher davon abgehalten, die Mobilität der Be-

völkerung, die Einführung neuer landwirtschaftlicher Techniken und die Veränderung der Besitzverhältnisse auf dem Lande sowie die Entstehung neuer Handelsnetze wahrzunehmen. Der Anbau neuer Feldfruchtsorten, neue Steuerabgaben und neu importierte Waren stimulieren den Handel und schaffen oder verstärken das Dilemma jener, die als Zwischenhändler für die Versorgung dieser Güter und Dienstleistungen zuständig sind. Bei jeder Umdrehung des Wirtschaftsrades (vgl. Braudel 1982) bekommt das Dilemma der Händler eine andere Nuance.

Bauerngesellschaften haben dem Anschein nach versucht, das oben erwähnte Problem auf ihre eigene spezifische Art und Weise zu lösen. Eine typische Lösung für die grundlegenden Probleme des Handels in einer Bauerngesellschaft ist die soziale und kulturelle Differenzierung oder ethnische Trennung der Bauern und der Händler. Diese kann die Form institutionalisierter Diskriminierung der Händler und Geschäftsleute annehmen, denen nur ein niedriger sozialer Status gewährt wird, weil sie die moralischen und oftmals religiösen Werte der eigenen, ‚zivilisierten Gesellschaft‘ nicht teilen.

So entstehen zwei getrennte moralische Gemeinschaften, die vielleicht die Kooperation hervorheben, aber keine gemeinsamen moralischen Grenzen miteinander teilen. Es gibt viele verschiedene Arten, in denen sich die Entstehung neuer Moralgemeinschaften vollzieht. Eine empirisch häufig beobachtbare Möglichkeit ist die Annahme einer neuen Religion oder deren strenge Ausübung (Orthodoxie); eine andere ist die Betonung eigenständiger kultureller Werte, bis hin zum Etablieren einer eigenen ethnischen Identität. Geertz (1963) hat hier die Rolle der Santris (Schüler islamischer Religionsschulen) im javanischen Handel hervorgehoben. Er behauptet zu Recht, jedoch ohne weitere Erklärung: ‘the ethic code of the trading classes is not that of the wider society (...)’ (Geertz 1963:34, Fußnote 5). Generosität, Engagement in öffentlichen Projekten, Pilgerfahrten oder zur Schau gestellte Religiosität in Form von Ekstase oder im Geschäftsleben selbst (vgl. Evers, Schrader und Pavadarayan 1994) sind sowohl Mittel, um kulturelles Kapital zu akkumulieren, Gewinne zu rechtfertigen und zu schützen, als auch ein Instrument zur Schaffung und Aufrechterhaltung einer engen Binnensolidarität mit deutlichen Grenzen nach außen. Eine solche Differenzierung von Binnen- und Außenmoral senkt die Transaktionskosten. So sind Händler oft in einer ziemlich ambivalenten Position gegenüber einer abgegrenzten Majorität, welche sie aber ihrerseits wegen ihrer wirtschaftlichen Funktionen benötigt. Allerdings kann die Toleranz der Majorität auch sehr schnell in Haß, Plünderung und Genozid umschlagen. Innenpolitische Spannungen und wirtschaftlicher Bankrott eines Landes werden oftmals in Pogrome gegen fremde Händler kanalisiert (z.B. gegen Chinesen in Indonesien oder auf den Philippinen).

Schon Simmel (1908, 1989) hat auf die Tatsache hingewiesen, daß der Handel in vielen Gesellschaften in den Händen von Fremden ist, aber er betonte (wie die meisten Wissenschaftler), daß diese handeltreibenden Minderheiten meistens Migranten sind, deren Integration in die Gastgesellschaft durch aktive Diskriminierung verhindert wird. Obwohl dieser Aspekt der ethnischen Differenzierung nicht bestritten werden kann, soll hier eine alternative Hypothese vertreten werden: Händler und Kaufleute suchen selbst die kulturelle Distanz oder assimilieren sich nicht, weil nämlich kulturelles Distanzieren eine Strategie zur Lösung des Händlerdilemmas sein kann. Händlerminoritäten sind hiermit nicht einfach nur eine soziale Folge von Migration und mangelnder Assimilierung, sondern ein Mittel, sich von der sozial bindenden Moral der Majorität abzugrenzen, gleichzeitig aber die Vorteile der Moralwirtschaft einer Händlergemeinschaft zu genießen.

Neue ethnische Minoritäten können durch Migration oder Ethnogenese, d.h. das Auftreten neuer ethnischer Identitäten, ins Leben gerufen werden. Beide Arten der ethnischen und kulturellen Differenzierung können das Dilemma von Händlern reduzieren. Auf jeden Fall können wir davon ausgehen, daß das Händlerdilemma zu wachsender sozialer und kultureller Differenzierung führt. Diese ‚Lösung‘ des Händlerdilemmas hat zur Entstehung pluralistischer Gesellschaften und Händlerminoritäten auf der ganzen Welt und insbesondere in Südostasien geführt.

Die extreme Differenzierung des Kleinhandels dient anscheinend einem ähnlichen Zweck oder, mit anderen Worten, sie ist das funktionelle Äquivalent ethnischer Differenzierung. Kleinhandel ist ein Standardmerkmal aller Bauern- und Transformationsgesellschaften. Kleinhändler sind dem Druck der Dorfsolidarität weniger ausgesetzt als wohlhabende Zwischen- und Großhändler. Hier liegt die starke Betonung auf einer ‚cash and carry economy‘: Da der Handel in sehr kleinen Mengen stattfindet, können Kreditbegehren der Kunden vermieden werden. Das Verhältnis von Kreditbeziehungen zu Warenlieferanten ist hingegen schwieriger. Diese Lieferanten sind sehr oft Mitglieder einer anderen ethnischen Gruppe, zum Beispiel Chinesen. In diesem Falle wird das Dilemma der Händler durch soziale und kulturelle Differenzierung gelöst. Andererseits schafft der Zugang zu Krediten einen neuen Grund zur Sorge, denn ‚access to finance determines trading success‘ (Alexander 1987: 112). So werden Kreditbeziehungen als langfristige persönliche Beziehungen angelegt. Sporadisch werden Kredite sogar dann aufgenommen, wenn sie nicht benötigt werden, nur um die einmal etablierte ‚credit line‘ ständig zu erneuern (vgl. Schrader 1994: 152ff.).

Eine andere, jedoch ziemlich unbefriedigende Art, sich aus dem Händlerdilemma zu retten, ist der Wirtschaftssuizid, d.h. die Aufgabe des Handels zugunsten anderer, weniger zermürbender Wirtschaftsaktivitäten. Die wahrscheinliche Folge ist entweder eine hohe

Fluktuation der Handelsunternehmen oder das völlige Fehlen von Subsistenzmärkten und lokalen Händlern. Die Frage des fehlenden Handels und mangelnder Lokalmärkte wird in der Literatur selten erörtert, obwohl es historische Beispiele für drastische Reduzierungen des Handels und der Märkte gibt. Die Diskussion betont im allgemeinen die Entwicklung des Handels und die Expansion der Marktwirtschaft, ohne die entgegengesetzte Möglichkeit in Erwägung zu ziehen. Allerdings deutet schon Polanyi (1971) mit seiner Analyse der ‚marktlosen Gesellschaften‘ diese Richtung an, ohne sie allerdings hinreichend zu analysieren.

Sollte die Marktwirtschaft weiter expandieren und sollten Wirtschaftsbeziehungen immer mehr aus der Gesellschaft ausgelagert oder von ihr getrennt werden, wird das Dilemma der Händler zum sozialen Dilemma aller kapitalistischen Marktwirtschaften transformiert. Einerseits erfordert eine moderne Wirtschaft die Rationalisierung der Wirtschaftsbeziehungen (wie bei Max Weber analysiert) und den Vorrang der Produktivität, andererseits sind soziale Gerechtigkeit und Redistribution unerlässlich, um den sozialen Frieden zu sichern und die Legitimität von Herrschaft aufrechtzuerhalten – beides Faktoren, die für das Funktionieren einer Marktwirtschaft unerlässlich sind. Dieser Transformation des Dilemmas von Händlern in der Marktwirtschaft werden wir uns im letzten Teil unseres Beitrages zuwenden.

Zusammenfassend läßt sich bis hierher feststellen: Um dem Dilemma zwischen Profiterfordernissen und sozialen Ansprüchen zu entgehen, benötigen Händler soziale und kulturelle Distanz von ihren Kunden, aber auch Solidarität untereinander. Diese Notwendigkeit wird empirisch durch folgende Lösungsstrategien realisiert: durch

1. Immigration von Händlerminoritäten
2. Bildung von ethnischen oder religiösen Gruppen
3. Akkumulation von kulturellem und sozialem Kapital
4. Minimierung von Profiten in der Cash-and-Carry-Ökonomie
5. Entpersönlichung (Auslagerung) der wirtschaftlichen Beziehungen

1.3. Diskussion über das Händlerdilemma und seine Lösungen

Der hier zugrunde gelegte Ansatz unterscheidet sich von früheren Diskussionen über die Themen Handel, Zwischenhändler und Händlerminoritäten. Während zahlreiche Untersuchungen die Diskriminierung und ethnische Isolierung der Zwischenhändler betont

und ihre Handlung als Reaktion auf ihr soziales Umfeld interpretiert haben, versuchen wir die Situation aus der Perspektive des Händlers zu erklären. So interpretieren wir den Kleinhandel und die Entstehung von Händlerminoritäten als Ergebnis von Aktionsstrategien der Händler zur Lösung des Dilemmas der Händler in Moralwirtschaften bäuerlicher bzw. vormoderner Gesellschaften.

Prinzipiell können wir zwei Forschungsansätze für die Untersuchung von Händlerminoritäten unterscheiden. Der erste betont die soziale Klassenstruktur vorindustrieller Gesellschaften, in denen die Lücke zwischen Adel und Kleinbauernstand durch Immigranten ausgefüllt wird, sobald wirtschaftliche Entwicklung stattfindet. Wertheim (1980: 104-120) erklärt mit diesem Modell die Stellung der chinesischen Immigranten und ihre wirtschaftliche Rolle in Südostasien. Andere Studien, besonders jene, die Handelsdiasporas wie die der Juden analysieren, heben die Diskriminierung ethnischer und religiöser Minderheiten hervor, die sie zwingt, einer Beschäftigung in Wanderberufen wie dem Handel nachzugehen und ihre kulturelle Identität als Schutz gegen soziale Verdrängung und Verfolgung zu unterstreichen. Obwohl diese Sichtweise Rassenbeziehungen erklären kann, ist sie im Bereich der Wirtschaftssoziologie oder der Sozialanthropologie weniger hilfreich, wenn es um die Analyse des Handels in Bauerngesellschaften geht.

Handelsdiasporas

Eine eher funktionalistische Erklärung für das Übergewicht ethnischer Minderheiten im Handel wird von Abner Cohen (1971) unterbreitet. Er behauptet, daß häufig technische Probleme des Fernhandels unter vorindustriellen sozialen Umständen zu überwinden waren, 'when men from one ethnic group control all or most of the stages of the trade in specific commodities' (Cohen 1971: 266). Druck von außen und die Verteidigung des ethnischen Handelsmonopols führten zur Entstehung von Handelsdiasporas mit andersartiger Kultur und einer charakteristischen Sozialstruktur. Eine Handelsdiaspora besteht also aus sozial voneinander abhängigen, jedoch räumlich verstreuten Gemeinschaften. Um Fremde daran zu hindern, ihren Stand zu unterwandern, muß eine Diaspora die Zugehörigkeit ihrer Angehörigen durch ihre besondere Identität definieren. Deshalb entwickeln sich Händler kulturell anders als ihre ethnische Ursprungsgruppe.

Diese Erklärung stimmt in gewisser Hinsicht mit unserem Standpunkt überein. Händlerminoritäten oder Diasporas tendieren in der Tat dazu, eine getrennte kulturelle Identität zu entwickeln. Angesichts einer potentiell feindlichen Umgebung oder politischer

Unsicherheit ist es sicherlich von Nutzen, die Solidarität unter den Angehörigen der Gruppe hervorzuheben und Kommunikationsnetzwerke zu schaffen, die den Informationsfluß über Preise, Lieferbarkeit und Lieferzeiten von Waren, Geschäftspartner und andere Geschäftsgeheimnisse sicherstellen. Aber diese Erklärung zur Senkung der Transaktionskosten genügt wahrscheinlich nicht. Außer den von Cohen nachdrücklich betonten sozialen Strukturfaktoren sollten wir – wie wir dies mit dieser Theorie verfolgen – unser Augenmerk auf die Vor- und Nachteile von Diasporas und Handelsminoritäten legen. Händler, so glauben wir, benutzen kulturelle Andersartigkeit als eine beabsichtigte Strategie, um die Aufrechterhaltung ihres Handelsmonopols und ihr Recht auf Gewinne moralisch zu rechtfertigen. Chettiar Geldverleiher, Hadramaut Araber in Südostasien und javanische Santrihändler sind typische Beispiele eigener Feldforschung in Südostasien, in denen religiöse Gerechtigkeit den Handel und die Geschäftstätigkeiten unterstützt und legitimiert.

Cohens Erklärung für dieses kulturelle Phänomen unterscheidet sich jedoch von unserer. Er plazierte seine Idee in den Rahmen des Strukturfunktionalismus, indem er argumentiert, daß Händler für verschiedene Organisationsfunktionen (soziale Besonderheit, Autorität, Kommunikation etc.) eine schnelle Lösung finden müssen, um - trotz des hohen, durch den Fernhandel bedingten Mobilitätsgrads - stabile Institutionen einrichten zu können. 'Only a highly developed ideology, a complex and comprehensive symbolic blueprint, can accomplish such a task' (Cohen 1971: 277). Dies sei auch der Grund, warum die meisten groß angelegten Diasporas in eine Weltreligion eingebunden seien. Ohne hier Cohens Beitrag herabwürdigen zu wollen, meinen wir, daß dieses Phänomen besser im Rahmen einer Theorie des sozialen Handelns erklärt werden kann, indem wir hinterfragen, inwiefern religiöse und ethnische Institutionen und das Zurschaustellen von Religiosität und Ritualen nutz- und gewinnbringend für Wirtschaftsaktivitäten sind.

In ihrer 'theory of middleman minorities' unterstreicht Edna Bonacich (1973) noch einen anderen Aspekt, um das Verhalten und die Organisation von Händlerminderheiten zu erklären. Sie argumentiert, daß sich ursprünglich alle nur vorübergehend im Gastland aufhielten und eigentlich nicht darauf abzielten, sich dort permanent niederzulassen. Dieser 'vorübergehende Aufenthalt' hatte wichtige Konsequenzen: (1) Die Migranten tendierten eher zum Sparen als zur Konsumption. Diese Sparsamkeit läßt sich aus der Bereitschaft erklären, kurzfristige Entbehrungen hinzunehmen, um das langfristige Ziel der Rückkehr ins Heimatland so bald wie möglich zu erreichen. So konnte ein Betriebsvermögen akkumuliert werden, das eine Alternative zur Re-Migration darstellte - vor allem dann, wenn die Rückkehr aus politischen Gründen eher abwegig war. (2) Die Migranten wählten ihre Beschäftigungen so, daß sie mobil waren, um gegebenenfalls auch kurzfristig in die Heimat zurückzukehren. Sie vermieden daher langfristige Investitionen, sofern sie über Kapital verfügten. Von diesem Standpunkt aus ist der Handel eine ideale Beschäftigung, da er Kapital nur kurzfristig für bestimmte Transaktionen bindet und dann wieder frei setzt. Aber auch bestimmte

Handwerksberufe wie das Schneidern sind für einen solchen Planungshorizont ähnlich geeignet.

(3) Migranten haben ein Interesse daran, ihre ethnischen Traditionen lebendig zu halten, da sie immer noch hoffen, in ihre Heimatländer zurückzukehren. Deshalb gründen sie Regionalverbände und praktizieren Endogamie, um die ethnische Vermischung und Verwicklungen in die Lokalpolitik zu vermeiden.

All diese Punkte sind für eine Erklärung der oft beobachteten kulturellen Eigenarten und Organisationsmerkmale von Händlerminoritäten wichtig. Es gibt jedoch auch offensichtliche Lücken in dieser Theorie. Zuerst einmal waren nicht alle Händlerminderheiten ursprünglich nur Besucher auf Zeit. Um nur zwei bedeutende und bekannte Ausnahmen zu erwähnen: Die indischen Händlerkasten bauen oftmals von ihrer Heimatregion ausgehend Netzwerke in fremden kulturellen Kontexten aus, und muslimische Händler sind häufiger Konvertiten als Migranten. Außerdem nimmt selbst bei Migranten mit Re-Migrationswillen im Laufe der Zeit der Wunsch ab, von der Majorität segregiert zu sein. So müssen Migranten nicht unbedingt den dornigen Weg wählen, einen Minderheitenstatus zu erhalten und werden längerfristig eine Assimilations- oder Integrationsstrategie in der Gastgesellschaft verfolgen – es sei denn, der Minoritätenstatus bietet bestimmte Vorteile gegenüber der Assimilation.

Obwohl Bonacichs Theorie der Erklärung von wichtigen Merkmalen und Eigenschaften der Händlerminoritäten dient, ist sie nicht geeignet die Handels- und Marktdynamik im allgemeinen zu erfassen. Aber auch unser Paradigma des Dilemmas von Händlern ist nicht unbedingt eine allumfassende Theorie, sondern eher ein heuristischer Entwurf, der dem Feldforscher die Fragestellung erleichtern und ihm helfen soll, Phänomene und gewonnene Daten zu interpretieren.

Kleinhändler

Oft wird übersehen, daß die meisten Händler nicht einer Minderheit oder Handelsdiaspora angehören, sondern der Gesellschaft, in und mit der sie ihren Handel treiben. In diesem Fall stellt das Händlerdilemma, so wie es oben umrissen wurde, ein ernstes Problem dar. Wie wir vorgeschlagen haben, ist ein Kleinhandel am Rande des Existenzminimums des Händlers mit 'miniscule quantities in which commodities are sold to the final customer' (Alexander 1987: 59) weder dem Problem des sozialen Neids, noch der Umverteilung unterworfen. Dieser Kleinhandel wird oftmals als Subsistenzhandel betrieben, so daß Marktfrauen gerade genug verkaufen, um von ihren mageren Gewinnen den täglichen Bedarf ihres Haushalts zu bestreiten.

Bisher haben wir von bäuerlichen Gesellschaften gesprochen, und es ist daher naheliegend zu fragen, ob das Dilemma von Händlern auch in der städtischen Gesellschaft auftreten kann. So vertreten wir die Auffassung, daß es durch die soziale Situation des Kleinhandels im städtischen informellen Sektor immer noch relevant ist, wenn auch in geringerem Maße. Die sozialen Beziehungen in den Städten sind flüchtiger und oberflächlicher, die Mobilität bringt soziale Distanz zwischen Kunden und Händlern, und Solidarität ist nicht unbedingt ein urbaner Wert, wie schon Wirth (1938) in seiner bekannten Untersuchung über Urbanismus als Lebensweise gezeigt hat.

Allerdings wurde aus empirischer Forschung deutlich, daß die Ausübung des Kleinhandels in Entwicklungs- und Transformationsgesellschaften oftmals auch einen Schutz vor Abschöpfung durch den Staat, korrupte Beamte oder kriminelle Organisationen darstellt. Beobachtungen in Singapur und St. Petersburg zeigen zum Beispiel, daß ein kleines Geschäft im Hinterhof, ohne Reklameschilder und Auslagen, vor den Zugriffen der Chinesen- bzw. Russenmafia schützt.

2. Die Transformation des Dilemmas der Händler in der Sozialen Marktwirtschaft

Mit zunehmender Modernität wird die Moralwirtschaft in eine Marktgesellschaft transformiert. Wird dann das Händlerdilemma in modernen Industriegesellschaften bedeutungslos? Sicherlich nicht, obwohl wir vermuten, daß es sich verändert, bzw. auf eine höhere Ebene der Sozialproblematik verlagert hat. Wir wollen diese Hypothese nun abschließend näher erläutern.

Wenn die Marktwirtschaft expandiert, soziale Differenzierung voranschreitet und die Wirtschaftsbeziehungen zunehmend aus der Gesellschaft entbettet werden, wird das Dilemma von Händlern weniger bedeutsam für den individuellen sozialen Kontext. Allerdings entsteht ein neues Dilemma in allen Marktgesellschaften. Während die traditionellen Sphären der Solidarität (Großfamilie, Verwandtschaft, Nachbarschaft, Gemeinschaft) dem Transformationsprozeß zur Marktgesellschaft zum Opfer fielen oder zumindest einen Bedeutungsverlust erlitten, übernahm der Staat die Verantwortung für eine Reihe sozialer Institutionen, von denen in diesem Kontext Umverteilung, generalisierte Reziprozität und Transferzahlungen besonders relevant sind. Was wir in vormodernen Gesellschaften als Dilemma von Händlern diskutiert hatten, wird nun zum Dilemma des kapitalistischen Staates. Einerseits ist es seine Hauptfunktion, die politischen und gesetzlichen Rahmenbedingungen zum Funktionieren des Marktes zu institutionalisieren und aufrechtzuerhalten; andererseits muß er eine gesellschaftlich-soziale Kapsel (vgl. Etzioni 1986) schaffen, so daß die Logik der Marktwirtschaft und des Wettbewerbs nicht zerstörerische Formen annehmen kann. Die Soziale Marktwirtschaft ist die teilweise Wiedereinbettung des Marktes: der Aufbau eines sozialen Netzes für die Verlierer des Modernisierungs- und Rationalisierungsprozesses, die Opfer der Restrukturierung der Wirtschaft und des Arbeitsprozesses sowie von Umwelterkrankungen.

Allerdings bedarf sozialstaatliche Solidarität einer näheren Betrachtung. Hierbei handelt es sich um generalisierte Reziprozität (Sahlins 1972): jetzt zu erbringende Leistungen für zukünftig unbestimmte, nur in Notlagen einlösbare Ansprüche. Darüber hinaus basiert sie nicht auf Freiwilligkeit, da sie die Bürger eines Staates per Gesetz in eine ‚Solidargemeinschaft‘ zwangsrekrutiert (Bayertz 1998: 34-35). Der Sozialstaat ist eben gerade nicht durch familienähnliche, moralwirtschaftliche Strukturen gekennzeichnet, die ein Gefühl ‚natürlicher‘, as-kriptiver Solidarität, also moralische Verantwortlichkeit schwächeren Gemeinschaftsmitgliedern gegenüber schaffen und über soziale Kontrolle sozialkonformes Handeln und Verhalten hervorbringen, sondern zumindest weitgehend durch funktionale, unpersönliche Beziehungen charakterisiert. Sozialstaatliche Transferleistungen erfolgen nach Auffassung vieler Sozialwissenschaftler nicht so sehr aus einer karitativen Motivation, sondern aus einem instrumentellen Kalkül zur Sicherung des ‚Marktfriedens‘ (vgl. Göbel und Pankoke 1998: 468ff.): Das Marktsystem funktioniert nach Erfolgskriterien. Nach seiner Logik werden diejenigen, die sich nicht im Markt behaupten können, durch Armut aus dem System ausgeschlossen. Dies sind insbesondere Alte, Kranke, soziale Randgruppen, usw., die in der Moralwirtschaft durch die Gemeinschaft und die Familie abgedeckt wurden. Über sozialstaatliche Transferleistungen gelingt nun, zumindest die ökonomische – wenn auch nicht die soziale – minimale Re-Inklusion, die sie partiell weiter am Marktgeschehen teilhaben läßt und damit sozialen Unfrieden vermeidet.

Gerade aus der Zunahme von individuellen Freiheiten im Zuge gesellschaftlicher Differenzierung gegenüber moralwirtschaftlichen Zwängen resultiert aber aus der im Wohlfahrtsstaat erzwungenen Solidarität ein Dilemma: Den sozialen Rechten und Pflichten des *citoyen* steht die Freiheit des *bourgeois* gegenüber, seine individuellen Präferenzen der kurzfristigen Erfolgsmaximierung höher zu bewerten als die Solidarverpflichtungen der Gemeinschaft/Gesellschaft gegenüber. Dies verlangt nach Hayek (1992: 65ff.) die Logik der Marktrationalität. Daraus folgern Neoklassiker und Neoinstitutionalisten, daß der Sozialstaat letztendlich nicht funktionieren kann: Bei erzwungener Solidarität wird insbesondere das Trittbrettfahren – das Profitieren von der Solidargemeinschaft ohne Erbringen von Leistungen - zum Problem, oder es bedarf eines kontrollierenden und ggf. strafenden Staates, der diese Rationalität unterbindet.

Das Dilemma des modernen Wohlfahrtsstaates ist die Balance zwischen wirtschaftlichen Interessen und sozialen Belangen. Auf der einen Seite verlangt eine moderne Marktgesellschaft insbesondere unter dem Globalisierungsdruck die fortgesetzte Rationalisierung der ökonomischen Beziehungen, auf der anderen Seite führt genau diese Rationalisierung der Wirtschaft auch zur Externalisierung der sozialen Kosten (Umwelt, Sozial- und Gesundheitsprobleme, usw.). Dies hat eine Situation herbeigeführt, in der Entwicklung auf Kosten der Natur und künftiger Generationen stattfindet und nicht nachhaltig ist.² Profitabilität und Solidarität/generalisierte Reziprozität stellen eben nicht nur in vormodernen, sondern auch in modernen Gesellschaften zumeist konfligierende Werte dar.

Wir wollen hier nicht das Problem des Trittbrettfahrens leugnen. Fest steht allerdings, daß im Zuge der Restrukturierung des Wohlfahrtsstaates viele Wirtschaftssubjekte und Organisationen aus dem Solidarsystem ausscheren und sich gegenüber den schlechter Gestellten abschließen.

² Eine nachhaltige Entwicklung garantiert eine gesunde Lebenswelt für die zukünftigen Generationen. Dies beinhaltet auch ein sorgfältiges, sparsames Wirtschaften mit vorhandenen Naturressourcen.

“Eine Aufsplitterung von Loyalitäten und Solidaritätsbeziehungen nach schichtenspezifischen, altersspezifischen, organisationellen oder regionalen Differenzierungen müßte [dann] unweigerlich den gesellschaftsweit definierten Konsens aufweichen, auf dem das Modell des Wohlfahrtsstaates gründet” (Willke 1992: 365 ff.).

Heitmeyer (1997) fragt deshalb zu Recht, ob wir auf dem Weg in eine desintegrierte Gesellschaft sind. Denn der moderne Wohlfahrtsstaat verliert sein Fundament: sozialstaatliche Solidarität, die entscheidend zum Kitt der Gesellschaft beiträgt.

Die Geschichte der Industriestaaten nach dem 2. Weltkrieg zeigt, daß empirische kapitalistische Wirtschaften sich immer zwischen den beiden Polen der Deregulierung (Freier Markt mit einem niedrigen Niveau staatlicher Einmischung) und Regulation (starker Eingriff des Staates in wirtschaftliche Angelegenheiten) bewegen. Schließlich müssen sich Regierungen ihren Wählern oder politischen Protestbewegungen stellen. Wenn die Gewinne zu hoch sind, ohne daß die Löhne steigen, der Umweltschutz nicht mehr gewährleistet wird, die sozialen Probleme sichtbar werden und tolerable Grenzen überschreiten, haben demokratische Gesellschaften die Möglichkeit, die Regierungsparteien abzuwählen. Das 'Dilemma der Händler' verwandelt sich also in ein 'Dilemma der Bürokraten' im kapitalistischen Wohlfahrtsstaat.

Bibliographie

Alexander, J. 1987: Trade, Traders and Trading in Rural Java. Singapore: Oxford University Press.

Bayertz, K. 1998: Begriff und Problem der Solidarität. In: Ders. (Hg.): Solidarität. Begriff und Problem. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Bonacich, E. 1973: A Theory of Middleman Minorities. American Sociological Review 38: 583-594.

Bourdieu, P. 1979: Les trois états du capital culturel. Actes de la Recherche en Sciences Sociales 30: 3-5.

Braudel, F. 1982: Civilization and Capitalism, 15th -18th Century, Vol. 2: The Wheels of Commerce. New York: Harper and Row.

- Cohen, A. 1971: Cultural Strategies in the Organisation of Trading Diasporas. In: C. Meillasoux (ed.): The Development of Indigenous Trade and Markets in West Africa. Oxford: Oxford University Press.
- Coleman, J. 1988: Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology* 94 (Suppl.): 95-121.
- Etzioni, A. 1986: The Moral Dimension. Towards a New Economics. London: Collier McMillan.
- Evers, H.-D. and H. Schrader (eds.) 1994: The Moral Economy of Trade. Ethnicity and Developing Markets. London: Routledge Publishers.
- Evers, H.-D., H. Schrader and J. Pavadarayan 1994: The Chettiar Moneylenders in Singapore. In: H.-D. Evers and Heiko Schrader (eds.): The Moral Economy of Trade: Ethnicity and Developing Markets. London: Routledge Publishers.
- Geertz, C. 1963: Peddlers and Princes. Social Development and Economic Change in Two Indonesian Towns. Chicago: University of Chicago Press.
- Göbel, A. und E. Pankoke 1998: Grenzen der Solidarität: Solidaritätsformeln und Solidaritätsformen im Wandel. In: K. Bayertz (Hg.): Solidarität. Begriff und Problem. Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Hayek, F. 1992: The Moral Element in Free Enterprise. In: The Morality of Capitalism. Irvington on the Hudson. New York: Foundation of Economic Education.
- Heitmeyer, W. (Hg.): Was treibt die Gesellschaft auseinander? Frankfurt/M.: Suhrkamp.
- Kemp, J. 1988: Seductive Mirage: The Search for the Village Community in Southeast Asia. *Comparative Asian Studies* 3.
- Polanyi, K. 1971: Primitive, Archaic and Modern Economies: Essays of Karl Polanyi. Ed. G. Dalton. Boston: Beacon Press.
- Sahlins, M. 1972: Stone Age Economics. Chicago: Aldini-Atherton
- Schrader, H. 1994: Changing Financial Landscapes of India and Indonesia: Sociological Aspects of Monetisation and Market Integration. Münster and London: LIT.
- Schrader, H. 1999: *Ekonomitscheskaya Antropologija*. St. Peterburg: Zentr "Peterburgskoe Vostokovedenje" (russisch).
- Scott, J. 1976: The Moral Economy of the Peasant: Rebellion and Subsistence in Southeast Asia. New Haven, CN: Yale University Press.

Simmel, G. 1908: Soziologie: Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Leipzig: Duncker und Humblot.

Simmel, G. 1989: Philosophie des Geldes. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Wertheim, W.F. 1980: The Trading Minorities in Southeast Asia. In: H.-D. Evers (ed.): The Sociology of Southeast Asia: Readings on Social Change and Development. Kuala Lumpur: Oxford University Press.

Willke, H. 1992: Ironie des Staates. Grundlinien einer Staatstheorie polyzentrischer Gesellschaft. Frankfurt/M.: Suhrkamp.

Wirth, L. 1938: Urbanism as a Way of Life. American Journal Of Sociology 44: 3-24.

Wolf, E.R. 1966: Peasants. Englewood Cliffs.