

2. Methode und Theorie

Bei der Erforschung von Diskurs und Praxis »ethnischer Ökonomie« macht sich diese Arbeit Methoden und Theorien zunutze, die sich an Gegenstand und Orten der Forschung orientieren. Das folgende Kapitel zeigt, wie die Fragen nach Diskurs und Praxis im Feld von Diskurs und Praxis bearbeitet und mithilfe von Diskurs- und Praxistheorien erklärt werden sollen.¹ Es beschreibt die Herstellung des Forschungsfeldes und die Modi seiner Bearbeitung durch ethnografische Methoden und soll so Aufschluss darüber geben, mit welchen Mitteln ich versucht habe, die eingangs gestellten Fragen zu beantworten. Dazu gehe ich auf saliente Aspekte in der Reihenfolge ein, wie sie bei der Herstellung ethnografischen Wissens relevant wurden. Zunächst beschreibe ich den Zugang zu Diskurs und Praxis »ethnischer Ökonomie« und die ersten Schritte im Feld. Daraufhin gehe ich auf die Methoden ein, mit denen ich in einem derartig perspektivierten Feld gearbeitet habe. Dabei findet das ethnografische Interview besondere Beachtung, da es auch im Forschungsverlauf prominent zum Einsatz kam. Nachdem ich auf die Grenzen der Forschung eingegangen bin, werde ich methodologische Fragen besprechen, die die Zusammenfassung der beiden Konzepte in ein Forschungsfeld aufwirft, wie sie in der Arbeit stattgefunden hat. Abschließend wird noch gesagt, wie ich die erhobenen Daten ausgewertet habe. Kapitel 2.2 erläutert den theoretischen wirtschaftsanthropologischen Rahmen der Arbeit, während im folgenden Kapitel 2.3 ein Blick auf die Waren im Markt auch den Markt weiter spezifiziert. In 2.4 gehe ich ausführlicher auf die unterschiedlichen Konzepte von »ethnischer Ökonomie« und ihre Rolle für diese Arbeit ein. Der Zusammenhang des wissenschaftlichen mit dem politischen Feld bildet den Abschluss des zweiten Kapitels und ist gleichsam die Überleitung ins politische Feld selbst.

1 Ich bediene mich auch am diskurstheoretischen Methodenkanon, um einige der eingangs gestellten Fragen zu beantworten. Im Sinne der *Anthropology of Policy* gehören die Analyse von Diskurs und die mit ihnen verbundenen Praktiken von Herstellung, Klassifizierung, Durchsetzung etc. im politischen Feld zusammen, um »*the architecture of modern power relations*« (Shore/Wright 1997b: 12) beschreibbar zu machen.

2.1 Methodische Zugänge zu Diskurs und Praxis »ethnischer Ökonomie«

Die erhobenen Forschungsmaterialien, die dieser Arbeit zugrunde liegen, gruppieren sich um das Konzept der »ethnischen Ökonomie« herum, das gleichzeitig einen Teil von Objekt und Forschungsfeld dieser Arbeit darstellt. Unternehmer_innen, politische Akteur_innen und Wissenschaftler_innen sind in das Konzept, seine Entstehung und seine Verwendung involviert und waren daher Teil meines Forschungssettings.

Im Verlauf der Forschung habe ich über einen Zeitraum von knapp zwei Jahren insgesamt 41 Gespräche geführt. Davon entfielen 24 auf zwölf Firmen, die muslimische Mode verkaufen. Dabei habe ich mit 15 Inhaber_innen oder Mitarbeiter_innen gesprochen. Mit einem Teil von ihnen habe ich mich mehrfach zu Gesprächen getroffen. Hinzu kamen 17 Gespräche mit 15 politischen Institutionen und 18 Gesprächspartner_innen, von denen teilweise zwei Personen in einem Gespräch und teilweise eine Person zu mehreren Gesprächen zur Verfügung standen. Dazu zähle ich auch Unternehmerverbände, die nach Nationalitäten organisiert sind, und die den Anspruch haben, Interessen von Unternehmer_innen in politischen Sitzungen und der öffentlichen Debatte zu vertreten.

Die Feldforschung fand, mit Ausnahme eines einwöchigen Aufenthalts in Istanbul, an unterschiedlichen Orten Berlins statt. Dazu zählten für die Beforschung des Marktes Gegenden in Nord-Neukölln und Süd-Kreuzberg, im Wedding und in Tiergarten, die gleichzeitig die Gegenden sind, in denen viele der Kundinnen wohnen. Dies sind auch die Orte, an denen sich die Geschäfte konzentrieren, die muslimische Mode verkaufen. Nach ersten Begehung im Feld konzentrierte sich die Datenerhebung auf diese Geschäfte. Sitzungen von politischen Institutionen und Interessengruppen, die sich mit dem Themenfeld »ethnische Ökonomie« befassen, fanden in unterschiedlichen Berliner Bezirken statt.

Die Dauer der Gespräche lag meist zwischen einer und zweieinhalb Stunden. In der Regel haben mir Gesprächspartner_innen die Aufzeichnung des Gesprächs erlaubt. In diesen Fällen habe ich sie anschließend selbst transkribiert. Andernfalls habe ich Protokolle geführt, die ich in der Regel unmittelbar nach den Gesprächen aus meinen Erinnerungen ergänzt habe.

Obwohl nicht alle meiner Gesprächspartner_innen muttersprachlich damit aufgewachsen sind, fanden sämtliche Gespräche auf Deutsch statt. Sprachliche Unwägbarkeiten habe ich in der Transkription nur dann nicht geglättet, wenn sie zu Mehrdeutigkeiten führten, die auch mithilfe des Kontexts nicht aufgelöst werden können.

Die Ethnografie beinhaltet einen »kaum zu stillenden Erfindungsbedarf [...], der vom klassischen Methodenbegriff geleugnet wird«. (Breidenstein u.a. 2015: 8) Sie ist flexibel genug, Antworten auf die vielschichtigen Fragen an ein komplexes Forschungsfeld zu finden. Im Sinne eines ethnografischen »Methodenopportunismus« (Breidenstein u.a. 2015: 34) habe ich unterschiedliche Methoden genutzt. Denn vieles, was nicht beobachtbar war, wurde in Gesprächen zugänglich, während andere Dinge umgekehrt sich erst über die Beobachtung erschlossen. Gesprächstechniken dienten einerseits zur Erschließung von ›blinden Flecken‹ der Beobachtung. Andererseits öffneten sie auch solche Phänomene einer Analyse, die sich der Beobachtung von vornherein entzogen.

Sie machten damit vieles sichtbar, was andernfalls verborgen geblieben wäre – ohne jedoch alles sichtbar zu machen. Unsichtbar blieben vor allem Interaktionen mit der Konkurrenz oder mit Zulieferern. Die folgenden Abschnitte gehen auf die genutzten Methoden und ihr Verhältnis zueinander ebenso ein wie auf das, was durch sie eben nicht zugänglich wurde.

2.1.1 Gesprächsbasierte Verfahren

Das ethnografische Interview diente dieser Arbeit als ein zentraler Schlüssel zu unternehmerischer und diskursiver Praxis. Gegenüber dem Begriff der »Interviewpartner_innen« oder dem des »Interviews« nutze ich in der Arbeit häufig den der »Gesprächspartner_innen« bzw. des »Gesprächs«. Das hierin implizierte Format war besser geeignet, Vertrauen zwischen den Beforschten und mir herzustellen. Es umschreibt zudem die Art der Interaktion treffender, die ich – trotz Leitfäden – eher als offenes Gespräch denn als Interview konzipiert habe. Zudem habe ich im Laufe mehrerer Gespräche mit denselben Gesprächspartner_innen, mitunter bereits auch im Verlauf des ersten, den Leitfaden immer weniger konsultiert. Auch mit tieferem Vordringen ins Feld habe ich zunehmend auf Leitfäden verzichtet, und die Gespräche zirkulierten freier um Themen herum, die ich angesprochen habe oder die meine Gesprächspartner_innen einbrachten. Dadurch öffneten sie sich auch für ihre Themensetzungen. Der Begriff des Interviews wird zudem häufig als der dualistische Gegenpunkt zur Beobachtung gesetzt. Während der Gespräche hatte ich aber durch die offene Anlage auch die Möglichkeit zur beobachtenden Datenerhebung. Der Begriff relativiert somit die dichotome Gegenüberstellung mit der Beobachtung und hebt zudem Aspekte der Ko-Produktion der Daten durch die Gesprächspartner_innen selbst hervor.² Mit steigender Gesprächsdauer und tieferem Vordringen ins Feld wurden Interviews immer mehr zur »friendly conversation«³.

Meine Rolle als Forscher und die Beziehung zu einigen Gesprächspartner_innen hat sich im Laufe der Forschung verändert. Gespräche wurden offener, Leitfäden hingegen unwichtiger. Wir tauschten uns zunehmend mehr über Geschichten des unternehmerischen Alltags aus und Unternehmer_innen erzählten mir über ihre Erlebnisse und Begegnungen in Berlin und Jordanien, Izmir und Istanbul; über ihr Bild von der Stadt Berlin und wie sie sich selbst darin sehen; über ihre Netzwerke, ihre Familien, ihre Werte. Auch die Rollen der Unternehmer_innen haben sich damit gewandelt. Der Grad der Inszenierung⁴ ging merklich zurück. Waren zunächst Erfolge und Pionierleistungen in einem besonders fordernden Kontext die dominierenden Motive, brach sich mit steigender Zahl der Gespräche auch hier zunehmende Offenheit, aber auch stärkere Differenziertheit, Bahn. Das gilt natürlich zunächst für diejenigen Gesprächspartner_innen, mit denen ich mehrfach gesprochen habe. Doch vor allem in der Transkription und Auswertung der Gespräche wurde deutlich, wie sehr sich auch in einzelnen Gesprächen

² vgl. Amann/Hirschauer (1997: 29).

³ Spradley (1979 55ff.), vgl. dazu auch Marcus (2008: 7).

⁴ vgl. Breuer (2009: 38).

das zunehmende Vertrauen zwischen den Beforschten und mir niederschlug. Ein besonders anschauliches Beispiel bietet die Situation eines ersten Gesprächs mit einem Unternehmer. Als ich ihn relativ früh auf seine Geschäftsstrategie ansprach, antwortete er kryptisch und ausweichend, er habe gar keine Strategie. Nach einer Stunde Gespräch erklärte er mir von selbst ausführlich, auf welchen Prinzipien seine Strategien gegenüber der Konkurrenz beruhen und wie viele Varianten und Facetten sie beinhalten.

2.1.2 Beobachtende Verfahren

Vor, während und nach den Gesprächen mit Unternehmer_innen hatte ich Gelegenheit dazu, das Geschehen in den Geschäften zu beobachten. Im politischen Feld habe ich an einer Reihe von Sitzungen zum Thema »ethnische Ökonomie« teilgenommen. Beispielsweise war ich bei der Gründungssitzung des »Verbandes der Migrantenwirtschaft, Ethnische Unternehmer, Ausländische Arbeitgeber« ebenso anwesend wie bei einer Sitzung des Arbeitskreises Migration der Berliner Senatsverwaltung für Wirtschaft. Auch hier entwickelte sich ein immer vertrauteres Verhältnis, je öfter ich Sitzungen besuchte und je öfter ich einzelne Akteur_innen traf. Ergebnisse teilnehmender und nicht-teilnehmender Beobachtungen habe ich in einem Feldtagebuch zusammengetragen. Das so erhobene Material habe ich durch die Auswertung von Zeitschriften, Zeitungen und anderen Publikationen, in denen sich unterschiedliche Institutionen und Akteur_innen mit dem Themenfeld befassen, ergänzt.

2.1.3 Primat der Gesprächsführung: zur Explizierbarkeit impliziten Wissens

Für den hier vorherrschenden »Primat der Gesprächsführung«⁵ gab es zunächst forschungspraktische Gründe, die ich im Folgenden erläutern möchte. Denn eigentlich ermöglichen beide Methodenkomplexe nur begrenzte Einblicke. So gilt mit Blick auf Beobachtungen:

Nicht alles, was vor sich geht, zeigt sich Außenstehenden ohne Weiteres. Vieles bleibt für den Beobachter implizit. Aktivitäten werden nicht weiter erläutert, wo sie als bekannt vorausgesetzt werden. (Breidenstein u.a. 2015: 82)

Implizit bleibt also, was als verständlich vorausgesetzt wird. Die hier dargestellte Intelligenz sozialer Praktiken beruht auf der Inkorporiertheit von zugrunde liegendem Wissen. Der Ethnografie wird daher meist eine »Wahlverwandtschaft zur Beobachtung« (Schmidt 2012: 45) attestiert,⁶ die mit sozialen Praktiken als dem wesentlichen Gegenstand ethnografischer Untersuchungen zusammenhängt. (Breidenstein u.a. 2015: 31ff.) Das ihnen zugrunde liegende implizite Wissen ist »per definitionem nicht direkt über Wahrnehmung oder das Verstehen von Äußerungen zugänglich – sonst wäre es schließlich nicht implizit.« (Reckwitz 2008: 196, Hervorh. i. O.)

Tatsächlich ist die Inkorporiertheit dieses impliziten Wissens und die daraus folgende Intelligenz sozialer Praktiken aus meiner Sicht ein Argument für den Ein-

5 vgl. Reckwitz (2008: 196).

6 vgl. z.B. auch Breidenstein u.a. (2015: 34); Reckwitz (2008: 195f.); Reckwitz (2003: 290).

satz von Interviews in der Ethnografie, wenn es dadurch zugänglich wird. Denn die Tatsache, dass implizites Wissen nicht auch explizierbar sei, beruht auf ihrer eigenen Definition.⁷ Ich halte die Eindeutigkeit, mit der sie die Explizierbarkeit inkorporierten Wissens ausschließt, aus der Forschungserfahrung heraus für fragwürdig. Die Tatsache allein, dass sich Akteur_innen während der Ausführung einer Praktik des zugrunde liegenden Wissens nicht bewusst sind, ist aus meiner Sicht kein hinreichender Grund dafür, dass dieses Wissen der Reflexion durch dieselben Akteur_innen nicht zugänglich sei.

Meine These lautet daher, dass auch »wortlose Alltagspraktiken«, zu denen, so die gängige Meinung, »die Verbalisierungen der Teilnehmer *keinen* Zugang bieten« (Hirschauer 2001: 437, Hervorh. i. O.) durch Techniken der Gesprächsführung und den dadurch erfolgenden Anreiz zur Reflexion durchaus zugänglich sein können. Diese These sucht damit nicht die »stärksten Grenzen« des Interviews, die Zugänglichmachung von »*tacit knowledge*« (Hirschauer 2001: 443) zu durchbrechen. Vielmehr möchte sie sie dorthin verschieben, wo Wissen über Alltag und Routinen nicht durch »Grenzen der Reflexion und Selbstbeobachtung, Affekte wie Scham- und Schuldgefühle oder Angst vor sozialen Konsequenzen des Sprechens« (Hirschauer 2001: 436) verstellt, sondern der Reflexion und Verbalisierung zugänglich ist.

Eine solche Sichtweise rehabilitiert Akteur_innen von ihrer Rolle als reine »Träger« (Reckwitz 2003: 291) sozialer Praktiken und eröffnet ihnen die Möglichkeit der Reflexion über Routinen. Forschende können diesen Prozess begünstigen, indem sie Fragen stellen, die auf das scheinbar Offensichtliche zielen. (Hitchings 2012: 66) Meine Erfahrung im Feld zeigt, dass Gesprächspartner_innen durchaus interessiert und in der Lage dazu waren, eigene Routinen zu befragen und zu besprechen.

Zwar ließe sich gegen diese Ausführungen einwenden, dass das Interview wohl »erkennen [lässt, RB], wie Personen gesehen werden möchten oder sich selbst sehen. Nur bedingt sind jedoch Erkenntnisse über tatsächliches Handeln zu gewinnen.« (Schmidt-Lauber 2001: 168) In Gesprächssituationen war ich häufig mit Selbstdarstellungen konfrontiert. Gerade diese erweisen sich aber als aufschlussreich, machen sie doch gesellschaftliche Positionen und Zusammenhänge, in denen »ethnische Unternehmer_innen« stehen, auch aus Sicht der Unternehmer_innen selbst der Analyse zugänglich. Gerade die Spannung, die in den im Gespräch bedeutungsvollen Positionalitäten zwischen Forschenden und Beforschten zum Ausdruck kommt, halte ich hier für produktiv, da sie besondere Auskunft über die Selbstwahrnehmungen und -verortungen der Befragten geben.

Im Übrigen ist auch die Beobachtung keine Quelle reinen, »tatsächlichen« Verhaltens. Denn auch in beobachtenden Settings lässt sich der Einfluss der Beobachtenden nicht einfach ausblenden. (Kaschuba 2003) Sei es als Fragende oder Beobachtende: Die Existenz der Forschenden im Feld, die »Situiertheit des forschenden Blicks« (Hess/Schwertl 2013: 24) und die Positionalität der Forschenden und der Beforschten beeinflussen stets die Beschaffenheit der Daten, das gilt für Beobachtung und Interview gleichermaßen. Insgesamt verstehe ich damit gesprächsbasierte Methoden für diese

⁷ vgl. neben Reckwitz (2008: 196) auch Hirschauer (2001: 443f.).

Arbeit weniger als »epistemologische[s, RB] Schlüsselloch« auf Motive und Intentionen, sondern vielmehr als »ein öffentliches, performatives Geschehen« (Schmidt 2012: 267), mittels dessen die Grenzen und Möglichkeiten von interviewbasierten Methoden nicht aufgelöst, sondern verschoben werden.

Bei der Analyse des »ethnische Ökonomie«-Diskurses kamen Techniken der Beobachtung und der Gesprächsführung gleichermaßen zum Einsatz. Das bedeutet, dass ich den Diskurs da mit Mitteln der Ethnografie zu analysieren suche, wo ich Sitzungen und Veranstaltungen besucht oder Gespräche geführt habe. Diskursanalytische Mittel⁸ ergänzten ethnografische Methoden dort, wo es der Beantwortung meiner Fragen diente. Auf methodologischer Ebene ist der Diskurs ethnografischen Methoden als Erscheinungsform des Kulturellen durchaus zugänglich (Breidenstein u.a. 2015: 32), durch die Analyse diskursiver Praktiken und das Freilegen impliziten Wissens. In der Auswertung der Daten hat sich der praktische Nutzen dieses gemischten Ansatzes gezeigt. Beide Zugänge vermögen unterschiedliche Fragen zu beantworten. So wurden durch die gemeinsame Nutzung Aspekte aus den Daten sichtbar, die bei streng kanonischer Auslegung der Lehrbücher unberücksichtigt geblieben wären. Ich betrachte Diskurs- und Praxistheorien daher als komplementär und nicht als exklusiv. Denn aus meiner Sicht werden diskurs- und praxistheoretische Erklärungen gerade in ihrer Zusammenschau besonders produktiv.

2.1.4 Grenzen der Forschung

Zugängen und Aufenthalten im Feld stehen einige Momente gegenüber, in denen mir der Zugang verwehrt blieb. Der Zugang zu den Geschäften war insgesamt häufig komplizierter, als ich es vermutet hatte, ging es mir doch nicht um politische Themen, sondern um Kleidung in ihren ökonomischen Zusammenhängen. Häufig signalisierten Unternehmer_innen dennoch keine Gesprächsbereitschaft. Ebenso häufig signalisierten sie welche, Gespräche kamen aber trotzdem nie zustande, da es entweder doch unpassend oder die Zuständigen nie anwesend waren. Auch in Anbahnung konkreter Gespräche schlug mir neben Neugier häufig Skepsis gegenüber meinem Vorhaben entgegen. Durch die im Folgenden besprochenen verhinderten Zugänge werden die Grenzen der Forschung deutlich, denn es blieb dem Forscher so auch manches im Feld verborgen.

Die Tatsache, dass ich mich im Markt mit muslimischer Frauenkleidung auseinandersetze, war im Setting der Geschäfte irritierend, schon durch mein äußeres Erscheinungsbild. Denn der erste Eindruck auf der Grundlage des unmittelbar Sichtbaren legt weder eine Kategorisierung als türkisch oder arabisch noch als muslimisch, dafür aber als Mann nahe. Insofern stellt sich schon beim Betreten der Geschäfte die Frage nach meinem Ansinnen. Zudem gibt mich mein Äußeres als Teil einer »new urban middle class« (Zukin 1987) zu erkennen. Ladenbesitzer_innen und ihre Angestellten identifizierten mich daher nicht als typischen Kunden der besuchten Geschäfte. Häufig war eine gewisse Skepsis bereits an den fragenden Blicken der Angestellten abzulesen.

8 vgl. z.B. Kiefl (2014); Keller (2008); Diaz-Bone (2006); Bublitz u.a. (1999).

Wenn ich dann meine Absichten formuliere, herrschte häufig weiterhin Skepsis. Nicht nur weil die Institution Universität, vor allem aber auch die Idee qualitativer Forschung, vielen Akteur_innen im Feld unbekannt war,⁹ sondern auch, weil manche Unternehmer_innen mich für den Vertreter eines dubiosen Amtes oder auch ganz konkret des Finanzamtes hielten.¹⁰ Diejenigen Unternehmer_innen, mit denen ich Gespräche führen konnte, hatten noch andere Erklärungen für ihre Skepsis gegenüber Interviews und Forschung.

Vor zwei Wochen hatten sie aber ein Erlebnis, das er als sehr unangenehm beschreibt, an dem zwei Regisseure von der Potsdamer Filmhochschule sonntags einen Film im Laden drehen wollten. Dafür waren zwei Stunden angesetzt, neun hat es gedauert, am Ende war alles voller Styropor. Sie hätten das auch nicht mehr saubergemacht. (FN Farid)

Die Skepsis hing häufig mit schlechten Erfahrungen im Vorfeld zusammen. Im selben Geschäft sagte man mir, dass sie nach diesen Vorfällen eigentlich keine Interviews mehr geben wollten, weder der Presse noch Wissenschaftler_innen. Dabei ist respektloser Umgang, wie im Zitat geschildert, ein besonderes Ärgernis für wissenschaftlich Forschende. Dies gilt umso mehr in einem so stark beforschten Feld. Von negativen Erlebnissen mit der Presse haben mir mehrere Unternehmer_innen berichtet. Mitunter wurde in solchen Fällen zwischen wissenschaftlicher und journalistischer Befragung seitens der Akteur_innen nicht differenziert.

Zu bedenken ist weiterhin, dass ein Großteil der Gespräche während der Geschäftszeiten stattfand. Insofern war ich nicht nur aus den vorgenannten Gründen als Störfaktor zu identifizieren. Faktisch habe ich durch meine Anliegen die Unternehmer_innen auch schlichtweg von der Arbeit abgehalten. Nur mit einer Unternehmerin traf ich mich außerhalb des Geschäfts. Meine Angebote, sich auch außerhalb der Öffnungszeiten oder außerhalb der Läden zu treffen, wurden ansonsten nie angenommen. Die Irritation, die meine Präsenz sicht- und spürbar verursachte, und die damit einhergehende mögliche Störung des Geschäftsbetriebs, verhinderten länger andauernde Phasen der Beobachtung in den Geschäften.

Auch sprachlich ergaben sich Ausschlüsse im Feld. Meine rudimentären Arabisch- und nicht vorhandenen Türkischkenntnisse reichten kaum aus, um umgangssprachliche Konversationen zu verstehen. Dass die Unternehmer_innen sich dessen bewusst waren, zeigte sich immer dann, wenn sie in Gesprächen, die sie auf Türkisch oder Arabisch führten, auf Deutsch wechselten und gleichzeitig Blickkontakt mit mir herstellten. Besonders oft geschah das in Momenten, in denen sie sich beim Feilschen um Preise mit den Kundinnen zu einigen suchten. Aber auch in Telefonaten wechselten sie immer wieder die Sprache.

Dass Ausschlüsse auch bewusst hergestellt werden konnten, zeigt sich nicht nur im Wechsel von Sprachen oder im Verneinen von Gesprächsanfragen. Auf einem mehrtägigen Feldaufenthalt in Istanbul, der dazu diente, die Netzwerke der Unternehmer_in-

⁹ Das halte ich explizit nicht für ein Charakteristikum des Forschungsfeldes, sondern für eine Schwierigkeit, vor der qualitative Forschung häufig steht.

¹⁰ Zum ambivalenten Verhältnis zwischen Unternehmer_innen und Behörden vgl. Kap. 3.6.2.

nen besser zu verstehen, war geplant, einen Berliner Händler zu seinen Zulieferern und Geschäftspartnern zu begleiten. Er hat jedoch die Termine immer wieder verschoben, sodass letztendlich während meines Aufenthalts kein Treffen zustande kam.

Damit sind die Grenzen der Forschung aufgezeigt, die nicht nur in ihren Methoden begründet liegen, sondern auch in meiner Rolle, die ich einerseits selbst ins Feld brachte und die mir andererseits zugeschrieben wurde. Während manche Dinge schlicht nicht für meine forschenden Ohren und Augen bestimmt waren, sind andere auch als Elemente der Inszenierung des Selbstbildes der Unternehmer_innen zu deuten – oder eben als Inszenierung als Unternehmer_in vor meinen forschenden Augen und Ohren. Abgesehen vom analytischen Wert der Inszenierung bin ich insofern zuversichtlich, dass vieles von dem, was mir tatsächlich gesagt und gezeigt wurde, innerhalb des interpretativen Rahmens qualitativer Forschung verlässlich ist, denn über die Möglichkeit mich von Gespräch und Beobachtung auszuschließen, waren sich die meisten Gesprächspartner_innen im Klaren.

2.1.5 Zugänge, Ausschlüsse – Rückschlüsse

Die gemachten Ausführungen zu Zugängen zum Feld und den Grenzen der Forschung sind nicht nur anekdotisch, denn:

Der Feldzugang ist nicht einfach nur eine lästige Hürde, die es zu nehmen gilt, in seiner Beobachtung und Analyse liegt bereits eine reichhaltige Erkenntnisquelle über ein Feld, eine Gelegenheit, über es zu lernen. Der Feldzugang ist also Bestandteil der Forschung, und zwar deshalb, weil das Feld in der Art und Weise, wie es mit dem kontakt-suchenden Ethnografen umgeht, Auskunft über sich selbst erteilt. (Breidenstein u.a. 2015: 59)

Welches sind also die Informationen, die die Modalitäten des Feldeintritts über das Feld bereithalten?¹¹ Unternehmer_innen, denen ich mit dem Ziel gegenübertrat sie für die Forschung zu gewinnen, hatten stets die Möglichkeit, ihre Bereiche und Kontakte zu kontrollieren und Dinge im Verborgenen zu halten. Einige von ihnen haben dies durchaus getan und nur selten wurden mir Gründe für die Ablehnung einer Teilnahme genannt. Aus den Auskünften, die ich erhalten habe, lässt sich jedoch einerseits schließen, dass das Feld von fragenden Wissenschaftler_innen und Journalist_innen stark frequentiert ist. Andererseits scheint das Feld politisierter als ich es erwartet hatte. Spannungen mit Themen wie Islam und Integration sind bereits im Setting angelegt, wenn der *urban middle class*-Forscher Geschäfte betritt, die muslimische Mode verkaufen, Unternehmer_innen Migrationshintergrund haben und ethnisiert werden und die Kundschaft vorwiegend als *Visibly Muslim* beschrieben werden kann.

Obwohl ich nicht die Absicht hatte, politische Themen zu besprechen, und das stets früh betont habe, blieben die Aspekte, dass es sich eben um ganz spezielle Geschäfte handelt und dass hier mit symbolisch aufgeladener Ware gehandelt wird, als Hintergrundschwingung stets erhalten. In den Verläufen der Gespräche zeigte sich die Bedeutung von Stereotypen in abgrenzenden Selbstpositionierungen der Gesprächspart-

¹¹ vgl. neben Breidenstein u.a. (2015: 59) auch Breuer (2009: 32).

ner_innen. Immer wieder ging es in Gesprächen um Integrationsthemen, obwohl ich diese selten selbst angesprochen habe. Es ging zwar »irgendwie nur um Kleidung«. Aber irgendwie eben doch nicht.

Diese Beobachtung spezifiziert nicht nur das Umfeld, in das ich mich als Forscher begab. Sie exemplifiziert vor allem auch das gesellschaftliche Spannungsfeld aus Skepsis und Gegenskepsis, innerhalb dessen die Unternehmer_innen operieren und innerhalb dessen unternehmerische Praxis im Markt und der Diskurs um »ethnische Ökonomie« platziert sind.

Vor dem Hintergrund des schwierigen Feldeintritts und der filigranen Beschaffenheit des Feldes war es umso entscheidender, mit denjenigen Unternehmer_innen, die meinem Vorhaben nicht von Anfang an kritisch gegenüberstanden, ein Vertrauensverhältnis zu etablieren. Eine der wesentlichen Maßnahmen hierfür war es, ihnen zuzusichern, dass ich ihre Namen nicht nennen und sie nicht mit ihren Geschäften in Zusammenhang bringen würde. Dies kann auch deshalb bedeutsam sein, weil manche meiner Gesprächspartner_innen – war das Vertrauen erst einmal hergestellt – Dinge aussprachen, die für Konkurrent_innen von besonderem Interesse sein könnten, seien es Geschäftsstrategien, besonders ertragreiche Kontakte oder auch Maßnahmen, mit denen sie ihre Konkurrent_innen immer wieder hinters Licht führten.¹²

Der Zugang zu Akteur_innen des politischen Feldes war in den meisten Fällen ungleich einfacher. Schließlich hatten und haben viele von ihnen eine politische Agenda, die dann leichter durchsetzbar ist, wenn sie auf ein breites Publikum trifft. Zudem war ich als Forschender im politischen Teil meines Feldes weniger Störfaktor und meine Anwesenheit weniger ungewöhnlich als in den Geschäften. Viele Gesprächspartner_innen waren zudem mit Forschungen aus dem Bereich »ethnische Ökonomie« bereits vertraut. Auch in Arbeitsgruppen waren immer wieder Wissenschaftler_innen vertreten. Insofern war die Anwesenheit oder Kontaktaufnahme durch einen Wissenschaftler weniger störend, oder verstörend, als für manche Unternehmer_innen. Dennoch wurden nicht alle Anfragen positiv beantwortet, und nicht immer wurden mir Gründe für nicht zustande gekommene Gespräche mitgeteilt. Das »Recht auf Nicht-Erforscht-Werden« (Kaschuba 2003: 207) habe ich in allen Fällen berücksichtigt, ohne mich von der ersten Absage entmutigen zu lassen. Schließlich betont das Nachfragen auch die Ernsthaftigkeit des Vorhabens.

Mit den meisten politischen Akteur_innen habe ich mich einmal zu formellen Gesprächen getroffen. Informelle Unterhaltungen fanden hingegen öfter, auch zufällig, statt. Wenn ich an thematischen Veranstaltungen teilnahm, wurde ich stets beinah freudig begrüßt. Das Gefühl, dass man mir und dieser Arbeit einen gewissen Einfluss zuschrieb, konnte ich daher nie völlig ablegen.¹³ Dies zeigte aber auch die Wertschätzung, oder zumindest die positive Grundhaltung, die die Beschäftigung mit dem Thema »ethnische Ökonomie« und die damit einhergehende Aufmerksamkeit im diskursiven Feld erfuhrten. Gleichzeitig geht mit der Kontaktpflege in die Wissenschaft, in die ich zu diesem Zeitpunkt die Brücke verkörperte, die Möglichkeit einher, eigene Positionen im Diskurs und im politischen Feld leichter durchzusetzen.

¹² vgl. dazu ausführlich Kap. 5.1.

¹³ vgl. dazu den Aspekt der Verwobenheit akademischen und politischen Wissens, Kap. 2.5.

Mit dem Begriff des politischen Feldes ist bereits die Zusammensetzung des Forschungsfeldes angesprochen, die der folgende Abschnitt beleuchtet.

2.1.6 Zur forschungspraktischen Konstruktion von Markt und Diskurs als entgrenzte Felder

Markt und Diskurs bilden nicht gegebenermaßen ein gemeinsames Forschungsfeld. Bereits in der Zusammensetzung des Feldes zeigt sich die Konstruktionsleistung der Forschenden im Zusammenhang ihres Faches und des spezifischen Erkenntnisinteresses.¹⁴ Zudem entziehen sich Diskurs und Praxis »ethnischer Ökonomie« einer einfachen Bestimmbarkeit, die auf fixierten lokalen und konzeptionellen Grenzen beruht. So wie auch der klassische Begriff vom »Prototyp ethnografischer Felder: eine zentrale Lokalität« (Breidenstein u.a. 2015: 47) in Bewegung geraten ist, lege ich deswegen auch dieser Arbeit bei der Anlage des Forschungsfeldes einen dynamischen Feldbegriff zugrunde, demzufolge das Feld keine begrenzte lokale Entität ist. Gleichzeitig ist die Frage nach dem Feld hier also

vor allem auch eine Frage danach [...], welche Konnektivitäten Forscher herstellen können. Feld ist damit aus dieser Perspektive eine praxeologische Konstruktion von Forschenden. (Hess/Schwertl 2013: 32)

Die Grenzen des Marktes sind sinnvollerweise nicht rein geografisch, sondern über die Reichweite der Wirksamkeit des Marktprinzips zu bestimmen.¹⁵ Dasselbe gilt für die ethnografische Beforschung des »ethnische Ökonomie«-Diskurses, der zwar an denjenigen Orten lokalisierbar ist, an denen das Thema diskutiert wird, aber dennoch geografisch nicht eindeutig eingrenzbar ist. Mit Markt und Diskurs werden mithin zwei Prinzipien beforscht, die sich nicht zuerst über ihre geografische Lokalisierbarkeit definieren lassen. Damit verschiebt die Wahl von Markt und Diskurs als Forschungsstätten den klassischen Begriff des Forschungsfeldes als eingrenzbaren Ort. Im Sinne von George Marcus war der Ausgangspunkt der Konstruktionspraxis des Forschungsfeldes als entgrenzter Entität das Verfolgen des »ethnische Ökonomie«-Diskurses dorthin, wo »ethnische Ökonomie« praktiziert und problematisiert wird. Die Forschung folgte dem Konzept durch die Phasen seiner Herstellung und Verwendung bis in die dadurch bezeichnete Unternehmenspraxis. Diese »tracking strategy« war inspiriert von Marcus' *Follow the Plot, Story or Allegory* (Marcus 1995: 109). Indem sie sich im Werkzeugkasten der *multi-sited ethnography* bedient, wird die Forschung von ihrer Gebundenheit an spezifische Orte entlastet.

[It, RB] takes unexpected trajectories in tracing a cultural formation across and within multiple sites of activity that destabilize the distinction, for example, between life-world and system, by which much ethnography has been conceived. (Marcus 1995: 96)

Die Forschung über »ethnische Ökonomie« wird dadurch mobil. Sie verlässt Diskursräume, wenn sie den Markt betrachtet, und die Forschung über den Markt verlässt des-

14 vgl. Gay y Blasco/Wardle (2009: 9).

15 vgl. Kap.5.6. Auch aus der Feldtheorie von Bourdieu kann diese Ableitung getroffen werden.

sen Räume, wenn sie seine Zusammenhänge mit dem Diskurs erforscht. Denn es sind gerade die Zusammenhänge zwischen diesen beiden flexiblen Elementen – zwischen Praxis und Rahmenbedingungen, Markt und Diskurs –, die diese Arbeit interessieren, anstatt sie als dualistisch organisierte Gegensätze zu betrachten.¹⁶ Die *multi-sited ethnography* beschreibt für diese Arbeit eine Möglichkeit der Feldkonstruktion, die nicht auf der Betonung lokaler Zusammenhänge ruht.

Betrachtet man nun das aus diesen Konstruktionsprozessen hervorgegangene Feld als *assemblage*, d.h. als ein Beispiel für »ensembles of heterogeneous elements« (Ong/Collier 2005: 4f.), an denen sich *anthropological problems*¹⁷ formieren, und wo

the forms and values of individual and collective existence are problematized or at stake, in the sense that they are subject to technological, political, and ethnical reflection and intervention, (Ong/Collier 2005: 4)

so wird hier auch die Zusammensetzung eines Feldes aus heterogenen Elementen beschrieben, wenn Diskurs und Praxis »ethnischer Ökonomie« in Dialog gebracht werden. Der Markt und seine Akteur_innen werden, wie zu zeigen sein wird, in dieser Beziehung zum Gegenstand politischer Reflexion, wenn nicht Intervention.

Insgesamt betont diese Perspektive auf das Forschungsfeld seine Konstruiertheit in der sozialen Praxis des Forschens. Das Erkenntnisziel dieser Perspektivierung des Feldes ist die »Zirkulation und Verbindungen von Objekten, Gütern, Ideen, Menschen und Identitäten« (Hess/Schwertl 2013: 27) und ihre Zusammenhänge, die dadurch erforschbar gemacht wurden, dass ich den Konzepten von Markt und »ethnischer Ökonomie« in Diskurs und Praxis gefolgt bin. Aus dieser Perspektive wird der Zusammenhang von Markt und Diskurs zur offenen Frage, die erst im Prozess der Forschung beantwortet werden kann. Er ist einerseits in den Narrativen des Diskurses angelegt; andererseits wird er durch mich gesetzt.

Wenngleich Deepa S. Reddy das Forschungsfeld in ironisch zugespitzter Weise als »an almost random assemblage of sites that come into coherence through the process of fieldwork itself«¹⁸ beschreibt, ergibt sich gerade in der Zusammenführung der Konzepte und Felder die Möglichkeit, die Prozesse der Konstruktion des Zusammenhangs zu beleuchten und zu hinterfragen. Zudem zielt die Anlage dieser Forschung darauf, die Einbettung von Markthandeln in gesellschaftliche Zusammenhänge zu zeigen, wie sie am »ethnischen Ökonomie«-Diskurs sichtbar werden.

2.1.7 Auswertung erhobener Daten

Die Auswertung der in Gesprächen und Beobachtungen gewonnenen Daten habe ich computergestützt mithilfe von MaxQDA in Anlehnung an die *Grounded Theory* vorge-

¹⁶ Marcus argumentiert in seinem Aufsatz gleichsam gegen den Dualismus zwischen Globalem und Lokalem in der ethnografischen Forschung, vgl. Hess/Schwertl (2013: 27).

¹⁷ Mit diesem Begriff beziehen sich die Autor_innen auf Paul Rabinow und beschreiben damit »an interest in the constitution of the social and biological existence of human beings as an object of knowledge, technical intervention, politics, and ethical discussion.« (Ong/Collier 2005: 6).

¹⁸ Reddy (2009: 90).

nommen.¹⁹ Sie dreht sich um die Entwicklung einer feldbasierten und feldspezifischen, »*grounded*«, Theorie durch mehrstufige Entwicklung von Forschungskategorien. Die »methodische Befremdung der ›Welt von nebenan‹« (Breuer 2009: 25) ist die Geisteshaltung, auf deren Grundlage sie induktiv aus dem eigenen Material heraus,²⁰ aber auch in Auseinandersetzung mit bestehender Theorie entwickelt wird. Ihre zentralen Prinzipien sind die Art des Kodierens, das theoretische Sampling, mittels dessen Daten zusammengestellt werden, und Vergleiche. (Strauss u.a. 2004) Brüche zwischen der erforschten Lebenspraxis und bestehenden Theorien tragen zu deren Weiterentwicklung bei. Vor allem aber hat die *Grounded Theory* letztendlich selbst die Generierung einer eigenen, objektbezogenen Theorie zum Ziel.²¹ Dabei versteht sie sich nicht als eine Lehre, der kanonisch zu folgen sei, sondern als einen »Forschungsstil«, der die »subjekt- bzw. autorseitig geprägte Arbeitsweise« (Breuer 2009: 40) betont und der qualitativ Forschenden einen flexiblen Bestand an methodischen Zugängen bietet.²² Mit anderen Worten: »Die Methoden der *Grounded Theory* stellen einen Rahmen für qualitative Untersuchungen und Richtlinien für deren Durchführung bereit.« (Charmaz 2011: 181)

Auch der späte Anselm Strauss selbst hält »den Stil der *Grounded Theory* für sehr variabel. [...] Man muss die Methodologie an die Fragestellungen und die Randbedingungen anpassen.« (Strauss u.a. 2004) Diesen Aspekt betone ich deswegen, weil ich mich in der Auswahl der Methoden vor allem am möglichen Erkenntnisgewinn orientiert habe. Seitens der *Grounded Theory* steht dem nach dem dargestellten Verständnis nichts entgegen. In ihr stehen »Datensammlung, Analyse und die Theorie in einer wechselseitigen Beziehung zueinander« (Strauss/Corbin 1996: 8). Phasen der Datenerhebung und -auswertung wechseln sich ab. Dem habe ich durch mehrere Rückzüge aus dem Feld Rechnung getragen.

2.2 Theoretische Perspektiven auf Wirtschaft und Markt

Im vorherigen Teilkapitel wurde beschrieben, wie der methodologische Zusammenhang zwischen dem Diskurs um »ethnische Ökonomie« und dem Markt für muslimische Mode in Berlin hergestellt wurde. Mit ihrer Zusammenfassung in einem Forschungsfeld werden gleichzeitig die beiden abstrakten Konzepte Ökonomie und Markt in Zusammenhang gebracht. Diesen Zusammenhang gilt es daher auch auf theoretischer Ebene nachzuvollziehen. Im Folgenden soll dazu zunächst geklärt werden, wo der

¹⁹ Breuer (2009); Strauss/Corbin (1996). Ich folge weitestgehend den beiden genannten Werken. Nach der »Entdeckung« der *Grounded Theory* durch Strauss und Glaser (Glaser/Strauss 2010 [1967]) haben sich die Wege der beiden getrennt und in unterschiedlichen Ausprägungen der *Grounded Theory* niedergeschlagen, vgl. Mey/Mruck (2011).

²⁰ vgl. Kelle (2010: 196ff.).

²¹ vgl. dazu auch das ähnlich gelagerte Ziel sozialwissenschaftlicher Theoriebildung in der Ethnografie: »Ein Ziel dieser ethnografischen Theoriebildung ist es, sozialwissenschaftliche Theorien oder Konzepte zu irritieren.« (Breidenstein u.a. 2015: 166)

²² Eine Übersicht bieten bspw. Mey/Mruck (2011).

Markt für muslimische Mode im Feld der Berliner »ethnischen Ökonomie« konzeptiell zu verorten ist, wie der Zusammenhang zwischen Markt und Ökonomie theoretisch zu denken ist und wie Markt als Konzept anthropologisch perspektiviert werden kann. Ich gebe zunächst eine kurze Einführung in anthropologische Perspektiven auf Wirtschaft und Markt und mache damit deutlich, an welche wirtschaftsanthropologischen Debatten diese Arbeit Anschluss sucht.²³ Der Abschnitt schließt mit der Explikation der Perspektive, die die vorliegende Arbeit auf den Markt für muslimische Mode in Berlin einnimmt.

2.2.1 Grundlagen wirtschaftsanthropologischer Forschung im deutschsprachigen Raum

Wirtschaftsanthropologische Debatten wurden in der Vergangenheit vornehmlich im englischsprachigen Raum geführt. Die deutsche Volkskunde hatte an der Beschäftigung mit dem Ökonomischen lange Zeit kaum Interesse. Sinnbildlich dafür steht die Tatsache, dass im »Wörterbuch der Deutschen Volkskunde« (1974) dem »Okkultismus« das »Öl« folgt, und dem »Wirken« das »Wirtshaus«. Stichworte wie »Ökonomie« oder »Wirtschaft« finden sich nicht. Das Stichwort »Markt« verweist auf den Eintrag zum Jahrmarkt. Auch im »Grundriss der Volkskunde« (Brednich 2001), der in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie einführt, kommt lediglich der Abschnitt zu »Wohnen und Wirtschaften« (Mohrmann 2001) in die Nähe ökonomischer Fragestellungen, und bleibt ihnen dennoch recht fern. So nimmt es nicht Wunder, dass fast alle gängigen Einführungen in die Wirtschaftsanthropologie aus dem anglophonen Sprachraum stammen.²⁴

Eine deutschsprachige Wirtschaftsanthropologie scheint allerdings seit einigen Jahren in der Entwicklung begriffen. So tritt jüngst Gisela Welz programmatisch und grundsätzlich, mit Verweis auf Michael Herzfelds allgemeine Einführung in die *Anthropology* (2001), dafür ein, die »Kulturgebundenheit aller Wirtschaftssysteme« anzuerkennen. (Welz 2014: 176) In ihrem Aufsatz beschreibt sie, wie Standards Komodifizierung – die »Warenförmigmachung« – steuern und kontrollieren und globale Wertschöpfungsketten koordinieren. Dabei kommt sie zu dem Schluss, dass, während Standardisierung ursprünglich zum Ziel hatte, »Differenzen zum Verschwinden zu bringen«, die Sichtbarmachung von Differenz heute vielmehr zum »integralen

-
- 23 Dabei verzichte ich auf eine umfassende Darstellung der Theoriegeschichte, insbesondere auf einen Rückblick auf den Formalismus-Substantivismus-Streit, wenngleich er noch heute dahingehend nachwirkt, dass er die Grundlage für die Einordnung unterschiedlicher wirtschaftsanthropologischer Perspektiven bildet, wie sich auch im Folgenden zeigen wird. Gleichzeitig wurde der Streit nie vollständig entschieden, so unterschiedlich waren die Grundannahmen der beiden Seiten. (Durrenberger 1996: 365) Die Darstellung und Einordnung des Streits wird in allen gängigen Einführungen in die Wirtschaftsanthropologie unternommen. Ich konzentriere mich auf neuere wirtschaftsanthropologische Schriften.
- 24 Carrier (2012a); Hann/Hart (2011); Wilk/Cliggett (2007); Ensminger (2002); Gudeman (2001); Narotzky (1997); Plattner (1989a). Allerdings ist darauf hinzuweisen, dass sich die deutschsprachige Europäische Ethnologie weniger mit den anglophonen Anthropologien als vielmehr mit den *folklore studies* identifiziert.

Bestandteil von Kontrolle und Vermarktung« werde (Welz 2014: 186f.). An diese Überlegungen schließt auch meine Arbeit an. In ihren Abhandlungen rekurriert sie vor allem auf Theorien aus Wirtschaftsgeographie, Konventionssoziologie und Technikforschung. Ebenso bezeichnend ist, dass von ihr zitierte »ethnografische Mikrostudien« (Welz 2014: 188) ausschließlich englischsprachig sind. Insofern stellt der Sammelband, in dem Gisela Welz' Aufsatz erschienen ist, einen wichtigen Beitrag zur Formierung einer deutschsprachigen Wirtschaftsanthropologie dar. (Klein/Windmüller 2014) Bereits zuvor stellte Markus Tauschek in der Zeitschrift für Volkskunde Überlegungen zu Wettbewerbskulturen an. (Tauschek 2012) Er untersucht die gesellschaftliche Durchdringung mit Wettbewerbslogiken, beginnend beim wohl ersten »Schönheitswettbewerb [...] auf europäischem Boden« (Tauschek 2012: 177). Er unternimmt hier erste Schritte in Richtung eines »kulturwissenschaftlich grundierten Fokus auf die kulturellen Grundlagen von Kompetitivität« (Tauschek 2012: 180). Wettbewerbe versteht er in Anlehnung an Milton Singer als *cultural performances*, die als soziale Praxis Kultur und Gesellschaft gleichzeitig transformieren und reproduzieren. (Tauschek 2012: 191) Sie bilden »ein Gewebe aus verschiedenen Praktiken und Diskursen, sie repräsentieren und verhandeln gleichzeitig gesellschaftliche Normen und Werte und konstituieren sich als *cultural performances* aus der Mitwirkung verschiedener Akteure.« (Tauschek 2012: 196)

Im Umfeld des Wiener Instituts für Kultur- und Sozialanthropologie ist zudem jüngst ein einführender Sammelband erschienen, der sich der ökonomischen Anthropologie widmet. (Seiser 2017c) Einer großen Breite an Fallstudien stellt er in einem Überblickskapitel grundlegende Überlegungen zur Einführung Studierender mit noch geringen Kenntnissen in die Subdisziplin voran. Mithin ist auch diese Veröffentlichung ein Hinweis auf ein Ende der wirtschaftsanthropologischen Abstinenz der deutschsprachigen Kultur- und Sozialanthropologien, zu der auch diese Arbeit hofft einen Beitrag leisten zu können.²⁵

2.2.2 Von Ökonomie zu Markt: Anthropologische Betrachtungen wirtschaftlichen Handelns

Zu allen Zeiten, an allen Orten und in allen Kulturen und Gesellschaften haben Menschen versucht, sich ihren Lebensunterhalt auf unterschiedliche Arten zu erwirtschaften. Landwirtschaft, Pastoralismus und Fischfang, das Jagen und Sammeln und die industrielle Produktion von Waren und Gütern gehören zu diesen Wirtschaftsformen. In Anlehnung daran kann Ökonomie im weitesten Sinne verstanden werden als die Organisation von Lebensgrundlagen in Auseinandersetzung mit der materiellen Umwelt. Dabei scheint der Markt für die meisten Theoretiker eine Schlüsselrolle einzunehmen: »most contemporary theories equate economy with market transactions only« (Gudeman 2010: 212). Doch diese Formel gilt in der wirtschaftsanthropologischen Forschung als vorschnell. Das Verhältnis von Markt und Ökonomie ist keineswegs durch simple Gleichsetzung zu erklären. Auch Gudeman selbst fügt hinzu: »Anthropological findings contest

²⁵ Der Vollständigkeit halber sei an dieser Stelle auf zwei deutschsprachige Einführungen verwiesen, die einen deziert ethnologischen Fokus verwenden: Lang (2010); Rössler (2005).

this latter representation for many reasons». (Gudeman 2010: 212f.) Ich werde auf diese Gründe später zumindest kurz eingehen. Denn eine kulturanthropologische Sichtweise auf Ökonomie und Markt erfordert eine Annäherung, die den komplexen Zusammenhängen zwischen beiden gerecht zu werden versucht.

In einer konkreteren Definition soll Ökonomie zunächst folgendermaßen verstanden werden:

Economic life is the activities through which people produce, circulate and consume things, the ways that people and societies secure their subsistence or provision themselves. (Carrier 2012b: 4)

Zu wirtschaften, oder ökonomisch zu handeln, bedeutet demnach, innerhalb eines gesellschaftlichen Kontexts, als Individuum oder in der Gruppe, die eigene Versorgung mit materiellen und immateriellen Gütern, Leistungen und Ideen sicherzustellen. Dies kann durch die Aneignung, die Produktion, den Transfer, oder die Nutzung von Waren und Dienstleistungen erfolgen. (Gudeman 2012: 95) Diese Versorgung geht häufig über das notwendige Mindestmaß hinaus und verfolgt Ziele jenseits der reinen Sicherstellung des Lebensunterhalts. Dabei sind auch Faktoren zu berücksichtigen, die außerhalb des wirtschaftlichen Feldes operieren. Folgerichtig dominieren in der Wirtschaftsanthropologie »theoretische Ansätze, welche die Wirtschaft in politische, soziale, ökologische und/oder religiöse Kontexte eingebettet sehen.« (Seiser 2017b: 12)²⁶ Die Wirtschaftsanthropologie hat demnach ein breites Interesse an wirtschaftlichem Handeln und seiner gesellschaftlichen Verortung. Sie untersucht das Zustandekommen allokativer Entscheidungen und die verschiedenen Formen von Produktion, Distribution und Konsum. Sie betrachtet, wie solche Systeme organisiert sind und wie sie operieren. Sie versucht zu ergründen, wie sie sich entwickelt haben und wie sie untereinander zusammenhängen. Sie untersucht menschliches Verhalten innerhalb solcher Systeme und dessen Konsequenzen. Sie beschreibt und theoretisiert allokativen Entscheidungen, ihre institutionellen Kontexte und ihre Folgen, die Funktionsweise ökonomischer Institutionen, ihre Dynamiken, Kontexte und Konsequenzen und ihre Zusammenhänge mit menschlichem Handeln. (Durrenberger 1996: 367)

Mit ihrer grundsätzlichen Skepsis gegenüber modellhaften Erklärungen und universell gültigen Gesetzen setzt sich die Wirtschaftsanthropologie bewusst von den Denkweisen der klassischen Ökonomie ab. (Carrier 2012b: 3) Der Wirtschaftsanthropologie geht es darum, wirtschaftliche Aktivitäten und die damit verbundenen Normen und Werte, sowie sozialen Institutionen innerhalb ihres sozialen und kulturellen Kontextes zu verorten. »*This reflects the assumption that economic life cannot be understood unless it is seen in terms of people's society and culture more generally.*« (Carrier 2012b: 4f.)

Zur Analyse der Ökonomie stellt die Wirtschaftsanthropologie unterschiedliche Perspektiven bereit, die jeweils unterschiedliche theoretische Orientierungen ausdrücken. Einen Vorschlag zur Ordnung dieser Perspektiven macht Stephen Gudeman (2010).²⁷ Er unterscheidet zwischen vier theoretischen Orientierungen. Bereits Karl Polanyi (1995 [1944]) hatte die Differenzierung zwischen einer formalistischen *rational*

²⁶ Zur Frage nach *embeddedness* vgl. ausführlich Kap. 2.2.7.

²⁷ Eine andere Möglichkeit der Unterscheidung findet sich bspw. bei Wilk/Cliggett (2007).

choice-Bedeutung der Ökonomie und einer substantivistischen eingeführt, der er selbst zuzurechnen ist. Während im Substantivismus der Mensch in seinem ökonomischen Handeln als stärker umweltabhängig konzipiert wird, argumentiert der ältere Ansatz des Formalismus näher an der neoklassischen ökonomischen Theorie. Hier gehen menschliche Entscheidungen von individueller Ebene aus, wo sich die allgemein gültige Logik rationaler Nutzenmaximierung niederschlägt. Formalistische Zugänge mit ihrem Bezug auf ökonomische Modelle »continually reproduce and discover their own assumptions in the exotic materials« (Gudeman 1986: 34). Auch für Substantivisten behält jedoch die Konzeption des *homo oeconomicus* Gültigkeit, wenngleich sie sie auf marktwirtschaftlich organisierte Gesellschaften beschränken. (Seiser/Mader o.J.)

Gudeman unterscheidet diese beiden Ansätze zusätzlich von denen der politischen und der kulturellen Ökonomie. Die häufig historisch argumentierende politische Ökonomie, auf Marx basierend, rückt besonders die sozialen Verhältnisse bei der Güterproduktion sowie Zusammenhänge zwischen Macht und der Verfügbarkeit von Produktionsmitteln ins analytische Licht. Ein bekanntes Beispiel für diese Perspektive findet sich in Sidney Mintz' *Sweetness and Power* (2008 [1985]), das, neomarxistisch argumentierend, Produktionsverhältnisse des Zuckers ins Zentrum rückt.

Mit dem Aufkommen der Frage nach der kulturellen Konstruktion von Märkten und Ökonomien, die vom Standpunkt des Substantivismus aus nicht hinreichend beantwortet werden konnte, da er die Unterscheidbarkeit von Wirtschaft und Gesellschaft in westlich-kapitalistischen Gesellschaften nicht in Frage stellte (Dilley 2010: 443), entwickelte sich eine dezidiert kulturalistisch argumentierende Perspektive. Kulturell argumentierende Wirtschaftsanthropologen, darunter vor allem auch Gudeman selbst,²⁸ betonen die Unterscheidbarkeit lokaler Vorstellungen von Ökonomie. Sie wird demnach in lokalen Modellen, Traditionen, Metaphern und Symbolen hergestellt, sodass nicht ein universalistisches ökonomisches Modell zugrunde liegt, sondern unterschiedliche Verständnisse von Ökonomie innerhalb unterschiedlicher sozialer und kultureller Kontexte. (Gudeman 2001: 4)²⁹ Beispielsweise können ökonomische Ressourcen auf Basis verwandtschaftlicher Beziehungen verteilt und nutzbar gemacht werden. Oder Güter können derartigen symbolischen Wert erlangen, dass sich ihr Besitz auf die soziale Struktur niederschlägt und so der reine Nutzwert des Gutes an Relevanz verliert. Damit geht, wenn nicht gleich eine Ablehnung, so zumindest eine Neuperspektivierung universalistischer ökonomischer Modelle einher. Demnach werden neoklassische ökonomische Modelle selbst auch als unterschiedlich lokal geprägt betrachtet.

In seiner Kurzform könnte das Prinzip des kulturbasierten Umgangs mit ökonomischer Theorie beschrieben werden als »treating our own economic theories as cultural models that are produced in specific sociohistorical contexts.«³⁰ (Dilley 2010: 442) Wirtschaftswissenschaftliches Denken und kulturelle Ordnungen bedingen sich demnach gegenseitig.³¹

28 Gudeman (2008); Gudeman (2001); Gudeman (1986).

29 vgl. dazu auch Hann/Hart (2011: 72ff.).

30 Es sei darauf hingewiesen, dass diese Argumentationsweise der von Callon zur Durchdringung des gesellschaftlichen *common sense* mit ökonomistischen Vorstellungen stark ähnelt. (Callon 1998)

31 Ein weitere unterschiedbarer Ansatz ist der als integrativ zu beschreibende »Provisioning«-Ansatz (Narotzky 2012), der ganze Versorgungssysteme berücksichtigt, vgl. auch Seiser (2017a: 41ff.).

Auf theoretischer Ebene bietet die ökonomische Anthropologie³² mithin eine Reihe von Möglichkeiten um sich der Wirtschaft und den Vorgängen des Wirtschaftens anzunähern. Die vorgestellten Ansätze zielen dabei in unterschiedliche Richtungen und beruhen zudem auf sehr unterschiedlichen Grundannahmen. Auch nehmen sie häufig verschiedene Objekte in den Blick und stellen verschiedene Fragen. Seiser weist jedoch auch darauf hin, dass die einzelnen Strömungen »nur noch selten als einander ausschließende und antagonistische Positionierungen gesehen werden« (Seiser 2017a: 25).³³ Demnach scheint es für neu zu formulierende Arbeiten forschungspraktisch sinnvoll, sich nicht starr einer Denktradition zuzuordnen, sondern diejenigen Einsichten zu nutzen, die sich als der Forschung dienlich erweist.

Auch diese Arbeit versucht die Vielfalt der möglichen Ansätze produktiv in ihre eigene Perspektive zu überführen. In einer Einschränkung folge ich jedoch Hann/Hart, die ihr Einführungswerk zur Wirtschaftsanthropologie im Kontext westlicher Geistesgeschichte einordnen. (Hann/Hart 2011: 5) Eine solche Einschränkung scheint hier aufgrund der lokalen und intellektuellen Verortung der Forschung und ihrer Beforschten durchaus sinnvoll. Durch diese Einschränkung erfolgt gleichzeitig eine Annäherung an das Marktkonzept, das in westlich-kapitalistischen Gesellschaften – in Marktwirtschaften – ein grundlegendes Organisationsprinzip von Ökonomie, präziser gesagt von Distribution, ist.

2.2.3 Der Wirtschaftszyklus industrialisierter Gesellschaften: Produktion, Distribution, Konsumption

Um eine genauere Beschreibung wirtschaftlichen Handelns und der damit einhergehenden Befriedigung materieller Bedürfnisse zu ermöglichen, wird ökonomische Aktivität in marktwirtschaftlich organisierten Industriegesellschaften durch den Wirtschaftszyklus veranschaulicht, der sich in drei Phasen gliedert. Produktion, Distribution und Konsum können als universell auffindbare Dimensionen ökonomischer Systeme angesehen werden. (Durrenberger 1996: 368) Einschränkend muss dem allerdings hinzugefügt werden, dass diese Modelle vor allem auf den Umgang mit materiellen Gütern zutreffen. Dienstleistungen oder virtuelle Waren, wie Derivate oder andere Wertpapiere, vor allem aber auch *care* und Reproduktionsarbeit werden durch dieses Verständnis unsichtbar gemacht, obwohl sie zum ökonomischen System insgesamt zentrale Beiträge leisten.

Der Produktionsprozess ist im Wirtschaftszyklus insofern grundlegend als dabei darüber entschieden wird, welche Möglichkeiten zu Austausch und Konsum es gibt und somit auch der Grundstein für die sozialen Beziehungen gelegt werden, die sich um Waren und Dienstleistungen herum entfalten. Im Konsum und der Zurschaustellung spielen diese sozialen Bedeutungen dann eine besondere Rolle. Produktion und Konsumption werden in der Phase der Distribution miteinander verbunden.³⁴ Hier

32 Ökonomische Anthropologie und Wirtschaftsanthropologie begreife ich synonym.

33 vgl. dazu auch Gudeman (2001: 2ff.).

34 Im Gegensatz zur Marktwirtschaft wäre beispielsweise in der Subsistenzwirtschaft eine solche Unterscheidung nicht dienlich.

treffen Akteur_innen mit unterschiedlichen Interessen, aber auch Werten und Idealen, aufeinander, treten miteinander in Austausch und handeln Positionen aus. Das Aufeinandertreffen von Produzenten und Konsumenten wird häufig durch ›Distributor_innen‹ – Händler_innen und Verkäufer_innen – vermittelt, die ihrerseits eigene Interessen am Zustandekommen eines Austauschs haben.

Durch Unterteilung wirtschaftlichen Handelns in drei Phasen wird, auch forschungspraktisch, greifbar, wie Menschen die Sicherung ihrer Lebensgrundlagen organisieren. Wie einleitend bereits dargestellt, ist für Carrier diese Unterteilung sogar die definitorische Grundlage von Ökonomie insgesamt, und für Durrenberger ist sie die Grundlage für eine Beschreibung der Disziplin der ökonomischen Anthropologie. Er beschreibt die drei Phasen als eigene Systeme:

A complementary goal of economic anthropology is to describe the systems of consumption, production, and exchange in locally meaningful terms which are universally relevant and useful for understanding any economic system at any time and any place. (Durrenberger 1996: 367)

Er hebt zudem die universelle Bedeutung der einzelnen Phasen für ökonomische Systeme insgesamt hervor. Letztendlich wirken sie hierfür konstitutiv, sodass ein Verständnis einzelner Ausschnitte aus dem Wirtschaftszyklus auch Schlüssel zu einem besseren Verständnis von wirtschaftlichem Handeln insgesamt sein kann. Am Beispiel des Marktes für muslimische Mode in Berlin bemüht sich diese Arbeit um ein besseres Verständnis von Distribution in Begrifflichkeiten, die im untersuchten System von besonderer Bedeutung sind.

2.2.4 Prinzipien ökonomischen Austauschs: Reziprozität, Redistribution und Markt

Distribution, die Allokation von Waren, Dienstleistungen und Ressourcen, kann auf unterschiedliche Weisen gestaltet werden. Die Grenzen verlaufen dabei nicht immer eindeutig. Innerhalb des Systems von Austausch und Distribution³⁵ überlagern sich die im Folgenden dargestellten Prinzipien. Zwischen selbstlosem, erwartungsfreiem Schenken, gewinnorientiertem Marktausch und Diebstahl, der auch eine Form der Re-Allokation von Gütern darstellt, gibt es viele Schattierungen. Eine Einteilung ermöglichen die Konzepte Redistribution, Reziprozität und Markt.³⁶ Reziprozität und Redistribution spielen auch in marktwirtschaftlichen Gesellschaften eine Rolle, obschon das Prinzip des Marktes das dominierende ist.³⁷

35 Hann/Hart differenzieren zwischen Distribution und Austausch. Sie konzipieren Austausch als universelles ökonomisches Prinzip, weisen allerdings auch auf machtvolle Beziehungen hin, die in »flows of resources« einbeschrieben sein können. Tributzahlungen würden sie nicht als Austausch begreifen. Auch staatliche Leistungen verstehen sie als Transfers, die durch Besteuerung zustande kommen. (Hann/Hart 2011: 6)

36 Polanyi unterscheidet zwischen Reziprozität, Redistribution, Haushalten und Marktausch als grundsätzlichen Möglichkeiten institutioneller Gestaltung von Wirtschaft insgesamt. (Polanyi 1995 [1944])

37 Das Prinzip des Haushalts wird in dieser Betrachtung ausgespart.

Reziprozität bezeichnet eine Tauschbeziehung, die auf den Prinzipien der Symmetrie und Äquivalenz beruht. Der Transfer eines Gutes induziert eine Verpflichtung des Gegenübers zur Gegengabe. Wer beschenkt wird, fühlt sich in der Schuld der Schenkenden. Reziprozität ist eines der grundlegenden Prinzipien des Wirtschaftens. Für Marcel Mauss (1990) hat sie als *fait total social* grundlegende vergesellschaftende Wirkung. Zwischen den Tauschenden wird eine soziale Beziehung hergestellt, sodass die Gabe und deren reziproke Erwiderung die Grundlage für sozialen Zusammenhalt bilden können.³⁸

Redistribution kann als eine strenge, um ein Zentrum herum organisierte Form von Reziprozität angesehen werden. Im Unterschied zur zwischen zwei Parteien organisierten Reziprozität verläuft sie innerhalb einer Gruppe. Während die Operation des Schenkens oder des Einladens Fragen nach der sozial angemessenen Reaktion aufwerfen können, treten solche Unklarheiten in redistributiv organisierten Austauschsituationen seltener auf. Sie sind oft von vornherein geklärt, wenn eine zentrale Instanz materielle Güter von beitragenden Einheiten sammelt und nach bestimmten Kriterien neu verteilt. Steuern und Abgaben und ihre Neuverteilung durch staatliche Institutionen lassen nach ihrer Festsetzung kaum mehr Spielraum für Diskussionen um gesellschaftliche Angemessenheit. Höhe und dadurch erworbene Berechtigungen, wie Rente und Sozialleistungen, Straßen und Infrastruktur, sind gesetzlich geregelt. Auch Diebstahl kann als eine Form der – unfreiwilligen und unrechtmäßigen – Redistribution angesehen werden.³⁹ Auch hier stellt sich selten die Frage, wie angemessen darauf zu reagieren sei.

Die dritte prototypische Organisationsform von Distribution ist der Markt. Das Prinzip des Markttauschs weist durchaus Überschneidungen mit dem der Reziprozität auf, auch wenn sie im Markt weniger direkt in Erscheinung tritt als beispielsweise beim auf Gabe und Gegengabe basierenden *kula*-Ring der Trobriander.⁴⁰ Dennoch erwartet ein Verkäufer eine »Gegengabe«, ohne die die Transaktion nicht zustande kommt. Der Status von Waren kann sich im Laufe ihrer »Biografie« verändern, wenn sie beispielsweise zu Geschenken werden (Kopytoff 2011) und so in marktbasierter Systeme Reziprozität einführen.

In marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaften erlangt der Markt seine Relevanz als zentraler Schauplatz ökonomischen Handelns, das Prinzip des Markttauschs ist das zentrale Organisationsprinzip der Marktwirtschaft. Die Bedeutung des Marktes geht mithin über die reine Allokation von Gütern und Dienstleistungen hinaus. Vielmehr nimmt er eine vermittelnde Funktion zwischen Herstellern und Konsument_innen ein. Wo Austausch durch das Marktprinzip organisiert ist, beeinflusst es, auch als Schauplatz von Informationsaustausch, die Herstellung von Waren. Die Produktion von

38 Von Malinowski über Polanyi bis Sahlins haben sich viele Größen der Wirtschaftsanthropologie mit dem Prinzip der Reziprozität beschäftigt. Diese Darstellung ist insofern stark verkürzt. Sie soll lediglich zu einer grundsätzlichen Vorstellung dessen verhelfen, was unter Reziprozität allgemein verstanden werden kann, vgl. grundlegend Mauss (1923/24). Hann/Hart argumentieren, dass Mauss den Gabentausch nicht als reziprokes Verhältnis konzipiert hat. (Hann/Hart 2011: 50)

39 Nach Sahlins (1972: 195) ist Diebstahl ein Beispiel für negative Reziprozität, die unfreiwillige Gabe ohne Gegengabe.

40 vgl. Malinowski (1922).

Gütern, die hohe Gewinne auf dem Markt versprechen, ist für Firmen grundsätzlich attraktiver als die von solchen mit geringer Gewinnspanne. Gerade wenn Produktion, wie in marktbasierten Ökonomien üblich, in Firmen⁴¹ organisiert ist, kommt dem Markt vermittelnde Funktion zu. Firmen bieten ihre Waren auf Märkten an und treten hier, häufig indirekt, in Austausch mit Konsument_innen. Zudem beschaffen sie ihre Resourcen, inklusive der Arbeit, auf Märkten. Aus holistischer Perspektive ist davon auszugehen, dass sich die Sphären von Produktion, Distribution und Konsum insgesamt beeinflussen. Die unterschiedlichen Formen, in denen Produktion, Distribution, Konsum und politische Organisation mit der Wirtschaft interagieren, definieren politisch-ökonomische Systeme.⁴²

To understand how these features of political and economic systems relate to each other in concrete historic and ethnographic cases, to understand why only some of the possible forms are found in history and ethnography and how people operate in and affect them are the major objectives of economic anthropology. (Durrenberger 1996)

Als vermittelnde Instanz kommt dem Markt und seinen Akteur_innen in diesem Zusammenspiel in marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaften besondere Bedeutung zu. Seine zentrale Stellung im Wirtschaften beschert ihm demnach hohe anthropologische Relevanz.

2.2.5 Zum Stand marktanthropologischer Forschung

Aufgrund der geringen Dichte marktanthropologischer Studien in der deutschen Forschungslandschaft, findet diese Arbeit wichtige Anknüpfungspunkte in den anglophonen Wirtschaftsanthropologien. Schon früh begann man dort, sich mit Märkten auszuseinanderzusetzen.⁴³ Entsprechend reich und vielfältig ist heute der Fundus. Aktuelle Beispiele beschäftigen sich häufig mit speziellen Märkten, wobei Finanz- und Aktienmärkte und der Kunstmarkt eine besondere Popularität zu genießen scheinen.⁴⁴ In Bezug auf einzelne Waren wird hingegen häufig die *commodity chain*, der translokale Warenverlauf, analysiert, wie es hier für muslimische Mode denkbar gewesen wäre. Sydney Mintz' Zuckerstudie (2008 [1985]), zu Deutsch »Die süße Macht« (2007), übt in diesem Feld weiter breiten Einfluss aus. In diesem »modernen Klassiker der Konsumanthropologie« (Seiser 2017a: 40) beschreibt er »die inneren Widersprüche der Plantagensklaverei und deren ökonomische Verflechtungen mit der Arbeiterklasse in englischen Fabriken« (Seiser 2017a: 40).

Marie-France Garcias Studie hingegen beschäftigt sich mit einem Markt in Südfrankreich und dem Verkauf von Erdbeeren. (Garcia 1986) Sie beschreibt, wie der Markt im Zuge seiner Umstrukturierung so organisiert wurde, dass er streng

41 vgl. Gudeman (2010: 212f.).

42 vgl. Durrenberger (1996: 369f.), der hier allerdings stark formalökonomisch argumentiert. Im weiteren Verlauf folge ich stärker der Ansicht, dass dieser Einfluss in greifbaren Praktiken im Markt stattfindet.

43 vgl. z.B. Bohannan zu den nigerianischen Tiv: Bohannan/Dalton (1962); Bohannan (1955).

44 vgl. z.B. Knorr Cetina/Preda (2005); Sassen (2005); Windolf (2005); Bourdieu (1998); Cerny (1994); Porter (1993).

nach wirtschaftswissenschaftlichen Modellen funktionierte. Sie beobachtet damit die Entstehung dessen, was in den Wirtschaftswissenschaften als ein perfekter Markt beschrieben wird. Die ökonomische Theorie selbst bildet folgerichtig den zentralen Bezugsrahmen für das Handeln beteiligter Akteur_innen und ist somit die Grundlage für die Performanz einer ökonomischen Ordnung. Indem ihre Studie die Entstehung eines Marktes beschreibt, der explizit, statt nur implizit entlang wirtschaftswissenschaftlicher Kriterien organisiert wird, dient sie als zentrales Beispiel und argumentativer Bezugspunkt von Michel Callons programmatischer Schrift, die er seinem Sammelband »*The Laws of the Markets*« voranstellt (Callon 1998).

Ethnographische Studien, die die Diversität organisierter Märkte aufzeigen und die vorliegende Arbeit beeinflusst haben, sind Paul Stollers »*Money has no smell.*« (2002) und Theodore Bestors »*Tsukiji. The Fish Market at the Center of the World.*« (2004). Beide zeigen, wie ein Markt ethnografisch zu fassen sein kann. Während Bestor den Tokioter Fischmarkt *Tsukiji* zum Zentrum seiner Forschung macht, indem er davon ausgehend Handelsrouten und ihren lokalen Implikationen um die Welt folgt und den Markt so in seiner lokalen und globalen Verortung gleichzeitig beschreibt, verbleibt Stollers Forschung im New Yorker Malcolm Shabazz Harlem Market und analysiert von dort aus die Wechselwirkungen von Ökonomie, Migration, Religion und Stadt. Beide legen so auf unterschiedlichen Ebenen dar, wie sehr Märkte ein kulturelles Produkt der Umgebung sind, innerhalb derer sie situiert sind und wie sie auf die Kultur dieser Umwelt zurückwirken. Beide exemplifizieren die Einbettung der jeweiligen Märkte in gesellschaftliche Verhältnisse. Einen engeren Ausschnitt dieser Einbettung wählt Annika Rabo (2005), wenn sie nach politischen Einflüssen auf Händler im *Suq* von Aleppo fragt.

Paul Stollers »*montage of social analysis and ethnographic description*« (2002: ix) ist in unterschiedlichen Feldern verortet. Sie beschreibt die Veränderung urbaner Verhältnisse im Rahmen von Globalisierungsprozessen im Zusammenhang mit Migration und informellen Ökonomien. Dazu begleitet er Einwanderer aus Westafrika nach New York City, die sich dort auf dem *Malcolm Shabazz Harlem Market* als Händler betätigen und fragt, wie sie »*Afrocentricity to their economic advantage*« (Stoller 2002: 10) nutzen. Damit ist der Umgang mit kulturellen Codes angesprochen, die er als »*African character*« (Stoller 2002: 19) des Marktes umschreibt. In seiner Analyse der Mobilisierung kultureller Codes zum ökonomischen Vorteil bietet er dieser Arbeit Anknüpfungspunkte, wenn es um die Frage geht, wie Berliner Unternehmer_innen mit unterschiedlichen kulturellen Codes verfahren. Stollers Arbeit kommt indes aus, ohne die beschriebenen Händler und ihre Netzwerke im Bereich »ethnischer Ökonomie« zu verorten. Vielmehr beschreibt er beispielsweise, wie die Händler nationale und ethnische Kategorisierungen aufbrechen oder multiethnische Netzwerke nutzen (Stoller 2002: 14, 31, 45, 55 etc.), gleichzeitig aber »*Afrocentric Marketing*« mobilisieren (Stoller 2002: 66). Insofern weist seine Konzeption selbstständiger Arbeit von Einwanderern über das Thema »ethnische Ökonomie« hin-aus und bietet auch hier Impulse, die im Folgenden ebenso aufgegriffen werden wie die Perspektive, die er wählt, wenn er den Alltag von Unternehmern⁴⁵ beschreibt.

Wie Paul Stoller, so bezieht sich auch Theodore Bestor auf einen Marktor, gleichzeitig aber auch auf das Markt genannte Prinzip des Austauschs. Seine Ethnographie

45 Es handelt sich bei ihm nur um männliche Unternehmer.

von *Tsukiji*, dem weltweit größten Markt für frischen, gefrorenen und verarbeiteten Fisch und Meeresfrüchte, versteht sich als »*analysis of Tsukiji and of the ways in which cultural processes order the social institutions and the economic activity of the marketplace*« (Bestor 2004: 38). Hier treffen und verschränken sich globale Handelsbeziehungen »*at the center of the world*«, wie es der Untertitel der Arbeit metaphorisch beschreibt. Bestors besonderes Interesse gilt der Erforschung ökonomischer Institutionen in einem japanischen Markt, aber gleichzeitig auch einer anthropologischen Analyse von Institutionen allgemein, »*as elements that define and constrain complex societies, not just as markets for seafood and not just in Japan*«. (Bestor 2004: 12) Er verweist dabei auf die Interaktion des Marktes und seiner Institutionen mit ihrem kulturellen Umfeld. Dazu zählt er beispielsweise die aufkommende Vorliebe für *convenience*-Produkte, den verstärkten Trend außer Haus essen zu gehen – oder politische Entscheidungen, die die Ansiedlung von Supermärkten begünstigen. Das kulturelle Umfeld Japans dient den Händlern als Referenzrahmen in ihrem täglichen Handeln.

The cultural logic of Japanese cuisine and its effects on the seafood trade are written through the social structure and institutions of the Tsukiji market. Culinary principles and practices stand as a root explanation for many elements of Tsukiji's trading system, but currents in the political economy of Japanese production and consumption exert influences that, focused through marketplaces like Tsukiji, reshape and redirect the flow of Japanese food culture. The interaction between culinary meaning and the social practices of trade permeate the marketplace. (Bestor 2004: 176)

Die kulturelle Logik, hier exemplifiziert an der kulinarischen Tradition Japans, beeinflusst somit den Markt und die Praktiken derjenigen, die in ihm operieren. Bestors Studie sensibilisiert diese Arbeit nicht nur für die Zusammenhänge zwischen Institutionen, ökonomischer Aktivität und dem Marktprinzip bzw. dem Markttort. Sie entwirft zudem ein Bild von Markt, an das hier angeknüpft werden soll, und das oszilliert zwischen lokal eingrenzbarer Entität – wie es am Beispiel von *Tsukiji* besonders gut sichtbar wird – und translokal wirkendem Organisations- und Verhandlungsmechanismus – wie es die globalen Verschränkungen von *Tsukiji* deutlich machen.

Tsukiji ist ein Beispiel für das, was Bestor an anderer Stelle über Märkte allgemein konstatiert. Sie sind nicht nur Ort und Prinzip ökonomischen Tausches, sondern »*nodes of complex social processes and generators of cultural activity as well as realms for economic exchange*« (Bestor 2001: 9227) Märkte wie der in Tokio und Berlin werden demnach nicht nur als Katalysatoren des Austauschprozesses von Waren und Dienstleistungen wahrgenommen, sondern gleichzeitig als Arenen des Kulturellen.⁴⁶ Als solche operieren sie eingebettet in ihr gesellschaftliches Umfeld. Sie sind offen für Überschneidungen mit anderen Prinzipien und Konzepten des Austauschs und integrieren Wirtschaft in Gesellschaft. Mit anderen Worten: Markthandeln findet unter gesellschaftlichen Vorzeichen statt und wirkt gleichzeitig auf Gesellschaft zurück. Märkte sind eng mit ihrem kulturellen Umfeld verzahnt. Wie sich im weiteren Verlauf der Arbeit herausstellen wird, erinnert der kleine Berliner Markt muslimische Mode meiner Forschung, ab-

46 vgl. Kap. 4.

gesehen von seiner räumlichen Struktur, in vielen Aspekten deutlich an den größten Fischmarkt der Welt.

Annika Rabos Studie über den *Suq* von Aleppo interessiert sich vor dem Hintergrund der starken planerischen Funktion der Regierung besonders für die komplexen Beziehungen zwischen dem syrischen Staat und dem privaten Sektor. (Rabo 2005) Bei ihren Ausführungen stehen die Auswirkungen lokaler, nationaler und globaler Netzwerke, Verbindungen und Politiken auf Händler in Aleppo in Zentrum. Textilhandel nimmt auch für sie einen wichtigen Stellenwert ein, da er auf dem *Suq* von Aleppo stark repräsentiert ist. Gleichzeitig ist es für ihre Ausführungen aber wichtig, die heterogenen Hintergründe der Händler zu betonen. Dementsprechend stellt sie die Händler, und nicht den Markt als Ort, ins Zentrum ihres analytischen Interesses. Sie zeigt die Werte und Normen, die hinter einem *shop of one's own* stehen und deren Zusammenhänge mit staatlichen Politiken. Insgesamt beschreibt sie die Verwobenheit der Händler mit traditionell starken politischen Einflüssen und ihre internationale Vernetzung aus einem lokalen Geschäft heraus. Insofern ist auch der *Suq* von Aleppo auf manchen Ebenen mit dem Markt für muslimische Mode in Berlin vergleichbar. Wenngleich sich Rabo an vielen Stellen stärker auf Unternehmertum als auf Markt konzentriert, interessiert sie sich ebenso wie die vorliegende Arbeit für Wechselwirkungen zwischen ökonomischem und politischem Feld. Auch in ihrer Studie sind Unternehmer_innen politischen Einflüssen ausgesetzt und verarbeiten diese in ihrem alltäglichen unternehmerischen Handeln.

2.2.6 Abgrenzungen des Marktprinzips

Durch die oben eingeführte Differenzierung von Reziprozität und Redistribution ist das Marktprinzip bereits als Funktion des Wirtschaftens grundlegend gerahmt. Märkte sind nun von anderen Formen des Wirtschaftens gleichzeitig abgegrenzt und konzeptionell mit ihnen verschränkt. Dabei habe ich darauf hingewiesen, dass sich die drei unterscheidbaren Prinzipien des Austauschs oft überlagern und eine eindeutige Trennung nur selten angezeigt scheint. Auch in Bezug auf Organisationsformen des Markttausches ist es weniger hilfreich, sich die Begriffspaare, die ich im Folgenden vorstellen werde, als dichotome Gegensätze vorzustellen. Vielmehr verstehe ich sie als die äußersten Pole von verschiedenen Skalen, auf denen sich ökonomisches Handeln abspielt. Dabei folge ich einer Entwicklung, die ich für gut begründet halte. Denn auch insgesamt nimmt die wirtschaftsanthropologische Forschung zu Märkten zunehmend Abstand von binären Gegenüberstellungen, um das Marktprinzip zu konkretisieren. (Applbaum 2012: 269)

Auch wenn der analysierte Markt vor allem auch auf seine Interaktion mit dem politischen Feld hin befragt werden soll, kann zuvor eine Unterscheidung getroffen werden, die ihn davon abgrenzt. Zwar operiert das wirtschaftliche nicht unabhängig vom politischen System. Prototypisch können dennoch privater und öffentlicher Sektor unterschieden werden, in denen auf unterschiedliche Weise ökonomisch gehandelt wird. Das Marktprinzip organisiert, im Rahmen gesetzlicher Vorgaben, Firmen und Unter-

nehmungen im privaten Sektor.⁴⁷ Davon ist ein öffentlicher Sektor zu unterscheiden, den der Staat kontrolliert und verwaltet. Prototypisch stehen in dieser Unterscheidung Verkaufsgewinne und Profit Steuern und staatlicher Umverteilung gegenüber. (Hann/Hart 2011: 6) Dennoch zeigt sich schon am Beispiel gesetzlicher Beschränkungen unternehmerischer Praxis die konstitutive Bedeutung des Politischen für das Ökonomische.

Neben den Unterscheidungen von privatem und öffentlichem Sektor können Märkte durch eine zweite Abgrenzung konkretisiert werden. Stephen Gudeman differenziert die marktbasierte Ökonomie, *market economy*, von einer Ökonomie, die nach Prinzipien der Gemeinschaftlichkeit organisiert ist und die er als *community economy* bezeichnet.⁴⁸ Er grenzt die beiden Alternativen als idealtypische Pole einer Skala der Produktionsziele voneinander ab. Am ersten Pol stellen Produzenten für sich selbst und den Eigengebrauch her, am zweiten für andere und zum Verkauf. Autarkie und das vorrangige Interesse an der Selbsterhaltung stehen der Einbindung in Austauschprozesse und Abhängigkeiten gegenüber.

Mit *community* sind kleine Gruppen, Haushalte, Gemeinschaften, Gesellschaften und Organisationen gemeint, die gemeinsame Interessen verfolgen. (Gudeman 2012: 96) Die ideale *community economy* verläuft zyklisch oder reproduktiv und ist häufig gebunden an eine lokal verankerte Gesellschaft. Reine Anwesenheit am Ort der *community economy* ermöglicht jedoch nicht automatisch die Teilnahme. Entscheidend ist die Zugehörigkeit zur Gruppe. Austausch außerhalb der Gemeinschaft, die ihr materielles und kulturelles Erbe zur Herstellung von Gütern verwendet, findet nicht statt. Ziel dieser Art des Wirtschaftens ist die Aufrechterhaltung, nicht die Verbesserung eines Lebensstils. Die materielle Basis des Wirtschaftens bildet vergemeinschaftetes Eigentum (Land, Fischereirechte, Wasser etc.). Die *community economy* ist eine »*economy of trust and fostering which extend to all who make up the community*.« (Gudeman 2010: 214) Vertrauen und Erwartungen an Gemeinschaft und Gegenseitigkeit verschaffen Handlungssicherheit.

Dem steht die ideale *market economy* in vielen Aspekten konträr gegenüber. Sie etabliert sich um unpersönlichen Handel herum. Persönliche Beziehungen, die dadurch entstehen, sind oft nur kurzfristig angelegt. Handel und Austausch sind vor allem von eigenen Interessen motiviert. Der Markt ist nicht nur ortsungebunden und verspricht eine effiziente Verteilung handelbarer Ressourcen. Vertrauen und Gemeinschaftlichkeit müssen im Markt ebenso erst erarbeitet werden wie Sicherheit und Stabilität. Verträge und Mechanismen zu ihrer Durchsetzung stellen die Funktionsfähigkeit sicher. Information ist selten frei verfügbar, schließlich wird sie im Wissen um ihren Wert von anderen Marktteilnehmer_innen häufig geschützt. Dafür ist die Teilnahme grundsätzlich nicht an Voraussetzungen gebunden. Im idealtypischen Markt ist das Ziel die Anhäufung von Eigentum und angehäufte Güter tragen oft Verweise über sie selbst hinaus, während in der *community economy* Waren und Güter selbstreferentiell sind, bzw. einem Selbstzweck dienen.⁴⁹

47 Hier gilt die Einschränkung, dass es auch öffentliche Unternehmen gibt. Für nicht-kapitalistische Systeme wären weitere Einschränkungen zu treffen.

48 vgl. v.a. Gudeman (2001), aber auch Gudeman (2012); Gudeman (2010); Gudeman (2008).

49 vgl. Gudeman (2012); Gudeman (2010); Gudeman (2001).

Die Existenz des idealtypischen Marktes ist in der realen Lebenswelt mindestens selten, da ökonomisches Handeln eben doch von Aspekten von Gemeinschaftlichkeit, ungleichen Zugängen, sozialen Regeln und Machtstrukturen und dem, was in der neoklassischen Ökonomik als »Ineffizienz« bezeichnet werden würde, durchzogen ist. Wie bereits dargestellt, ist die in der Neoklassik unterstellte Rationalität als handlungsleitende Maxime ökonomischer Akteur_innen in der Wirtschaftsanthropologie höchst umstritten.⁵⁰ Vielmehr interagieren Märkte durch Transfer- und Unterstützungssysteme im Bereich der Sozial-, Gesundheits- und Altersvorsorge, aber auch Bildung und Infrastruktur, mit der *community economy*, die den freien Markt begrenzen. (Gudeman 2010: 214) Kulturalistisch⁵¹ angelegten wirtschaftsanthropologischen Beobachtungen zufolge sind Marktkönomien demnach von Elementen der *community economy* durchdrungen. In den meisten Wirtschaftssystemen sind beide Elemente enthalten, in unterschiedlichen Varianten und in Gewichtungen, die sich zeitlich und situativ unterscheiden. (Gudeman 2012: 96)

The two realms of market and community complement one another, conjoin, and are separated in acts, institutions, and sectors. No trade or market system exists without the support of communal agreements, such as shared languages, mutual ways of interacting, and implicit understandings. Communities also are inside markets, as households, corporations, unions, guilds, and oligopolies, and contain them as nation-states that provide a legal structure for contracts and material infrastructure. (Gudeman 2001: 11)

Es handelt sich bei diesem Modell, darauf sei noch einmal hingewiesen, also nicht um die simple dichotome Gegenüberstellung von marktbasierten und nicht marktbasierten Ökonomien, sondern um zwei sich überschneidende ökonomische Prinzipien, die in verschiedenen Wirtschaftssystemen unterschiedlich große Bedeutung erlangen. Im Folgenden wird sichtbar werden, dass auch der Markt für muslimische Mode in Berlin durchaus Elemente enthält, die der *community economy* näher sind als der reinen *market economy*. Zudem ist der Blick auf die Idealtypen dabei hilfreich, Institutionen des Marktes in Abgrenzung von denen der *community economy* näher zu bestimmen. Die Feststellung, dass diese Idealtypen in der Realität selten vorkommen, sondern sie sich meist überlagern und der Markt somit von *community*-Elementen durchzogen ist, weist schlussendlich auch auf die Vielfalt von Erscheinungsformen innerhalb des Marktprinzips hin.

Innerhalb von Marktwirtschaften gibt es zwei unterschiedliche Formen von Märkten, die prototypisch voneinander unterschieden werden können. Sie beschreiben die dritte Skala, mittels derer sich diese Arbeit dem Marktprinzip zu nähern sucht. Der Begriff »Markt« ist alltagssprachlich stark aufgeladen. Er bezeichnet, ebenso wie in seiner wissenschaftlichen Verwendung, zwei unterschiedliche Konzepte. Die Unterscheidung

50 vgl. z.B. Gudeman (2010); Gudeman (2008). Zusammengefasst: »The rationality of economic actors as a relationship of means-to-ends has been increasingly contextualized, and these issues have been challenged by ideas about intentionality of exchange and differing styles of reasoning.« Dilley (2010: 441).

51 Mit kulturalistisch ist hier eine starke Betonung, nicht aber eine Überbetonung kulturalisierender Argumente gemeint.

zwischen Marktprinzip und Markttort ist in der Forschung seit Stuart Plattner (1989a: 191) prominent. Er beschreibt das Marktprinzip als »*the social institution of exchanges where prices or exchange values exist*«. Davon grenzt er die zweite Bedeutung des alltagssprachlichen Marktbegriffs ab, nämlich die des Markttortes (*marketplace*). Im Markttort sind Interaktionen zeitlich und räumlich lokalisierbar. Während das Marktprinzip ohne Lokalisierbarkeit auskommt, so Plattner, ist ein Markttort ohne Institutionen, die Austausch regeln, kaum vorstellbar. Die Unterscheidung zwischen Markttort und Marktprinzip ist weiterhin gängig und wird häufig rezipiert. Dennoch wird die scharfe Trennung in der Forschungspraxis in Frage gestellt. Applbaum (2005) argumentiert anhand von drei Grenzbereichen Globalisierung, Angebot-Nachfrage-Komplex und Anwendung des Markt-Modells gegen verschiedene Dichotomien, die mit Märkten verbunden sind. In der Schlussfolgerung sieht er auch die Dichotomie von Markttort und Marktprinzip als überholt an und schlägt vor, Markttort und Marktprinzip als zwei äußerste Enden eines Kontinuums zu betrachten. Dazu stellt er fest: »*they are, in fact and in theory, converging*«. (Applbaum 2005: 285) Dieser Sichtweise folge ich insofern, als auch ich den von mir betrachteten Markt, wenngleich es sich meine Perspektive und meine Fragen zunächst auf das Marktprinzip richten, nicht völlig unabhängig von seiner lokalen Anordnung betrachte und zudem in einem lokal begrenzen Ausschnitt untersuche. Ich objektiviere gewissermaßen ein lokalisierbares Marktprinzip. So betrachte ich den Markt nicht nur als ein Netzwerk sozialer Institutionen, die Austausch regeln, sondern auch als eine lokalisierbare Arena sozialer Institutionen und Akteur_innen, Handelspraktiken und kultureller Bedeutungen, die zwar weit verzweigt sind, aber durchaus spezifischen Orten zugeordnet werden können.⁵² Es handelt sich weder um einen klassischen, quasi eingezäunten Markttort, in Form eines Jahr- oder Flohmarktes, noch um ein völlig von seinem Ort abstrahiertes Prinzip.

Im Zusammenhang mit der Lokalisierbarkeit des Marktes sei Folgendes angemerkt. Märkte wie der für muslimische Mode in Berlin stehen in enger Beziehung zu ihrem städtischen Umfeld. Es stellt den sozialen Kontext bereit, innerhalb dessen Märkte operieren. Sie selbst wiederum stellen Versorgungssicherheit innerhalb der Stadt her. (Bestor 2001: 9229) Auch die Ansiedlung der untersuchten Geschäfte in Gegenden, die als Einwandererviertel bekannt sind, ist nicht zufällig. Dennoch geht die eingenommene Perspektive zulasten von potenziellen Schwerpunkten wie diesem, die nicht minder lohnenswert erscheinen. Die urbane Situiertheit des Marktes wird dennoch nicht gänzlich ausgeblendet. Denn durch seine Verortung im Stadtraum wird die Stadt von Akteur_innen als einer seiner Bezugspunkte angesehen. Auch wenn sie nicht im Zentrum der Forschung steht, ist sie konstitutiv für den hier betrachteten Markt.

Mit der graduellen Abgrenzung des Marktprinzips von öffentlichem Wirtschaften, von der *community economy* und von Markttorten habe ich bisher versucht, das Marktprinzip zu konkretisieren. Als Beitrag zur Formierung der Perspektive dieser Arbeit auf Markt möchte ich im Folgenden zwei Prinzipien ausführen, die Markt aus wirtschaftsanthropologischer Perspektive bestimmen und gleichzeitig analysierbar machen.

52 vgl. Bestor (2001: 9227); Plattner (1989d: 171).

2.2.7 Eingrenzungen des Marktprinzips

Bereits oben habe ich eingeführt, dass die Wirtschaftsanthropologe Märkte in ihrem gesellschaftlichen Zusammenhang untersucht. Diese Einbettung des Marktes nimmt auch für die Perspektive dieser Arbeit zentralen Stellenwert ein. Sie basiert zum einen auf dem Prinzip der *embeddedness*, der Einbettung wirtschaftlichen Handelns im gesellschaftlichen. Zum anderen betont die hier eingenommene Perspektive die Bedeutung von Institutionen für den Markt. Auch das soll hier genauer ausgeführt werden. Daraus entwickle ich eine Konzeption des Marktes, die davon ausgeht, dass Institutionen, und Markt insgesamt, durch Praktiken »gemacht« werden.

Das Prinzip der *embeddedness* ist prominent verbunden mit dem Soziologen Mark Granovetter. (1985) Sein grundlegendes Argument lautet: »*the behavior and institutions to be analyzed are so constrained by ongoing social relations that to construe them as independent is a grievous misunderstanding.*« (482)

Im Verständnis von Ökonomie als mit Politik, Kultur und Gesellschaft interagierend, artikuliert sich ein grundsätzliches Prinzip wirtschaftsanthropologischer Betrachtung ökonomischer Prozesse im Allgemeinen, und von Markt im Besonderen. Es steht der Betrachtung neoklassischer Ökonomik gegenüber, die das Verständnis von einer Ökonomie, die parallel zu, aber nicht verschränkt mit, anderen gesellschaftlichen Bereichen operiert. Mit der formalökonomischen Enthobenheit der Wirtschaft von gesellschaftlichen Einflüssen kontrastiert Granovetter das *embeddedness*-Prinzip, das er auf Polanyi und den Substantivismus zurückführt.⁵³ Die jeweiligen Konzeptionen der Einbettung von wirtschaftlichem Handeln bezeichnet er als unter- bzw. übersozialisiert und schlägt vor, ökonomisches Verhalten als eng in interpersonale Netzwerke eingebunden zu konzipieren. Zusammengefasst lässt sich die Verschränkung und Verflechtung von wirtschaftlichem und gesellschaftlichem Handeln aufbauend auf dem Gedanken der *embeddedness* wie folgt beschreiben:

economic behavior is not analyzed as an autonomous sphere of human activity, but as inseparably intertwined with a wide variety of social, political, ritual, and other cultural behaviors, institutions, and beliefs. (Bestor 2001: 9227)

Die Einbettung von wirtschaftlichem Handeln in Gesellschaft ist in dieser Arbeit bereits durch die praxistheoretische Perspektive auf Markt angelegt, die implizites Wissen, verkürzt gesagt, als Produkt von gesellschaftlicher Einbettung begreift. Aber auch auf analytischer Ebene kommt der gesellschaftlichen Einbettung von Markthandeln durch die Erforschung der Wechselwirkungen mit dem politischen Feld besondere Bedeutung zu. Markt und Diskurs sind Beispiele für die Verwobenheit von Märkten mit ihrem gesellschaftlichen Umfeld. Der Blick auf den Diskurs ist demnach hilfreich, um Fragen nach der *embeddedness* des Marktes in sein gesellschaftliches Umfeld beantworten zu können. Die Situierung des Marktes innerhalb seiner weit verzweigten sozialen und kulturellen Rahmenbedingungen ist ein klassisches Unterfangen der Wirtschaftsanthropologie, das zudem eine Linie zwischen ihr und den Wirtschaftswissenschaften zieht. (Plattner 1989c: 11) Sie dient dem Ziel »*to see how markets [...] affect and are affected*

⁵³ Polanyi führt das Konzept in seiner Schrift »*The economy as instituted process*« (1957) ein.

by other areas of life« (Carrier 2012b: 4). Diese *areas of life* sind hier im »ethnische Ökonomie«-Diskurs exemplifiziert.

Die Wechselwirkung von Markt und Gesellschaft bleibt nicht frei von Konsequenzen. Vielmehr macht sie Kontingenzen in den einst modellhaften Vorstellungen von Ökonomie sichtbar. Wenn Märkte und Gesellschaft als miteinander verwoben angesehen werden, öffnet sich der Blick für Unberechenbarkeiten, Überraschungen und Risiken. Durch Wechselwirkungen mit ihrem kontingenten soziokulturellen Umfeld werden Märkte mit ›Ineffizienzen‹ angereichert, die in klassischen formalistisch-ökonomischen Modellen selten vorgesehen sind. Die Neue Institutionenökonomik beschäftigt sich hingegen in großem Umfang mit der Störung neoklassischer Modelle, wie der Ungleichverteilung von Information zwischen Käufer und Verkäufer (Akerlof 1970).⁵⁴ Solche Störungen erschweren das Zustandekommen von Austausch und verursachen dadurch, ökonomisch gesprochen, »Transaktionskosten«⁵⁵, die »economic and social costs of exchange« (Bestor 2001: 9228). Solche Kosten können nicht nur durch die ungleiche Verteilung von Information verursacht werden, sondern bereits bei Schwierigkeiten dabei, sie überhaupt zu erlangen.⁵⁶ Zudem sind die Herstellung von Vertrauen und belastbaren Handelsbeziehungen oder die Durchsetzung von Vereinbarungen und Eigentumsrechten und die Beschränkung anderer potenzieller Risiken mögliche Ursachen für Transaktionskosten. Während aus ökonomischer, und damit häufig handlungspraktischer Sicht das Ziel ist, Transaktionskosten niedrig zu halten, interessieren Transaktionskosten wirtschaftsanthropologisch als Reibungsmomente zwischen neoklassischer Theorie und lebensweltlicher ökonomischer Praxis.

Resultat dieser Reibungen ist die Performanz ökonomischer Institutionen, wie sie in der neoklassischen Theorie angelegt sind. Transaktionskosten gelten als Komplikationen im wirtschaftlichen Handeln, für die Lösungen zu entwickeln sind, um Märkte zu stabilisieren und Austausch zu ermöglichen. Institutionen strukturieren die Lösungen von Problemen im wirtschaftlichen Handeln. (Bestor 2001) Märkte werden diesem Verständnis nach zu institutionellen Systemen. Die institutionelle Struktur von Märkten ermöglicht die Entstehung und Stabilisierung von Märkten und das Zustandekommen von Transaktionen. Sie organisieren, beschränken und koordinieren ökonomische Aktivität. Sie bieten Anreize für bestimmte ökonomische Verhaltensweisen und sanktionieren andere.⁵⁷

54 Die NiÖ argumentiert weiterhin modellhaft und plädiert für eine Einbeziehung dieser Inkontingenzen in ökonomische Modelle. Auch die Verhaltensökonomik beschäftigt sich in großem Umfang mit ähnlichen Fragestellungen, jedoch mit anderen Methoden als die Wirtschaftsanthropologie. Insofern halte ich eine Positionierung der Wirtschaftsanthropologie gegen die Wirtschaftswissenschaften auf der argumentativen Grundlage grundsätzlich konträrer Weltanschauungen für wenig hilfreich, vgl. z.B. Sauerland u.a. (2016); Richter/Furubotn (1999).

55 vgl. z.B. Acheson (1994).

56 Dilley weist darauf hin, dass die Tatsache, dass unvollständige Information und Unsicherheit als problematisch betrachtet werden, selbst schon Resultat der etablierten Vorstellung eines perfekten Marktes sind. (Dilley 2010: 442), vgl. dazu auch die Argumente Callons zur Performativität wirtschaftswissenschaftlicher Theorien. (Callon 1998)

57 vgl. Bestor (2001: 9228).

Institutionen kommt also besondere Bedeutung im wirtschaftlichen Handeln zu, da sie Tauschgeschäfte absichern und so dazu verhelfen, dass sie trotz Asymmetrien und Kontingenzen zustande kommen. Der »social structure of markets as institutional systems« (Bestor 2001: 9227) gilt somit das besondere Interesse der Wirtschaftsanthropologie. Ich begreife sie als Instrumente, die an der Lösung ökonomischer Probleme beteiligt sind und als solche in Praxis hervorgebracht werden. Der Blick auf Institutionen des Marktes betrachtet dann eine Möglichkeit, mittels derer Unternehmer_innen Märkte unter widrigen Bedingungen und im Angesicht von »Ineffizienzen« durch Prozesse der Institutionalisierung stabilisieren. Indem sozial konstruierte Institutionen zum Gegenstand der Forschung werden, rücken auch Machtkonstellationen und Mechanismen der Selbstregulierung in den Fokus. Die Bedeutung von Institutionen für den Markt wird in Carriers Definition eines perfekten Marktes deutlich.

A perfect market is based upon competition among anonymous individuals. [...] Market participants undertake productive activities in order to exchange and then resume their productive activity; their goal is accumulation of property or making a profit. (Gudeman 2010: 213, Hervorh. i. O.)

In dieser Formulierung sind drei zentrale Institutionen von Märkten benannt: Wettbewerb, Eigentum und indirekt Information. Die Anhäufung von Eigentum oder Profit gilt häufig als das primäre Ziel von Akteur_innen, die in perfekten Märkten und in marktwirtschaftlich organisierten Gesellschaften insgesamt handeln. Beide werden durch Vorkehrungen wie Gesetze und Verträge gesichert. Informationen über Präferenzen und Werte, die einer möglichen Tauschentscheidung zugrunde liegen, sind wichtig für Produzenten und Händler_innen. Eine »productive activity« braucht Informationen darüber, was zu produzieren ist. Dies gilt auch, wenn in den Markttausch verwickelte Individuen für den Moment des Tausches anonym bleiben können. Gerade in aktuellen Debatten über Datenschutz zeigt sich, wie sehr verkaufende Akteur_innen darauf ziehen, Kund_innen mittels Informationssammlung aus der Anonymität zu holen. Und der dritte Aspekt: Freier Wettbewerb gilt ökonomischen Theoretikern als inhärentes Merkmal eines idealen Marktes. Er wird dadurch abgegrenzt von marktähnlichen Tauschsituationen, die durch eine hohe Konzentration von Marktmacht charakterisiert sind. Sie werden als Monopole oder Oligopole bezeichnet. Dabei hat Wettbewerb Implikationen für die Bedeutung des Marktes jenseits seiner den Austausch organisierenden Funktion: »*exchange breaches social boundaries and leads to competition and rivalry.*« (Gudeman 2010: 212) Durch Austausch im Markt gelangen unterschiedliche soziale Gruppen miteinander in Kontakt. Märkte vermitteln somit zwischen unterschiedlichen gesellschaftlichen Segmenten. (Bestor 2001: 9229)

Eine weitere Institution, der in Märkten hohe Bedeutung zukommt, ist die des Preises. Im Markt erfolgt der Austausch in der Regel weder direkt mit dem Produzenten noch über einen umverteilenden Mittelsmann und nicht im Tausch Handelsware gegen Handelsware. Stattdessen wird der Wert von Tauschobjekten in Geld gemessen. Preise stellen mithin eine zentrale Institution des Markttausches dar. Preise spiegeln nicht immer den Wert eines Gutes wider, wie er sich aus investierter Arbeit und investiertem Material zusammensetzen würde. (Durrenberger 1996: 369) Vielmehr ist auch er sozial bestimmt. Er spiegelt soziale Präferenzen und Zahlungsbereitschaft, Prestige und mög-

lichen Nutzen, den eine Ware stiften kann. Auch die Verknappung eines Gutes kann den Preis beeinflussen, wobei ich hier argumentieren würde, dass die Formel, dass sich der Preis aus Angebot und Nachfrage zusammensetzt, nicht alle Komplexitäten zu greifen vermag, die sich im Endpreis einer Handelsware widerspiegeln.⁵⁸ Vielmehr würde ich Angebot und Nachfrage als zwei Elemente verstehen, die sich im Preis, neben anderen, unterschiedlich stark niederschlagen.

Institutionen dienen der Herstellung von Handlungsfähigkeit innerhalb eines komplexen Marktumfelds. Sie verringern Transaktionskosten durch ökonomische und soziale Integration und strukturieren so die Lösung ökonomischer Probleme der Akteur_innen in Markt. Ohne Institutionen, die das Sozialleben in Märkten regeln, würde häufig kein Austausch zustande kommen. Sie stabilisieren den Markt, der das Umfeld des Tauschhandels bildet. Ihrem Zustandekommen in sozialer Praxis widmet sich der folgende Abschnitt.

2.2.8 »Doing market«: Eine praxistheoretische Perspektive auf den Markt für muslimische Mode in Berlin

In der Perspektive dieser Arbeit sind *embeddedness* und die Institutionen von Märkten zentrale Aspekte. Beide betrachte ich als die Resultate performativer Praktiken. Sie zielen auf die Handhabbarmachung von Kontingenzen im Markthandeln und suchen diese durch die Performanz von Institutionen des Marktes zu regulieren. Denn die Marktordnung ist nicht inhärent stabil. Faktoren inner- und außerhalb des Marktes, die zumindest teilweise durch seine soziale, politische und kulturelle Einbettung bedingt sind, bringen sie ins Ungleichgewicht: Neue Akteur_innen entwickeln verstärkte Konkurrenz, veränderte Vorschriften zwingen zu höheren Preisen, erhöhte Preise der Zulieferer machen die Suche nach alternativen Netzwerken erforderlich etc.

Diese Arbeit begreift Praxis als habitualisierte Tätigkeiten, Routinen und Gepflogenheiten und als Ergebnis kollektiver Erfahrungen. Sie ist intersubjektiv und interobjektiv. Sie ist öffentlich und beobachtbar und daher performativ. (Schmidt 2012: 226) Sie beruht auf intelligiblem Wissen und implizitem Verstehen, das einen routinisierten »*nexus of doings and sayings*« (Schatzki 1996: 89) zusammenhält. Praxis wird damit zum »Komplex aus regelmäßigen Verhaltensakten und praktischem Verstehen« (Reckwitz 2003: 290) und ist als solcher in Körpern und Artefakten verankert.

Implizites Verstehen, die unmittelbare Verständlichkeit von Praxis, bedarf keiner eigenen Reflexion.⁵⁹ Sie beruht vielmehr auf kulturellem Wissen, auf einer gemeinsamen »Welt des Alltagsverständs« (Bourdieu 1993: 108), die gleichzeitig das Soziale der Praxis begründet. Ziel einer praxistheoretischen Perspektive ist es herauszuarbeiten, »wie dieses kulturelle Wissen und Denken im gemeinsamen Handeln tatsächlich praktiziert wird.« (Hörning/Reuter 2004a: 13, Hervorh. i. O.)

Das Praktiken zugrunde liegende Wissen gilt den Praxistheorien als implizit und inkorporiert, d.h. körperlich verankert. Körperkonfigurationen sind daher, neben Ar-

58 vgl. z.B. Durrenberger (1996: 369).

59 Wie oben beschrieben, betrachte ich implizites Wissen als explizierbar. Eigene Reflexion ist demnach durchaus möglich.

tefakten, einer der ermöglichen Faktoren von Praxis.⁶⁰ Diese Dispositionen unterstellen Praktiken eine gewisse Statik und Unbeweglichkeit. Gleichzeitig ist aber auch die jeweilige Situation, in der die Praktik ausgeführt wird, konstitutiv für ihr Zustandekommen. (Beck 1997: 319)

Order never fully takes over, nor could it. The cultural, contractual, and technical imperatives leave gaps, require adjustments and interpretations to be applicable to particular situations, and are themselves full of ambiguities, inconsistencies, and often contradictions.⁶¹

Handlungssituationen können contingent und unvorhergesehen sein, sodass Praxis in ihrer Situativität ein kreatives Moment jenseits der Ausführung ordnungsgeleiteter Disposition erhält. Sie füllt die Lücken in kulturellen Normen durch die Anpassung an die vorliegende Situation. Sie wirkt interpretativ-strukturierend in widersprüchlichen oder inkonsistenten Situationen des Sozialen und erhält dadurch innovatives Potenzial. Praktiken sind demnach ausgestattet mit »ausreichender aber nicht überschließender Handlungsfreiheit« (Beck 1997: 318). Routiniertheit und Unberechenbarkeit stellen also »keinen Widerspruch, sondern zwei Seiten der ›Logik der Praxis‹« (Reckwitz 2003: 294) dar.⁶² Determinierte Routine und situative Kreativität gelten alltäglichen Handlungsmustern der Praxis als zwei extreme Pole (Beck 1997: 295), innerhalb derer sie operiert und die sie gemeinsam hervorbringen.

Praxistheorien gehen davon aus, dass Praktiken nicht strukturell bestimmt sind, denn sie nehmen als »kleinste Einheit des Sozialen nicht ein Normensystem oder ein Symbolsystem, nicht ›Diskurs‹ oder ›Kommunikation‹ und auch nicht die ›Interaktion‹« (Reckwitz 2003: 290), sondern eben die Praxis an. Dies zeigt sich beispielsweise in der praxistheoretischen Konzeption von Institutionen des Marktes, die in Praxis performiert werden, ihnen aber nicht vorgängig sind. Gleichwohl muss Praxis nicht voraussetzungsfrei passieren. Das Konzept des inkorporierten Wissens über Verhaltensroutinen deutet darauf hin, dass es möglich ist, einige dem Handeln vorgängige Determinanten anzunehmen.⁶³ Darunter würde ich beispielsweise kollektive Wissensbestände verstehen, die auch über das hinausgehen können, was Reckwitz nur als »basale Strukturierung der Handlungswelt« bezeichnet. Er versteht darunter »eine Ebene – häufig unbewusster oder vorbewusster – symbolisch-sinnhafter Regeln von ›Kultur‹«. (Reckwitz 2003: 288) Diese würden Akteur_innen implizit bewusst machen, wie man sich in bestimmten Situationen »angemessen« oder »richtig« verhält. Eine solche Perspektive würde bedeuten, dass Praxis nicht völlig voraussetzungsfrei ist. Vielmehr trifft sie auf strukturierende Elemente: allgemein verfügbares Wissen, das im *common sense* als

60 vgl. Reckwitz (2003: 291).

61 Moore, Sally Falk (1975): Epilogue: Uncertainties in situations, indeterminacies in culture. In: Moore, Sally Falk/Myerhoff, Barbara (Hg.): Symbol and politics in communal ritual. Ithaca, S. 210–245, S. 220. In: Beck (1997: 320).

62 An derselben Stelle weist er auch darauf hin, dass es sich dabei um eine der zentralen Ambivalenzen von Praxistheorien handelt und sich eine routinebetonte Schule (bspw. Bourdieu) und eine die Innovationskraft sozialer Praxis betonende (bspw. Butler) gegenüberstehen.

63 Zur Strukturierung der Praxis durch Wissen vgl. auch Schmidt (2012: 227).

einer Art kollektivem Selbstverständlichem, oder in gesellschaftlichen Diskursen repräsentiert ist.

Als ein der Praxis vorgängiges, strukturierendes Element verstehe ich mit Michel Callon wirtschaftswissenschaftliche Diskurse. Sie stellen allgemein verfügbares Wissen bereit, auf das Unternehmer_innen im Markt zurückgreifen können und das sich im Akteurshandeln artikuliert. Er beschreibt die Bedeutung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien für die Performanz ökonomischer Praktiken: »*economics, in the broad sense of the term, performs, shapes and formats the economy, rather than observing how it functions.*« (Callon 1998: 2)

Denn, so Callon, die Tatsache, dass ökonomisches Verhalten analog zu ökonomischer Theorie ablaufe, sei kein reiner Zufall. Sie stelle vielmehr Rahmen und Referenz für wirtschaftliches Verhalten her. (Callon 2006: 556) Daraus schließt er beispielsweise auf die Existenz der – in der Wirtschaftsanthropologie im Zusammenhang mit Fragen nach Vernunft und *ratio* hoch umstrittenen – Figur des *homo oeconomicus*, versteht sie allerdings nicht als ahistorische Realität, sondern als ein Ergebnis wirtschaftswissenschaftlicher Konfiguration. (Callon 1998: 22) Er plädiert dafür, sie in ihrer ganzen »*simplicity and poverty*« (Callon 1998: 50) zu verstehen. Für Callon ist rationales ökonomisches Handeln eine soziale Konstruktion, die auf wirtschaftswissenschaftlichen Logiken basiert. Wissen über die Nutzenmaximierung in Märkten, über den Zusammenhang von Angebot und Nachfrage, die Bedeutung von Konkurrenz für Markt und Preise und die Störung des Marktgleichgewichtes durch Absprachen sind beinah Stereotype wirtschaftswissenschaftlichen Wissens. Gleichzeitig sind sie gesellschaftlich weithin verfügbar. Das zeigt sich in allgemein bekannten Wendungen wie »Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis« oder »Konkurrenz belebt das Geschäft«. Durch sie ist das Handeln »zwar orientiert, jedoch nicht determiniert« (Beck 1997: 294). Verstanden als »Dinge des Alltags«, als »Stabilisatoren des Sozialen«, werden wirtschaftswissenschaftliche Theorien und politische Diskurse »individuell und kollektiv wirksame *Bedingung und Ermöglichung des alltäglichen Handelns*« (Beck 1997: 296f., Hervorh. i.O.) und leiten so unternehmerische Praxis an.

Callons Ansatz betont die umfassende performative Bedeutung wirtschaftswissenschaftlicher Theorien für ökonomisches Handeln. Auf seinen Überlegungen aufbauend, sieht er neue anthropologische Horizonte sich öffnen.

The objective may be to explore the diversity of calculative agencies forms and distributions [sic!], and hence of organized markets. The market is no longer that cold, implacable and impersonal monster which imposes its laws and procedures while extending them even further. It is a many-sided, diversified, evolving device which the social sciences as well as the actors themselves contribute to reconfigure. (Callon 1998: 51)

Callon beschreibt den Markt als Resultat von Akteurshandeln und enthebt ihn seiner abstrakten Komposition. Er betont seine Vielschichtigkeit, Komplexität und Prozesshaftigkeit – Aspekte, die auch im weiteren Verlauf dieser Arbeit besprochen werden. Damit ist ein Zugang zur Herstellung ökonomischer Institutionen möglich, der diese im wirtschaftswissenschaftlichen *common sense* verortet und ihre Performanz in ökonomischer Praxis zu erklären vermag.

Was Callon an den Wirtschaftswissenschaften ausführt, lässt sich auch für andere Diskurse zeigen. Wirtschaftswissenschaftliche und politische Theorien, migratorische und integratorische Diskurse, stellen Akteur_innen Wissen zur Verfügung, das Praktiken in bestimmten Situationen strukturiert. Im Falle von »ethnischer Ökonomie« sind dies beispielsweise politische Diskurse um Integration und gesellschaftliche Teilhabe. Fragen von Ethnizität und Zugehörigkeit, von den Besonderheiten und Unterscheidungsmerkmalen eines »ethnischen Unternehmertums« strukturieren die Debatten. Dieses strukturierende Wissen wirkt nicht nur einschränkend auf Praxis. Vielmehr zeigt es Handlungshorizonte und wirkt somit gleichzeitig ermöglicht. Es bietet Akteur_innen ein verfügbares Handlungsrepertoire, auf das sie im Handeln zurückgreifen können.

Auch bei Anthony Giddens (1992) wird Struktur »nicht mehr nur als Restriktion des Handelns, sondern auch als dessen Ermöglichung konzipiert, als Medium und gleichzeitig als Resultat von Praxis« (Beck 1997: 300). Er bringt damit einen zusätzlichen Aspekt ins Spiel. Erstens wirken determinierende Wissensbestände, wie beschrieben, gleichzeitig ermöglicht und beschränkend auf Praxis. Zweitens aber werden diese Wissensbestände in Praxis aktualisiert, bestätigt, stabilisiert. Mit anderen Worten: Sie sind gleichzeitig Voraussetzung und Resultat von Praxis. Geltende Normen, Regulative und Dispositionen werden im Handeln nicht nur ausgeführt, sondern auch bestätigt.

Mit Stefan Beck kann ein weiterer Aspekt eingeführt werden, den die praxistheoretische Perspektive auf Markt in dieser Arbeit aufgenommen wird. In einer kontingenten sozialen Welt ist die Stabilisierung der Marktordnung durch die Performanz von Institutionen und die Reduktion von unternehmerischem Risiko eine Ordnungsleistung der Akteur_innen, die als eine »Strategie der Praxis [...] ein von den Akteuren ausgehender, provisorischer und notwendig unvollständiger Stabilisierungsversuch des Sozialen« (Beck 1997: 320) betrachtet werden kann. Sie basiert auf gesellschaftlich verfügbarem Wissen, auf gemeinsamen Regeln und Codes und gemeinsamem Verstehen und sichert die Handlungsfähigkeit der Akteur_innen.⁶⁴ Daraus folgt einerseits die zentrale Rolle von Akteur_innen als Ordnungsstifter_innen. Andererseits ermöglicht diese Sichtweise auf die Existenz von Akteur_innen, die entstehenden Ordnungen zum eigenen Vorteil oder im eigenen Interesse zu nutzen oder zu manipulieren, oder zum eigenen Vorteil Räume zu schaffen, an denen diese Ordnung nicht gilt. (Beck 1997: 320) In den bis hierher gemachten Ausführungen sind damit nicht nur die Stabilisierung von allgemein verfügbarem Wissen und die daraus folgende Hervorbringung von Ordnung angesprochen. Zugleich ist darin eine mögliche Destabilisierung der Ordnung durch Akteurshandeln angelegt. Denn kontingente soziale Situationen und das daraus resultierende Innovationspotenzial sozialer Praxis kann auch schwächend auf soziale Ordnung einwirken. Gerade kreatives Handeln, ein Abweichen vom Erwartbaren, die Neuausrichtung des *common sense*, wirkt so destabilisierend auf die Marktordnung, die die Voraussetzung für funktionierenden Austausch bildet. Obwohl routinierte Verhaltensweisen zwar auf ihre Stabilisierung zielen, erfolgt die Hervorbringung einer Marktordnung also weder komplett intentional noch rein zufällig. Akteur_innen folgen vielmehr einer Logik der Praxis, die ihr Handeln anleitet und gleichzeitig die Möglichkeit

64 vgl. Reckwitz (2003: 288).

zur kreativen Intervention bietet. Sie baut auf auf diskursiv gespeistem, implizitem Wissen, das daran beteiligt ist, Praxis zu orientieren und ihre routinehaften Prägungen hervorzubringen. Wenngleich Stabilität grundlegend konstitutiv für praktisches Handeln ist, muss die Intentionalität in der Performanz einer solchen Stabilität Akteur_innen dennoch nicht bewusst sein. (Beck 1997: 331f.) Alltägliche Reflexion über Stabilität von Markt und die Logik der Praxis stehen hier also in einem wechselseitigen Zusammenhang.

Im Markt artikulieren sich gesellschaftliche, politische, historische und politische Diskurse. Die Performanz einer stabilisierenden Marktordnung ist damit kein rein ökonomischer, sondern ein vielseitig eingebundener, verweisreicher Prozess der Praxis. Mittels einer praxistheoretisch informierten wirtschaftsanthropologischen Perspektive, so lässt sich festhalten, scheint es möglich, die unsichtbare Hand des Marktes, die in komplexen Prozessen von Herstellung und Stabilisierung einer Marktordnung ihre Wirksamkeit entfaltet, in die Sichtbarkeit zu überführen. Die so sichtbar gemachten Prozesse beschreibe ich als »*doing market*«.

Die Wendung »Markt machen« überträgt den seinen eigenen Verlauf betonenden Begriff des »*doing*« ins Deutsche. Er wird in praxistheoretischen Kontexten genutzt, um die Herstellung eines abstrakten Konzepts in sozialer Praxis zu beschreiben.⁶⁵ Entworfen anhand der sozialen Konstruktion von Geschlecht (West/Zimmerman 1987) stellen Perspektiven des *doing* »nicht mehr das statische Produkt, sondern die Dynamik seiner Produktionspraxis in den Mittelpunkt« (Füssel/Neu 2010: 219). Dasselbe Ziel verfolgt die hier eingenommene Perspektive, die Praktiken analysiert und beschreibt, um zu zeigen, wie der untersuchte Markt performiert wird. Dementsprechend sieht die Perspektive des *doing market* Markt in seinem praktischen Vollzug.

Mit West und Zimmerman können Märkte dann auch als Ergebnis situierten Handelns und ein Ensemble von Institutionen betrachtet werden.⁶⁶ Sie werden damit zum »*emergent feature of social situations: both [...] an outcome of and a rationale for various social arrangements*«. (West/Zimmerman 1987: 127) Wenn mit diesem Zitat Markt auch als ein *rationale* sozialer Arrangements bezeichnet wird, koinzidiert dies mit Callons Theorie über die Performativität wirtschaftswissenschaftlicher Theorien, die so zur »Bedingung und Ermöglichung des alltäglichen Handelns« (Beck 1997: 297) – zur Wissensgrundlage sozialer Praktiken – werden. Zudem ist so die Entstehung von Institutionen als ein *emergent feature* sozialer Situationen umschrieben. West und Zimmerman betonen die Routinisiertheit und das wiederkehrende Moment der Hervorbringung. Mit ihnen gesprochen ist das Zustandekommen von Markt eine Leistung, die aus sozialen Praktiken resultiert: ein »*routine, methodical, and recurring accomplishment*«. (West/Zimmerman 1987: 127) Die kulturelle und soziale Einbettung des Marktes wird zum inhärenten Merkmal dieser Perspektive und Akteur_innen im Markt und deren Handeln zu ihrem zentralen Bezugspunkt.

Durch die praxeologische Perspektivierung dieser Arbeit bieten sich einige Erkenntnismöglichkeiten, die teilweise schon in Praxistheorien angelegt sind. Der praktische

65 vgl. Daniel u.a. (2012); Füssel/Neu (2010); Hörning/Reuter (2004b); West/Fenstermaker (1995); West/Zimmerman (1987).

66 vgl. West/Zimmerman (1987: 127).

Vollzug des Marktprinzips – die Herstellung einer sozialen Ordnung – wird zum eigentlichen Objekt der Arbeit, nicht zu seiner Voraussetzung. Markt gilt damit nicht mehr als konzeptionell vorkonstruiert, sondern als Resultat und Voraussetzung fortlaufender Praktiken des *doing market*. Das Zustandekommen eines Marktes wird so seiner Selbstverständlichkeit entthoben.⁶⁷ Markt wird zu einem intrinsisch gesellschaftlichen und kulturellen Phänomen.

Diese Sichtweise entfernt Markt von der mystisch anmutenden Konzeption einer *invisible hand*, die jenseits menschlichen Handelns operiert. Sie richtet den Blick vielmehr auf das im Sozialen agierende Individuum und das Marktprinzip als Resultat menschlicher Praxis. Im Marktprinzip wird das kontingente soziale und kulturelle Umfeld, innerhalb dessen ökonomisches Handeln stattfindet, handhabbar gemacht. Soziale Praktiken, eingebettet in Institutionen, die die Ordnung des Marktes rahmen und so Austausch ermöglichen, sind der zentrale Aspekt dieser Argumentation. Sie erklären gleichzeitig die Einbettung des Marktes in sein soziales und kulturelles Umfeld durch das Konzept von gesellschaftlich determiniertem, inkorporiertem implizitem Wissen, und sie bilden den Ansatzpunkt der Performanz der Marktordnung. Als Ausgangspunkt des Marktprinzips bilden sie gleichzeitig den wichtigsten Anker der analytischen Perspektive.

Gesellschaftlich verfügbares Breitenwissen ermöglicht und beschränkt diese Praktiken. Durch die Einnahme einer praxeologischen Perspektive wird es der Analyse zugänglich. Anknüpfend an die oben gemachten Ausführungen, zeigen die folgenden empirischen Abschnitte dieser Arbeit, wie Akteur_innen in sozialer Praxis eine Marktordnung unter Bedingungen vorgängiger ökonomischer, politischer und gesellschaftlicher, insbesondere auch migratorischer, Diskurse herstellen. Sie bestätigen dabei das Wissen, das sie in ihren Praktiken – möglicherweise auch interpretiert und modifiziert – verarbeiten. Die so performierte Ordnung ist nicht inhärent stabil, denn durch die Kontingenz des Sozialen wird Praktiken ein kreatives, innovatives Potenzial verliehen, das auch der strategischen, wenngleich nicht dezidiert intentionalen, Destabilisierung der Marktordnung dienen kann.

Damit gelangt diese Arbeit zu einem prozesshaften Verständnis von Markt, in dem Akteur_innen in Bezug zueinander stehen. Markt wird hier verstanden als das in seinem kontingenten gesellschaftlichen und kulturellen Umfeld verortetes Geflecht routinierter, strukturierter und strukturierender sozialer Praktiken, die in Institutionen des Marktes eingebettet sind und die eine stabile, aber nicht starre relationale soziale Ordnung immer wieder neu hervorbringen, innerhalb derer Austausch möglich wird. Somit trägt die eingenommene Perspektive mit ihrer Betonung der Einbettung wirtschaftlichen Handelns und der Bedeutung der Regulation sozialer Ordnung durch Institutionen der Anforderung Rechnung, dass

Anthropologists focus ethnographically on the social structure of markets as institutional systems [...] They emphasize how economic activity is embedded in social in-

67 vgl. Schmidt (2012: 33). Wie auch West und Zimmerman spricht Schmidt davon, dass »soziale Ordnungsbildungen als situierte *accomplishments* verstanden« werden. (ebd.)

stitutions and relationships which structure the solutions to economic problems [...]. (Bestor 2001: 9228)

Diese Perspektive richtet ihren Blick also darauf, wie Unternehmer_innen, als Akteur_innen der Distribution, Austausch ermöglichen, sich dabei gegenseitig kontrollieren und regulieren, aber auch versuchen sich sozialer Kontrolle und Einflussnahme zu entziehen. Kurzum: darauf, wie Akteur_innen »Markt machen« – eben »doing market«.

2.3 »Muslimische Mode«: Der Markt und seine Waren

Meaning cannot be fixed and [...] one group can never be completely in charge of meaning.

(Hall 2013: 226)

Durch die Eingrenzungen des Feldes auf eine Warenguppe und die damit erfolgte zentrale Setzung dessen, was ich bereits oben als muslimische Mode bezeichnet habe, blicke ich auf einen spezifischen Markt, und damit auf einen spezifischen Ausschnitt »ethnischer Ökonomie«. Obgleich der Begriff »muslimische Mode« schnell Assoziationen an lange Mäntel in gedeckten Farben, an bunte Kopftücher, an langärmelige Blusen und bodenlange Röcke weckt, handelt es sich dabei um einen komplexen Gegenstand, der sich allzu rascher oder eindeutiger Bezeichnung verschließt. So bedarf nicht nur das Element »muslimisch«, sondern auch das der »Mode« in Abgrenzung zur Kleidung mancher Erläuterung. Diese möchte ich im Folgenden geben, um, gleichsam den Aspekt des Alltags berücksichtigend, über eine Beschreibung der angebotenen Waren den Markt selbst einzugrenzen.

Was verkaufen also die beforschten Geschäfte? Wie ist die Ware zu bezeichnen, die Unternehmer_innen anbieten? Wo bewegt sich die im Markt angebotene Ware, auf den ersten Fragenkomplex blickend, auf einem Kontinuum zwischen Kleidung und Mode?

Während der Begriff Mode den der Kleidung oft impliziert, ist dies umgekehrt nicht notwendigerweise der Fall. Der Modebegriff betont den ihr innewohnenden Wandel, während der Begriff der Kleidung weniger empfänglich ist für Veränderungen durch Trends.⁶⁸ An der Pluralform »Moden« zeigt sich auch in der alltagssprachlichen Semantik deutlicher das Element des Wandels, des Kommens und Gehens, aber auch der Parallelität disperater Modeerscheinungen. Die sichtbare vestimentäre Praxis der Kundinnen im Feld hat, ebenso wie Gespräche mit Händler_innen, gezeigt, dass die gehandelte Ware stark trendaffin ist, Kundinnen auf Veränderung bestehen und stets die neueste Ware wünschen. Auch Produzenten verkürzen Innovationszyklen, sodass, aus der beobachteten Praxis argumentiert, der Begriff der Mode die Prozesse im Feld besser einzugrenzen vermag als der der Kleidung. Unternehmer_innen manipulieren und reagieren auf den Wunsch der Kundinnen und werden mithin selbst zu Akteur_innen modischen Wandels.

68 vgl. dazu ausführlich z.B. Moors/Tarlo (2013); Gökariksel/Secor (2010); Davis (1992); Flugel (1991).

In Bezug auf das zweite Element scheint es mir ungleich schwieriger eine überzeugende Antwort zu finden. Ist die Mode muslimisch? Ist sie islamisch?⁶⁹ Ist sie keines von beiden, aber wie ist sie dann? Kann es überhaupt muslimische Mode geben, statt muslimischer Kleidung?

Viele der Antworten auf diese Fragen sind abhängig von der Auslegung religiöser Schriften, beginnend bei der kontroversen Thematik islamischer Kleidervorschriften. Das Thema ist in der religiösen Praxis ebenso strittig wie in der Wissenschaft: Gibt es überhaupt Vorschriften, wie weit gehen sie, was bedeuten sie? Ich ziele nicht darauf diese Fragen zu beantworten.⁷⁰ Die Debatten sollen an dieser Stelle auch nicht nachgezeichnet werden, sondern lediglich das Spannungsfeld angedeutet werden, in dem sich die im Markt angebotene Ware und damit der Markt selbst befinden. Dies liefert auch eine mögliche Begründung für die Politisiertheit des Forschungsfeldes, wie ich sie zuvor beschrieben habe. Vor allem aber soll an dieser Stelle eine gangbare Begrifflichkeit für die vorliegende Arbeit gefunden werden.

Während der Feldforschung habe ich die Frage der Bezeichnung der Ware mit Unternehmer_innen besprochen. Die Antworten waren sehr unterschiedlich und reichten von einem klaren Ja zu »muslimischer« Bekleidung über den Vorschlag der »orientalischen« Mode bis hin zu »normaler« Kleidung für alle Frauen. Sie werden vor dem Hintergrund der enthaltenen Positionierungen als Gesprächspartner_in, als Unternehmer_in, als Ethnisierte oder Berliner Bürger_in Gegenstand der empirischen Betrachtung sein. Mit Kundinnen habe ich keine Gespräche geführt. Auch hier wären individualisierte Antworten zu erwarten, die zwar eigene Praktiken beschreiben, nicht aber für eine differenzierte Beschreibung der Ware geeignet sein müssen. Denn Deutung und Bedeutung von Kleidung sind hier sowohl für Kundinnen als auch für Anbieter_innen situativ und subjektiv.

Im wissenschaftlichen Diskurs gibt es eine Reihe von Vorschlägen. Reina Lewis (2013) bezeichnet die Kleidung als »*Modest Fashion*«. Das Wort »*modest*«, im Deutschen etwa anständig, maßvoll, sittsam, halte ich jedoch für moralisch aufgeladen.⁷¹ Auch wenn islamische Gelehrte aufgrund orthodoxer Auslegungen islamischer Schriften zur religiös angemessenen Kleidungsweise auffordern, rekurrieren sie auf diese Bedeutung und nutzen Begriffe aus dem semantischen Feld von Züchtigkeit, Anstand und gebotener Zurückhaltung. Grundlage einer solchen Auslegung ist der aus dem Koran abgeleitete Anspruch, die Kleidung dürfe die Konturen des Körpers nicht hervortreten lassen. Diese Argumentation stellt der angemessenen Bekleidungsweise eine »unanständige« gegenüber, wie »*immodest*« ins Deutsche übersetzt wird.

Juliane Kanitz (2017) spricht in Bezug auf die angebotene Ware von »*Hijab*-Mode«. Sie argumentiert dezidiert religiös. Auch der Begriff *hijab* selbst leitet sich aus dem Islam ab und bezeichnet die oben beschriebene Art sich zu kleiden – eben eine, die die Körperkonturen verhüllt. *Hijab* ist kein Kleidungsstück, sondern ein Konzept, das

69 Paula Schrode (2010: 27) unterscheidet zwischen dem Bezug auf die diskursive Tradition, die sie als »islamisch« bezeichnet, und den multiplen individuellen »muslimischen« Identitäten. Muslimisch ist demnach alles »was von Muslimen ausgeht und dahingehend charakterisiert werden soll«.

70 vgl. dazu einführend z.B. Heine (2009: 151ff.), vgl. auch Braun/Mathes (2007).

71 Das deutsche Wort »*modest*« ist kaum noch gebräuchlich. Es trägt dieselben Konnotationen.

den Stil maßvoller, sittsamer Kleidung entsprechend der jeweiligen Schriftauslegung beschreibt. Aus dieser Perspektive sind *modest fashion* und *hijab*-Mode quasi synonym. Der nicht-religiöse Gebrauch der Kleidung ist mit diesen Begrifflichkeiten nicht umfasst.

Beide Autorinnen argumentieren mit Blick auf die Trägerin und damit nachvollziehbarerweise religiös konnotiert. Das Stadium, in dem die Ware für die vorliegende Arbeit relevant wird, ist dem allerdings vorgelagert. Aus meiner Sicht ist diese Kleidung nicht *per se* religiös aufgeladen. Vielmehr geschieht diese Aufladung in vestimentären Praktiken der Trägerin. Fragen des sich Abgrenzens und der Herstellung von Zugehörigkeit werden erst dann relevant. Letztendlich ist zudem das Argument der Unternehmer_innen nicht von der Hand zu weisen, dass die Kleidung, die sie verkaufen, auch von nicht-muslimischen Frauen getragen werden kann. Diese religiös konnotierten Bezeichnungen würden also eine Engführung bedeuten, die dem proklamierten Anspruch der Unternehmer_innen ebenso wenig gerecht würde wie der Überzeugung, dass Kleidung erst in der Praxis von der reinen Handelsware zum religiösen Symbol wird.⁷² Genauso ist es allerding zutreffend, dass die Kleidung durch ihre Kontextualisierung in Geschäften, deren Schaufenster mit bedeckten Puppen dekoriert sind, muslimisch konnotiert ist.

Auch Emma Tarlo (2010) verwendet den Begriff *hijab fashion*, erarbeitet aber zusätzlich den weiter gefassten Begriff »Visibly Muslim« Mode. Dies beinhaltet für sie die Möglichkeit, auch als muslimisch gekleidete Frau jenseits der Dichotomie von bedeckt – unbedeckt zu operieren. (Tarlo 2010: 5) Detaillierter beschreibt sie die Bezeichnung wie folgt:

It is about how people wish to be seen rather than how others define them. In this sense it avoids the pitfalls of essentialism characteristic of frameworks which reduce people to their ethnic, regional or religious backgrounds. [...] the category of visibly Muslim is open to anyone who chooses to identify with it, whatever their backgrounds or origins. At the same time some people may in the course of their lives move in and out of the category simply by adopting or ceasing to wear particular clothes. (Tarlo 2010: 12)

Mit »Visibly Muslim« führt sie eine dezidiert offene Kategorie ein, die unterschiedliche Bekleidungsweisen in sich aufzunehmen vermag und die Identifikation der Trägerin in den Vordergrund stellt. Die muslimische Eigenschaft der Kleidung ist der Ware nicht einbeschrieben, sondern abhängig davon, wie sie getragen und von der Trägerin definiert wird. Gleichzeitig bietet die Ware die Disposition zur Aneignung in religiöser vestimentärer Praxis. Zudem verweist der Begriff auf die starke Bedeutung der Sichtbarkeit, aufgrund derer Kleidung sich der Kategorisierung – und auch essentialisierenden Blicken – anbietet. Denn für die Kategorie des Muslimischen, gerade des sichtbarerweise Muslimischen, gilt das, was auch Stuart Hall für die Kategorie »schwarz« beschreibt:

72 Dasselbe gilt aus meiner Sicht für den türkischen Begriff *tesettür*, der in diesem Zusammenhang genannt wird, z.B. Gökarıksel/Secor (2010). Hier stellen die Autorinnen *tesettür* modischen Prinzipien explizit gegenüber.

Schwarz ist jedoch keine Frage der Pigmentierung. Das Schwarz, von dem ich rede, ist eine historische, eine politische, eine kulturelle Kategorie. Wir müssen in unserer Sprache, zu bestimmten historischen Zeitpunkten, den Signifikanten gebrauchen. Wir müssen zwischen der Art, wie Leute aussehen, und den Geschichten, die sie haben, eine Äquivalenz herstellen. Ihre Geschichten liegen weit zurück, eingeschrieben in ihre Haut. Aber es ist nicht wegen ihrer Haut, dass sie in ihren Köpfen schwarz werden. (Hall 1994a: 79)

Er weist damit auf Kontext und Subjektivität von Deutungen hin. Das sichtbarerweise Muslimische ist, das betont die Adverbform, das Resultat einer politischen und kulturellen Konstruktionsleistung aufgrund dessen, was sichtbar ist. Die Adverbform verweist auf den Prozess des Sehens und Deutens als muslimisch, der damit beschrieben wird. Die Kategorie übergeht jedoch die »außerordentlichen Verschiedenheit der Subjekt-positionen, der sozialen Erfahrungen und kulturellen Identitäten, welche zusammen die Kategorie« bilden (Hall 1994b: 18). Sie spiegelt damit auch Grenzen wider, die ich als Forscher, einerseits aufgrund eigener Wahrnehmungskategorien, andererseits gemeinsam mit Akteur_innen im Feld, um den Markt herum gezogen habe.⁷³ Während der empirischen Ausführungen wird indes deutlich werden, dass innerhalb sichtbarerweise muslimischer Mode durchaus Unterschiede, Facetten und Nuancen erkennbar sind, auf die auch Hall hinweist, durch die sie weiter differenziert werden kann. So ist, wenn ich im Folgenden weiter von »muslimischer Mode« spreche, der Zusatz »sichtbarerweise« stets mitzudenken, um sich dieser Konstruktionsleistung ebenso bewusst zu bleiben wie des Facettenreichtums, der sich darin verbirgt. Mit Reina Lewis (2010: 58) könnte man gar von einer »Hypersichtbarkeit« muslimischer Mode sprechen.

Für die Waren des Marktes bedeutet das, dass sie als »sichtbarerweise muslimische Mode« erstens die Dynamik kennzeichnet, der sie durch modischen Wandel unterworfen sind. Als Alltagsmode ist die Ware zweitens von Bekleidung für festliche Anlässe, wie Ball- oder Brautkleidern, zu unterscheiden. Drittens wird die Ware durch ihre hohe symbolische Auflandung offen für die verschiedenen Deutungen und Besetzungen, die manchmal strategisch und manchmal unbewusst, manchmal durch explizite Kennzeichnung und manchmal durch implizite Kontextualisierung erfolgen. Die Bedeutung von Kleidung »is above all about interpretation, is often highly contested and is always contingent on particular circumstances« (Tarlo 2010: 2). Dies gilt umso mehr in einem Markt, in dem so vielfältig aufgeladene Waren gehandelt werden wie sichtbarerweise muslimische Alltagsmode. Insbesondere die Kopfbedeckungen sind kulturell-religiös aufgeladen und diskursiv umkämpft. An ihnen entzünden sich Diskussionen zwischen unvereinbar wirkenden Positionen, denn sie erlauben multiple Zuordnungen. Gleichwohl zeichnet die angebotene Ware sich, und damit den Markt, dadurch aus, dass sie einer der Deutung und Nutzung als muslimisch gegenüber offener ist als Mode, die in Geschäften zu finden wäre, die weder im wissenschaftlichen noch im politischen Feld der »ethnischen Ökonomie« zugerechnet würden. Im Markt wird, das betonten auch die Unternehmer_innen immer wieder, ein Warenangebot vorgehalten, das auch insofern

73 Beispielsweise dann, wenn ich nach Konkurrenz fragte und sowohl »türkische« als auch »arabische« Geschäfte genannt wurden.

sichtbarerweise muslimisch ist, als es muslimischen Kundinnen erlaubt, ohne großen Suchaufwand einzukaufen.

2.4 »Ethnische Ökonomie« als Gegenstand wissenschaftlicher Analyse

An ethnic economy consists of the ethnic self-employed and employers, and their co-ethnic employees. [...] Unlike neoclassical economists, who lacked interest in ethnicity's historic role in business, Weber, Marx, and Sombart thought that modern capitalism emerged from and superseded a primitive, ethnic predecessor.

(Light/Karageorgis 1994: 647)

Wer von »ethnischer Ökonomie« und »migrantischem Unternehmertum« spricht, bezieht sich meist im weitesten Sinne auf die unternehmerische Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund. Als »ethnisch« und »migrantisch« bezeichnete Unternehmer_innen gibt es in vielen Branchen und Bereichen, ihre Unternehmen haben ganz unterschiedliche Zielgruppen, Reichweiten und Strategien. Dazu gehört der Kiezschneider genauso wie der international agierende Baumaschinenhersteller. Die Geschäfte von Betül und Houssam gehören ebenso dazu wie die berlinweit aktiven Supermarktketten Bolu und Eurogida oder das 24 Stunden geöffnete Geschäft Blumen Dilek. »Ethnische Unternehmen« sind klein, mittel und groß, manche von ihnen sind erfolgreicher, andere weniger. Die Masse »ethnischer Unternehmer_innen« ist äußerst heterogen, und so gehen auch die Verständnisse davon weit auseinander.

The literature on immigrant economies provides different and sometimes contradictory definitions of when and why business becomes »ethnic« and of how the concept of ethnicity is related to entrepreneurship. (Pécout 2010: 60)

Der Versuch einer widerspruchsresistenten Beschreibung von »ethnischer Ökonomie« kann daher kaum gelingen. Was eine Zusammenfassung dieser vielfältigen Erwerbsbiografien, Lebens-, Alltags- und Unternehmensgeschichten überhaupt ermöglicht, ist vor allem der ihnen als Gemeinsamkeit zugeschriebene Migrationshintergrund. Dementsprechend häufig und ausführlich wurde und wird das Konzept kritisiert.⁷⁴ Nicht zuletzt ist die allgemeine Kritik an sozialen Kategorien auch hier gültig: »*how we label such dynamics does not necessarily capture their complex quality.*« (West/Fenstermaker 1995: 33)

Doch trotz dieser Kritik, trotz der unterschiedlichen und widersprüchlichen Auffassungen in Wissenschaft und Praxis, und trotz zahlreicher verschiedener Konzeptionen davon, was unter »ethnischer Ökonomie« und »migrantischem Unternehmertum« nun zu verstehen sei, weist das Konzept eine Stabilität auf, die vor diesem Hintergrund

74 bspw. Schmidt (2000); Timm (2000); teilweise auch bei Zhou (2004) & Fischer-Krapohl (2007).

erstaunlich scheint. Obwohl es, mit anderen Worten, schwerfällt zu spezifizieren, was »ethnische Ökonomie« genau sei, bleibt das Konzept unter unterschiedlichen Firmierungen robust.

Im Folgenden soll der Versuch unternommen werden, Inkongruenzen, Stabilität und Wirkmacht des »ethnische Ökonomie«-Konzepts im Feld von Wissenschaft, Politik und Ökonomie nachzuspüren. Diese seither im wissenschaftlichen Diskurs eingelagerte Leerstelle, die Performanz der Selbstverständlichkeit eines inkongruenten Konzepts und seiner Stabilität, soll hier analysiert, und damit die im Konzept implizierten Grenz- ziehungen und Hierarchisierungen ebenso sichtbar gemacht werden wie die Wirkmechanismen seiner politischen Operationalisierung.

Zur Erläuterung der diversen im Feld kursierenden Konzepte, die gemeinsam den ambivalenten Wissensbestand um »ethnisches Unternehmertum« ausmachen, blicke ich in den folgenden Abschnitten zunächst auf das weite Feld wissenschaftlicher Forschungen, die sich mit der Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund befassen. Zunächst führe ich Michel Foucaults Verständnis von »Problematisierung« ein, das im weiteren Verlauf der Arbeit bedeutsam werden wird (2.4.1). Durch den Blick auf die Forschung (2.4.2/3/4) leite ich erste Erkenntnisse über Flexibilitäten und Stabilitäten des Diskurses im Feld ab (2.4.5/6), die in den folgenden Kapiteln ausgebaut werden.

2.4.1 Die Problematisierung »ethnischer Ökonomie«

Mit seinen Vorschlägen zur Analyse der Problematisierung versucht Michel Foucault zu ergründen, »Wie und warum bestimmte Dinge (Verhalten, Erscheinungen, Prozesse) zum *Problem* wurden.« (Foucault 1996: 178, Hervorh. i.O.). Die Begriffe von Problem und Problematisierung, d.h. der »Problemwerdung«, wurden von Foucault im Rahmen der historische Diskursanalyse eingeführt, um, im Versuch zu ergründen, wie ein Gegenstand zum »Problem« werden konnte, auch die Genese geeigneter Lösungsmöglichkeiten zu verstehen. Seine Gedanken⁷⁵ möchte ich nutzen, um zu zeigen, wie der Problematisierungsprozess im Diskurs die Möglichkeiten der Intervention und Bearbeitung umgrenzt, indem er Lösungsmöglichkeiten als möglich oder unmöglich (analog zum Denk- und Sagbaren des Diskurses) kennzeichnet. Probleme, wie hier eine unterscheidbare, als ethnisch gelabelte Form der Selbstständigkeit, sind in diesem Sinne weniger negativ behaftet als in der Alltagssprache. Es handelt sich dabei vielmehr, so ließe sich annäherungsweise sagen, um Diskussionsgegenstände, und bei der Problematisierung um die »Diskussionsfähig- und Bearbeitbarmachung« eines Gegenstands, die dadurch geschieht, dass das zu Problematisierende nicht selbstverständlich ist und nach Erklärung verlangt.

Problematisieren bedeutet, dass etwas dem Status des Selbstverständlichen enthoben wird, zum Gegenstand des Nachdenkens sowie zur Herausforderung für Handeln

75 vgl. z.B. Foucault (1989); Foucault (1996); Foucault (2003); Foucault (2005b). Während Foucault selbst sein Denken zu Problematisierungen nicht systematisiert hat, übernimmt Ulrike Klöppel (2010) die Aufgabe, es zusammenzuführen und zu interpretieren.

wird und dass in der Folge auch Vorstellungen von ›richtig‹ und ›falsch‹ in Bewegung geraten.⁷⁶

Zu problematisieren ist in diesem Sinne eine Reaktion auf die Irritation etablierter Seh- und Denkgewohnheiten. Indem Problematisierungen dadurch

Zweifel und Unsicherheit wecken [...] versetzt die Darstellung eines Gegenstandes als problematisch diesen in einem Spannungsverhältnis zum Gewohnten und Selbstverständlichen, was dazu auffordert, die Irregularität aufzulösen. (Klöppel 2010: 260)

Diese Deutung, die durch Irritation entstehende »Krise der bisherigen stillschweigenden Verhaltensweisen, Gewohnheiten, Praktiken und Institutionen« (Foucault 1996: 178), erklärt die mit der Problematisierung einhergehende Aufforderung zur politischen Intervention ebenso wie ihre Rahmung durch den Prozess und die sich dadurch ergebenden Räume für Transformation innerhalb der Wiederherstellung neuer Selbstverständlichkeiten und neuer Setzungen von »richtig« und »falsch«. Denn in der Problematisierung werden Akteur_innen aufgefordert, »bisherige Anschauungen und Gewohnheiten zu verändern« (Klöppel 2010: 260). Dadurch entstehen Zweifel und Unsicherheit, die diskursive Akteur_innen auszugleichen versuchen. Durch ihren imperativen Charakter werden Problematisierungen, mit den Worten Ulrike Klöppels, »Ausgangspunkte für Veränderungen.« (Klöppel 2010: 260). Als Störung und Irritation normativer Erwartungen bleibt das Problem also nicht nur Thema im Diskurs, sondern wird gleichzeitig Gegenstand von Intervention. Der Diskurs wird so modifiziert und verändert. Neue Fragestellungen kommen hinzu, andere verschwinden, Leerstellen entstehen und werden gefüllt. Grundlage dafür ist, dass »ethnische Ökonomie« zunächst im Diskurs als Störung präsentiert wird. Denn Unternehmer_innen sind nicht dazu »prädestiniert [...], Verunsicherung und Probleme auszulösen« (Klöppel 2010: 258). Erst durch diskursive und nicht-diskursive Praktiken werden sie zur Störung normativer Erwartung an kulturelle und gesellschaftliche Homogenität.⁷⁷

Die Perspektive macht damit sichtbar, wie Unternehmer_innen zu Gegenständen des Diskurses, damit zu »ethnischen Unternehmer_innen« und als solche zu diskursiven Problemen werden. Sie macht die Entstehung übergreifender Erklärmuster und die Naturalisierung von Logiken, die im »ethnische Ökonomie«-Konzept eingelagert sind, beschreibbar. Selbstverständlichkeiten, wie der Zusammenhang zwischen Ethnizität und Ökonomie oder die Diskussionsbedürftigkeit des Gegenstands »ethnische Ökonomie«, werden mit dem Problematisierungskonzept hinterfragt, indem sie nicht als von vornherein gegeben gelten. Denn der Begriff der Problematisierung konzipiert bereits die Entstehung des Problems in diesem Sinne als Prozess sozialer Konstruktion, der die Möglichkeit kritisch darin zu intervenieren offenlässt. Da Probleme im Foucaultschen Sinne sozial konstruiert sind, sind sie schon in ihrer Entstehung hinterfragbar.

In der Analyse der Problematisierung »ethnischer Ökonomie« werden Interpretationen und Erklärungen für die im Feld beobachteten Narrative und Interventionen

76 Binder (2014: 366), mit Bezug auf Rabinow (2005: 43) & Rabinow (2004: 59f.).

77 vgl. Klöppel (2010: 256).

angeboten und gleichzeitig deren Macht- und Wirkverhältnisse beschrieben. Foucaults Gedanken zur Problematisierung sind aus dieser Perspektive produktiv statt destruktiv (oder »dekonstruktiv«). Mithin ist auch nicht die Dekonstruktion des Konzepts ein Interesse, das diese Arbeit verfolgt. Denn indem bei der Problematisierung gesellschaftliche Anreize aufgenommen werden, bewegt sich ein Problem »zwischen Repräsentation und freier Erfindung« (Klöppel 2010: 256). Da somit auch Anliegen abgebildet werden können und das Konzept dadurch Relevanz erlangt, geht es mir weder darum, Widerspruch gegen das Konzept zu formulieren noch darum, Uneinigkeit mit den Akteur_innen auszudrücken. Wenn ich Interviewpartner_innen und Kolleg_innen zitiere, geht es mir vielmehr um die Formulierung grundsätzlicher Ungereimtheiten, die mit dem Konzept verbunden sind. Auch aktuelle Auseinandersetzungen mit dem Thema ruhen auf ethnisierenden und kulturalistischen Argumentationslogiken und reproduzieren so dem inhaltlichen Ziel des Diskurses entgegenstehende Hierarchien. Letzten Endes wird durch die Analyse der Art und Weise, wie »ethnische Ökonomie« zum Gegenstand des Diskurses wird, die paradoxe Situation deutlich werden, in der er operiert.

An der Hervorbringung der im Diskurs eingelagerten Machtverhältnisse sind Ethnizitätskonzept und Praktiken der Ethnisierung entscheidend beteiligt, die ihm als strukturierende Merkmale einbeschrieben sind. Konzept und Praktiken strukturieren und regulieren nicht nur das Forschungsfeld, und damit Markt und Diskurs, sondern auch damit verbundene Politiken, während sie andererseits selbst durch Politiken strukturiert werden.⁷⁸ In Politiken eingelagert, werden sie dort formatiert und mobilisiert. So gilt hier für Ethnizität das, was Beate Binder über Geschlecht in einem anderen Kontext formuliert, nämlich dass sie »im Zusammenspiel mit anderen sozial wirksamen Differenzkategorien zu spezifischen Effekten« (Binder 2014: 371) führt, die wiederum auf die etablierte Ordnung zurückwirken, sie stabilisieren oder verändern. Konzept und Praktiken wirken zudem mit an der Performanz gesellschaftlicher Gruppen und setzen diese, nach innen und nach außen, zueinander in Beziehung.⁷⁹ Auch diese Verhältnisse sind keineswegs selbstverständlich, und so wird anhand des Beispiels »ethnische Ökonomie« hier auch zu zeigen sein, welche sozialen Verhältnisse durch das Ethnizitätskonzept und verwandte ethno-natio-kulturelle Kategorien⁸⁰ vermittelt werden. Durch eine derart ausgerichtete Analyse

können gebräuchliche Begriffe von Migration und Mobilität, von Integration und Segregation, aber auch von postmigrantischen und postkolonialen Debatten hinterfragt und überarbeitet werden, um neue Wege des Denkens und Forschens zu entwickeln. (Bojadzijev/Römhild 2014: 21)

Eine solche kritische Perspektive bietet sich für eine Untersuchung mittels des Konzepts der Problematisierung an, da es auch dort darum geht, neue Wege für Denken

78 vgl. Binder (2014: 373).

79 vgl. Bojadzijev (2014: 31).

80 Da Kategorien von Ethnizität, Nationalität und Kultur oft nicht trennscharf verwendet werden, bezeichne ich ihre Gesamtheit als ethno-natio-kulturell und schließe so auch diejenigen Kategorien ein, die bspw. als kulturelle Labels nationale oder ethnische Gruppen beschreiben. Vgl. auch Mecheril (2003).

und Forschen, aber auch für Intervention, zu eröffnen, indem bestehende Verhältnisse und die Modi ihrer Hervorbringung hinterfragt werden. Ethnizität und verwandte ethno-natio-kulturelle Kategorien im Feld sind Mittel und vermittelt von politischem Handeln. Wenn man dann Aufschluss findet über ihre konflikthaften und kontingen-ten Verständnisse und Deutungen, findet man ihn ebenso über die Handlungsmodi politischer Akteur_innen und die Modi der Bearbeitung »ethnischer Ökonomie«, aber auch über das Verhältnis politischer Akteur_innen zu anderen am Diskurs beteiligten Akteursgruppen.⁸¹

Indem auch die verwendeten Kategorien nicht als gegeben betrachtet werden, son-dern als kontingent, prozesshaft und flexibel, und indem sich der Blick nicht nur auf die Kategorien selbst richtet, sondern auch auf die Praktiken, die mit ihnen verbunden sind, werden die mit ihnen verbundenen Vorstellungen und Zuschreibungen offenge-legt. Dabei wird nicht nur geklärt, wie sie im Diskurs gesetzt werden und aus welchen gesellschaftlichen Wissensbeständen sie sich speisen, sondern auch, weshalb es kaum zu vermeiden ist, dass ich als Forscher zu ihrer Reproduktion beitrage.⁸²

Erst aus diesem Verständnis von Problematisierung ergeben sich eine Reihe von Fragen, die ich, durch das beschriebene Verständnis von Problem blickend, im Folgen-den beantworten möchte. Allgemein formuliert: Welche Fragen und Probleme werden unter dem Schlagwort »ethnische Ökonomie« verhandelt, und wie gelangt es zu seiner Bedeutung? Wie wird das Phänomen dann politisch bearbeitet, wie intervenieren poli-tische Institutionen in das, was sie als »ethnische Ökonomie« beschreiben, und mit welchem Effekt? Wie wird also »ethnische Ökonomie« als Problem formatiert und so bearbeitbar gemacht?

Darüber hinaus können einige spezifizierende Anschlussfragen formuliert werden: Wem nützt, und wer nutzt, die entstehende Repräsentation von »ethnischer Ökono-mie«? Wem eröffnet diese Repräsentation Handlungsspielräume und wem nicht, d.h. inwiefern trägt sie zu Mechanismen von Inklusion und Exklusion bei?⁸³

Woher kommen überhaupt die Begriffe und Kategorien, die einer solchen Bearbei-tung eingelagert sind und welche Vorstellungen und Werte sind damit verbunden? Wie setzen diese Konzepte, vor allem das der Ethnizität, Gruppen miteinander in Beziehung und welche Ordnungen gehen daraus hervor? Durch welche diskursiven und nicht-dis-kursiven Praktiken wird »ethnische Ökonomie« überhaupt erst als Störung oder Irrita-tion gewohnter Wahrnehmung präsentiert und welche normativen Erwartungen liegen dieser Abweichung zugrunde?

2.4.2 Theorien »ethnischer Ökonomie«

Im Feld der »ethnischen Ökonomie« treffen eine Vielzahl unterschiedlicher Denktradi-tionen und damit theoretischer und methodischer Zugänge sowie Forschungskontexte aufeinander. Neben deutschen sind niederländische, spanische, vor allem aber anglo-phone Forscher_innen prominent vertreten. Das Themengebiet ist bereits seit Langem

81 Bojadzijev (2014: 37).

82 vgl. Heymann (2014: 52).

83 vgl. Binder u.a. (2009: 15f.).

ausführlich beforscht. Nicht zuletzt deswegen haben sich viele unterschiedliche Forschungsstränge und Ansätze aus verschiedenen Fächern heraus entwickelt. Die Kulturwissenschaften im Allgemeinen, und die Europäische Ethnologie im Besonderen, haben »ethnische Ökonomie« jedoch bislang kaum thematisiert. Vor allem Geographie und Soziologie, aber auch den Wirtschafts- und Politikwissenschaften, haben wichtige Beiträge zur Beforschung des Themenfeldes geliefert.

Viele der existierenden Konzepte entstanden parallel, bestehen nebeneinander und überschneiden sich. Nicht immer sind sie eindeutig voneinander abzugrenzen, und häufig werden sie im Gebrauch nur unscharf voneinander getrennt. So verwundert es nicht, dass Light mit Blick auf die Unterscheidung zweier spezifischer Konzepte von »*much initial confusion*« (Light/Karageorgis 1994: 649) in der Forschungsgeschichte spricht,⁸⁴ die sich teilweise bis heute zeigt. Dabei lässt sich mit Foucault⁸⁵ beschreiben, dass diese Forschungsgeschichte nicht linear verläuft. Vielmehr antworten die Konzepte auf Fragen der lokalen und historischen Kontexte, in denen sie entstanden sind und können so als Produkte der herrschenden gesellschaftlichen Diskurse betrachtet werden, auf die sie gleichzeitig zurückwirken und die sich wiederum in dem artikulieren, was im »ethnische Ökonomie«-Diskurs zusammengebracht wird.⁸⁶ Auch »ethnische Ökonomie« und die darin verhandelten Konzepte werden insofern nicht zufällig Gegenstand des Diskurses. Indem Problematisierung als ein Ausdruck sich verändernder Fragen und Problemlagen konzipiert wird, artikulieren sich diese Veränderungen in der Art, wie problematisiert wird, sodass auch Verschiebungen in Narrativen und Argumentationen nicht als Resultate wissenschaftlichen Fortschritts, sondern als Antworten auf Verschiebungen und Veränderungen in Fragen und Erkenntnisinteressen gelesen werden können.

Im Folgenden werde ich einen, notwendigerweise eklektischen, Überblick über zentrale Arbeiten, Erzählmuster und Argumentationsfiguren aus der Forschung zu »ethnischer Ökonomie« geben und dabei Verschiebungen im Diskurs und seiner Logik beschreiben. Das breite Interesse am Thema ist keinesfalls neu. Einwanderung beförderte die Bearbeitung in den USA, die bereits auf 1956 zurückdatiert werden kann. Damals veröffentlichte Howard Becker seine Gedanken zu »*middleman trading peoples*« (Becker 1956), die Edna Bonacich in ihrem Essay zu einer »*Theory of Middleman Minorities*« (1973) aufgriff, der noch heute Teil eines informierten Forschungsstandes ist.⁸⁷ Damals etablierte sich die Ansicht, dass diese *middlemen* als Vermittler zwischen Aufnahme- und Heimatland agierten.

Ihren Aufsatz schreibt sie vor dem Hintergrund von »*discrimination and hostility against minorities*« und fragt daher nach der »*peculiar ability to create success out of hatred*« (Bonacich 1973: 584) bestimmter ethnischer Gruppen, die sie als geschlossene Einheiten konzipiert. Bereits hier finden sich Verweise auf gruppeninterne Solidarität, die Pécout (2010) in seiner Besprechung der Forschung zu »ethnischer Ökonomie«

84 Er bezieht sich konkret auf die Unterscheidung der Enklavenökonomie von der »ethnischen Ökonomie«.

85 Foucault (1996); Foucault (2003); Foucault (2005b).

86 Das gilt übrigens auch für die vorliegende Arbeit selbst.

87 Noch vor Bonacichs Aufsatz erschien Ivan Lights Monografie »*Ethnic Enterprise in America*« (1972).

als eine von mehreren ethnischen Ressourcen und somit als eine der zentralen Argumentationsfiguren der Forschung kennzeichnete. Bonacich hatte Gruppen von Zuwanderer_innen im Blick, die mit zwei Absichten einwanderten: Geld zu verdienen und in das jeweilige Herkunftsland zurückzukehren. Sie konstatiert eine ambivalente Rolle zum gesellschaftlichen Umfeld. Mithin illustriert schon diese frühe Forschung den Zusammenhang wissenschaftlicher Diskursivierung und Problematisierung mit Fragen, die in der gesellschaftlichen Diskussion Relevanz erlangen.

Middleman minorities are strangers. They keep themselves apart from the societies in which they dwell, engage in liquidable occupations, are thrifty and organized economically. Hence, they come into conflict with the surrounding society yet are bound to it by economic success. (Bonacich 1973: 593)

Edna Bonacich war es auch, die den Begriff der »ethnischen Ökonomie« maßgeblich prägte. (Bonacich/Modell 1980: 43) Sie nutzte den Begriff als »Überbegriff für kleine Betriebe mit wenig Kapital«, die »ohne bezahlte Angestellte und dafür mit überwiegend unbezahlter Familienarbeitskraft« (Schmiz 2011: 49) arbeiten – auch das Motive, die im Diskurs weiterhin sehr präsent sind.

Viele der späteren Forschungen beziehen sich im weitesten Sinne auf diese grundlegenden Arbeiten. Auch sie hatten zum Ziel, »ethnisches Unternehmertum« zu erklären und, mehr und mehr, es zu systematisieren. Diese Strukturierungsversuche können auch als Reaktion auf die Struktur des Diskurses selbst verstanden werden. Nicht nur Light, auch Bonacich weist auf Unklarheiten mit Blick auf Konzepte, Labels und Kategorien hin,⁸⁸ sodass der Versuch, dem Diskurs Ordnung und Struktur zu verleihen, das Themenfeld schon früh begleitete. Spätere Studien dienten also oft dazu, »migrantische Unternehmen zu kategorisieren und von anderen Unternehmensformen unterscheiden zu können« (Schmiz 2011: 53). Auch diese Unterscheidung kann als besonders stabiles Narrativ beschrieben werden, das ja von grundlegender Bedeutung für den Diskurs überhaupt ist. Demselben Argumentationsstrang ist die Suche nach den Besonderheiten »ethnischen Unternehmertums« zuzurechnen.

Auch das zeigt sich bereits beim *Middleman Minorities*-Ansatz, der über die »peculiarities« (Bonacich 1973: 583) der wirtschaftlichen Rolle bestimmter gesellschaftlicher Einwanderergruppen informiert: »They play the role of middleman between producer and consumer, employer and employee, owner and renter, elite and masses.« (Bonacich 1973: 583)

Middleman Minority-Unternehmer_innen haben diesem Verständnis nach kaum Verbindungen zum lokalen gesellschaftlichen Umfeld, in dem sie Handel treiben. Im klassischen Verständnis besetzen sie bestimmte Branchen, die von Einheimischen verlassen wurden und schnellen Gewinn abzuwerfen versprechen.

Die Frage nach der Verankerung im lokalen Umfeld wird auch im Rahmen anderer Forschungsstränge gestellt. Häufig überlappt sich die Beschreibung der *Middleman Minority*-Unternehmer_innen mit der von »Enklavenunternehmer_innen«, die in »ethnischen Enklaven« operieren. Diese sogenannten »enclave entrepreneurs« (Zhou 2013) teilen demnach die Zugehörigkeit zur selben ethnischen Gruppe und die daraus resultierenden sozialen Strukturen. Zudem seien sie oft an einem Ort konzentriert. Diese

88 »the form has not been precisely defined, nor clearly labelled.« (Bonacich 1973: 538)

»ethnischen Enklaven«⁸⁹ sind zunächst Gebiete im Stadtraum, namentlich solche, in denen sich Migrant_innen einer bestimmten Gruppe konzentrieren und an denen sich Institutionen entwickeln, die die Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund fördern. Häufig werden sie daher mit der Herkunft dieser Gruppen identifiziert. *Chinatowns* oder *Little Italy* werden als typische Beispiele für solche Enklaven betrachtet. Davon werden »ethnic neighborhoods« unterschieden, die zwar mehrheitlich von »ethnischen Gruppen« bewohnt werden, von denen jedoch keine einen so dominant gestalterischen Einfluss wie in einer Enklave gewinne. (Zhou 2013)

Erkenntnisse zur lokalen Struktur »ethnischen Unternehmertums« werden in der Forschung noch weiter ausdifferenziert. In Bezug auf die lokale Clusterung »ethnischer Ökonomie« unterscheidet sie die Enklave von der »Nischenökonomie«. So bezeichnet sie Orte, an denen gewisse Geschäftsfelder zu überproportionalen Anteilen von ethnischen Minderheiten gesteuert werden. Netzwerke stellen soziales Kapital bereit und erleichtern so ökonomisches Handeln.

Das Konzept der »ethnischen Ökonomie« rückt die Frage nach gemeinsamer, geteilter Ethnizität, im Englischen als »co-ethnicity« bezeichnet, ins Zentrum ihrer Argumentation. Auf dieser Grundlage wird sie von der Enklavenökonomie unterschieden, wobei diese als Spezialfall der »ethnischen Ökonomie« betrachtet wird, »one that is bounded by co-ethnicity and location« (Zhou 2013). In dieser Formulierung wird die Verknüpfung des Interesses an *co-ethnicity* und Verortung ethnisierter Gruppen deutlich. Während jede Gruppe Zugewanderter über eine »ethnische Ökonomie« verfüge, verfügten nur manche über eine Enklavenökonomie. (Light/Karageorgis 1994: 649) Sie zeichne sich unter anderem durch eine Diversifizierung der Tätigkeiten, weg von der reinen Produktion hin zum Handel aus, der sich auch auf den allgemeinen Verbrauchermarkt richte. Zudem herrsche hohe Branchendiversität weit jenseits einst verlassener Nischen. Vor allem aber sei sie an Orten konzentriert, die als »ethnische Enklave« beschrieben werden – »an ethnically identifiable neighborhood with a minimum level of institutional completeness« (Zhou 2004).

Die »ethnische Ökonomie« hingegen umfasse alle selbstständigen Unternehmer_innen, Arbeitgeber_innen und Arbeitnehmer_innen einer bestimmten ethnischen Gruppe, also all diejenigen, die »[are, RB] owned, supervised, or staffed by racial or ethnic minority group members regardless of size, type, and locational clustering.« (Zhou 2013) Sie beinhaltet demnach quasi alle Unternehmen, die derselben ethnischen Gruppe zugerechnet werden. Mitarbeiter_innen werden aus der Familie, zumindest aber aus derselben ethnischen Gruppe rekrutiert. Die »ethnische Ökonomie« zeichnet sich durch ein Netzwerk aus, mittels dessen Arbeitsplätze inner- und außerhalb der »ethnischen Ökonomie« an *co-ethnics* verteilt werden.

»Ethnic Economy« ist in seiner ursprünglichen Bedeutung ein sehr weit gefasstes Konzept. Sie existiere überall dort, wo eine migrantisierte oder ethnisierte Minderheit durch die Besitzverhältnisse die Kontrolle über einen privatwirtschaftlichen Sektor halte. (Light/Karageorgis 1994: 648)

89 Im Zusammenhang mit »ethnischem Unternehmertum« erstmals bei Wilson/Portes (1980).

The ethnic economy thus encompasses businesses owned by middleman minorities, businesses owned by co-ethnics in ethnic enclaves, as well as all ethnically owned or ethnically controlled enterprises in the general economy. (Zhou 2013)

Mit der Verschiebung der Interessen am Feld und der Fragen, die die verschiedenen Ansätze zu beantworten suchten, wird das »ethnische Ökonomie«-Konzept zu einer analytisch-argumentativen Figur, die lokale Struktur, Bedeutung von Ethnizität, Handlungsmaxime, Institutionalisiertheit und Netzwerke in ökonomischem Handeln zu erklären versucht. Durch die Integration dieser unterschiedlichen Forschungsinteressen wird es zu einem Konzept, das die Spezifika ethnisierten Unternehmer_innen sammeln und erklären möchte und sie mit ökonomischem Handeln in Verbindung bringt.

Aufkommende europäische Forschungsansätze stellen neue Fragen, die sie beantworten möchten, indem sie US-amerikanische Theorien auf die institutionelle Landschaft Europas anzuwenden und anzupassen versuchen. Die Genese des *mixed embeddedness*-Ansatzes (Kloosterman u.a. 1999) ist mit dem Versuch verbunden, die »role of immigrant entrepreneurs in informal activities« (Kloosterman u.a. 1999: 252) zu erforschen. Der Blick der Autoren richtet sich auf die Möglichkeiten sozialer Aufwärtsmobilität und damit auf die Möglichkeiten, dass »ethnische Unternehmer_innen« im niederländischen Kontext zum Erfolg gelangen.

Das »interaktive Modell« oder »Interaktionsansatz« (Waldinger u.a. 1990a), demzufolge »ethnische« und soziokulturelle mit politisch-wirtschaftlichen Faktoren zu kombinieren seien, um zu einer holistischeren Perspektive zu gelangen, ordnen Kloosterman/Rath (2003: 6) eher als Klassifikation denn als Modell mit erklärendem Wert ein. Mit ihrer eigenen Arbeit reagieren sie somit auch auf Roger Waldinger und Kollegen. Daneben zeigt sich auch bei den niederländischen Autoren, wie die Bedeutung der Irritation etablierter Seh- und Denkgewohnheiten⁹⁰ zum Ausgangspunkt der Forschung wird, wenn sie ihr Paper mit der Feststellung einleiten, dass »The impact of immigrants has very noticeably changed the outlook of larger Dutch cities in the last quarter of this century« (Kloosterman u.a. 1999: 252). Darauf aufbauend beschreiben sie die Gelegenheitsstrukturen »ethnischen Unternehmertums« als zusammengesetzt aus Marktbedingungen, Zugang zu Eigentum, Mobilisierung von Ressourcen und disponierte und unveränderbare Faktoren. (Waldinger u.a. 1990b: 21ff) Indem die Autoren die »composition of immigrant entrepreneurs from less-developed countries« (Kloosterman/Rath 2001: 191) von der von Einheimischen scharf differenzieren, argumentieren sie auch dafür, andere Gelegenheitsstrukturen zu berücksichtigen: »For them it is mainly segments that usually require only small outlays of capital and relatively low levels of education where they can set up shop.« (Kloosterman/Rath 2001: 191)

Gleichwohl, so die zweite These, seien Zuwanderer_innen in der Lage, Gelegenheitsstrukturen zu ihren Gunsten anzupassen. Insofern schlägt der *mixed embeddedness*-Ansatz vor, Gelegenheitsstrukturen auf drei Ebenen zu analysieren (national, regional/urban, Stadtviertel). Ziel der Analyse ist eine Berücksichtigung nicht nur der makroökonomischen Strukturen, sondern auch von »sets of rules and regulations, neighbourhoods, associations and business traditions« (Kloosterman u.a. 1999: 262), in die Zuwande-

90 vgl. Kap. 2.4.1 zur Bedeutung solcher Irritationen für die Problematisierung im Diskurs.

rer_innen eingebunden sind, wobei das sozioökonomische und politisch institutionelle Umfeld des »country of settlement« (Kloosterman u.a. 1999: 253) explizit einzubeziehen sei.

2.4.3 Deutschsprachige Forschungslinien

Die erste mir bekannte deutschsprachige Arbeit, die sich explizit mit »ethnischer Ökonomie« beschäftigt, ist auf das Jahr 1992 datiert. Edith Pichlers Studie »Ökonomische Nischen, ethnische Ökonomie und internationale Vernetzung« über »die italienischen Gewerbetreibenden in Berlin« erschien als 48-seitiges Working Paper, das anhand von Fallstudien die Branchenverteilung ehemaliger italienischer Gastarbeiter auf Gastronomie, Bauwirtschaft sowie Bekleidung und Mode beschreibt. Auf das »ethnische Ökonomie«- oder das Nischenkonzept geht sie nicht ein. Fragen nach sozialer Mobilität und der Nutzung spezifischer Gelegenheitsstrukturen finden sich aber bereits hier.

Zuvor beschäftigte sich das Zentrum für Türkeistudien⁹¹ mit »türkischen Unternehmensgründungen«, ohne explizit von »ethnischem Unternehmertum« zu sprechen.⁹² Die Autoren stellen fest:

Gegenwärtig gibt es keine theoretische Vorbereitung bzw. kein theoretisches Gerüst für die ausländische Selbstständigkeit in der Bundesrepublik. (Zentrum für Türkeistudien 1989: 27)

Gleichwohl beziehen sie sich auf Studien zur »Nischenökonomie« aus früheren Jahren⁹³ und beziehen in ihre Darstellung implizit auch Enklavenmodelle mit ein. Spezifisch für den deutschen Kontext ist die Beschäftigung mit Integration. So bezeichnen die Autoren das Phänomen als »neue Dimension der Integrationsfrage«, die als »Aspekt der Integrationsproblematik« und »Indikator für Integration« bearbeitet wird.

Als frühe Forschung zur Arbeitsmarktsituation von Selbstständigen mit Migrationshintergrund gilt Felicitas Hillmanns Studie zu türkischen Unternehmerinnen in Berlin (1998). Mit Gender bringt sie einen neuen Aspekt in die Diskussion ein. Beispielsweise konstatiert sie eine geringe Präsenz weiblicher Unternehmerinnen innerhalb der türkischen Unternehmer_innenschaft, die auch heute noch, gerade im Hinblick auf den Organisationsgrad in Verbänden, feststellbar ist. Gleichzeitig zeigt sie, dass sich türkische Unternehmerinnen zunehmend weniger auf die eigene Community fokussierten. In jüngeren Arbeiten beschäftigt sie sich mit unternehmerischer Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund im Zusammenhang mit Fragen der Arbeitsmarktintegration insgesamt (Hillmann 2011) und mit der Rolle der Unternehmer_innen im Stadtraum (Hillmann 2018).

91 Das Zentrum ist immer wieder Gegenstand politischer Kontroversen, vgl. <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/tuerkeistudien-tagung-in-essen-wird-zum-propaganda-forum-16239206.html> (06/2019); <https://www.welt.de/politik/article2179999/Faruk-Sen-und-sein-finsteres-Deutschlandbild.html> (06/2019).

92 vgl. auch Blaschke/Ersöz (1986a, 1986b, 1987).

93 Blaschke/Ersöz (1986b).

Im Allgemeinen konzentrieren sich deutschsprachige Studien vorwiegend auf Zusammenhänge »ethnischen Unternehmertums« mit Stadtentwicklung⁹⁴, Integration⁹⁵ und sozialer Mobilität⁹⁶. Sie untersuchen ihre Bedeutung für die Gesamtwirtschaft⁹⁷ und plädieren auf dieser Grundlage häufig für eine höhere Anerkennung der Beiträge »ethnischer Unternehmen«. Meist steht die Befragung »ethnischen Unternehmertums« auf Chancen und Potenziale für Stadtentwicklung, Integration und soziale Mobilität im Vordergrund.⁹⁸

Neuere Publikationen fragen »danach, wie das durch Migration geprägte Unternehmertum die Gesellschaft vor Ort verändert (hat)« (Lemberger 2019: 21)⁹⁹ und beziehen Tendenzen der lokalen, aber auch der transnationalen Vernetzung mit in ihre Argumentation ein. Insofern gibt eine der jüngeren Arbeiten möglicherweise auch einen Ausblick auf die zukünftige deutschsprachige Forschung. (Räuchle/Nuissl 2019) Sie fragt nach Möglichkeiten der Verknüpfung des Themas mit postmigrantischen Ansätzen. Die Autor_innen verstehen das Phänomen als »prä-postmigrantisch« und gehen damit davon aus, dass eine postmigrantische Perspektive auf »ethnische Ökonomien« kaum volumnfähig möglich sei. Sie erklären dazu, dass

»nicht nur die wissenschaftliche Analyse migrantischer Ökonomien, sondern auch deren stadtentwicklungspolitische Handhabung von einer explizit postmigrantischen Herangehensweise noch ein gutes Stück entfernt ist«, wenngleich »durchaus auch postmigrantische Argumentationsfiguren festgestellt werden konnten.« (Räuchle/Nuissl 2019: 10)

2.4.4 Synthesen

Im Angesicht der Vielzahl sich überschneidender Ansätze, Argumentationen und inhaltlichen Interessen, die mit dem »ethnische Ökonomie«-Konzept verbunden sind, haben sich einige Forschende um eine Verdichtung der einzelnen Konzepte zu kohärenten Ansätzen bemüht. Bariş Ülker (2016: 108ff.) synthetisiert die Konzepte zu »ethnischem Unternehmertum« in fünf Ansätze, die er als »Middleman Minorities Approach«, »Disadvantage Approach«, »Ethnic Enclave Economy Approach«, »Interaction Approach« und »Mixed Embeddedness Approach« zusammenfasst. Als »Wahrheitsregime« gekennzeichnet, ordnet er einige der zentralen Motive wissenschaftlicher Auseinandersetzung mit dem Themenfeld in die europäische Geistesgeschichte von Unternehmertum ein. Dabei beschreibt er die Vorstellung von »ethnischem Unternehmertum« in der Logik des politischen Feldes als »a category of othering since the late 1980s« (Ülker 2016: 104). Er ergründet

94 Schmiz/Hernandez (2019); Aver (2013); Fürst/Balke (2013); Nuissl/Schmiz (2013); Schaland (2012); Hillmann/Sommer (2011); Rudolph/Hillmann (2008); Pichler (1997). Aus anderer Perspektive vgl. zur ambivalenten Behandlung »ethnischer Ökonomie« in der Stadtentwicklungspolitik Binder (2007).

95 Leicht (2018); Schuleri-Hartje u.a. (2005).

96 Leicht u.a. (2015); Husseini Araújona/Weber (2011); Apitzsch (2003).

97 Leicht (2018); Sachs u.a. (2016); Ersöz (2012); Leicht u.a. (2005).

98 vgl. Lemberger (2019); Räuchle/Nuissl (2019); Kayser (2008).

99 vgl. dazu z.B. Stock (2013) oder, aus historischer Perspektive, Möhring (2012).

die Argumentationslogik hinter der politischen Bearbeitung »ethnischen Unternehmertums« in der BRD, indem er die zugrunde liegenden Wissensbestände aufarbeitet und damit den intellektuellen und geistesgeschichtlichen Hintergrund für politische Interventionen in »ethnisches Unternehmertum« analysiert. Beispielsweise nennt er den »*Disadvantage Approach*«, der Ähnlichkeiten mit dem »*Middleman Minorities Approach*« aufweise, eine Überlebensstrategie für migrantische Minderheiten im Angesicht formaler Hürden des ersten Arbeitsmarktes und als Alternative zu Arbeitslosigkeit (»*underemployment*«).¹⁰⁰ Mangelnde Sprachkenntnisse, schlechte Bildung und Armut gelten hier als Hauptgründe für Selbstständigkeit. Zudem weist er auf die kulturellen Dynamiken hin, die mit dem Thema verbunden werden und bezeichnet Ethnizität in diesem Zusammenhang als eine »*pre-given category*« (Ülker 2016: 113). Ethnische Solidarität beschreibt er als wichtiges Kennzeichen des »*Ethnic Enclave Approach*«. Sie diene in diesem Zusammenhang als Quelle sozialer Mobilität und als integrativer Faktor in die Enklave. Aufgrund der Tatsache, dass Wettbewerb teilweise nur innerhalb der Enklave ausgetragen werde, konstatiert er: »*Enclaves are considered part of the periphery of the general economy.*« (Ülker 2016: 115)

Der »*Interaction Approach*« stellt ökonomische Gelegenheitsstrukturen, Marktbedingungen und Zugang zu Eigentum ins Zentrum seiner Argumentation. (Ülker 2016: 117) Ethnisierte Bedürfnisse, Zielgruppen und Geschäftsnetzwerke werden hier als Grundlage für das Aufkommen »ethnischen Unternehmertums« beschrieben. (Waldinger u.a. 1990a: 22ff.) Diese ethnisierten Märkte operieren auf der Grundlage gruppenspezifischer Präferenzen, Netzwerke und Vertrauensstrukturen, während »ethnische Unternehmer_innen« diesem Ansatz zufolge in der allgemeinen Wirtschaft nur unter Bedingungen von Selbstausbeutung in wenig kapitalintensiven Branchen, durch spezifische Eintrittsbarrieren, durch die Besetzung verlassener Branchen oder bei signifikantem Bedarf nach »*exotic goods and services*« (Ülker 2016: 118) seitens der Mehrheitsbevölkerung erfolgreich sein können. Dieser Ansatz argumentiert dezidiert kulturalistisch, wenn er beschreibt, »*why particular ethnic groups disproportionately concentrate on ethnic enterprises by underlining the groups' characteristics (i.e., predisposed factors and resource mobilization) [...].*« (Ülker 2016: 118) Er erklärt die Entstehung »ethnischen Unternehmertums« insgesamt als Zusammenspiel aus institutionellen Gelegenheitsstrukturen und gruppenspezifischen Charakteristika.

Taken as a whole, the interaction approach emphasizes the specific capabilities and potential of ethnic entrepreneurs, which derive from social networks and strategies (as reflections of pre-given cultural differences), and which must be analyzed in reference to various institutions (as the terrain of social policies). (Ülker 2016: 119)

Ülker resümiert, dass sich im Verständnis von »ethnischem Unternehmertum« in der BRD ein ordoliberales Verständnis von sozialer Marktwirtschaft spiegele und sie in erster Linie sozialpolitisch bearbeitet werde. Unternehmer_innen seien freie Akteur_innen innerhalb der Logik des Wettbewerbs und von rechtlichen, institutionellen und sozialen Beschränkungen.

¹⁰⁰ Ülker (2016: 111), teilweise mit Bezug auf Light/Gold (2000).

This is based on a way of thinking that associates a particular space with a pre-given identity (where this relation, or its existence, is considered natural), and hence it functions as a mechanism of othering. (Ülker 2016: 126)

Ivonne Fischer-Krapohl (2007) gruppier die unterschiedlichen Ansätze nach den Schwerpunkten ihrer Argumentation und stellt fest, dass manche kulturelle Spezifika, andere die gesellschaftlichen Rahmenbedingungen in den Vordergrund stellen. Während sich das Modell der Nischenökonomie beider Logiken bediene, perspektiveren »Kulturmodell« und »Ressourcenansatz« »ethnisches Unternehmertum« kulturalistisch. Der »Reaktionsansatz« beschäftigt sich mit strukturellen, gesellschaftlichen Rahmenbedingungen.

Indem sie drei Trends der öffentlichen Diskussion über das Thema »ethnische Ökonomie« beschreibt, geht Felicitas Hillmann in der Einführung ihres Buches über die Arbeitsmarktintegration von Menschen mit Migrationshintergrund über eine Neuvermessung von »ethnischer Ökonomie« oder »migrantischem Unternehmertum« als Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund hinaus. Vielmehr expliziert sie die öffentliche Rezeption der Diskussionen. Sie stellt fest, dass, erstens, die Wahrnehmung der Bedeutung »migrantischer Selbstständigkeit« hinter ihrer faktischen Bedeutung für Städte und Stadtbild zurückfalle. Zweitens konstatiert sie eine normative Aufladung der Debatte, in der

migrantische Selbstständigkeit [...] je nach politischer Couleur und nach Erkenntnisinteresse [...] mal als Beleg für gelungene Integration (Selbstständigkeit als persönlicher Erfolg) oder als Ausdruck von Ausgrenzung von einem weiter gefassten, allgemeinen Arbeitsmarkt interpretiert (Da sie sonst keine Chance haben, machen sie sich selbstständig) [wird, RB]. Beide Sichtweisen greifen zu kurz, da die berufliche Selbstständigkeit von Individuen immer in einem größeren Zusammenhang gesehen werden sollte. (Hillmann 2011: 10)

Drittens warnt sie vor der Erwartung, dass die Wissenschaft »genauestens über die migrantischen Ökonomien Auskunft geben kann«. (Hillmann 2011: 10) So gebe es nicht nur kaum vergleichende Studien mit »nicht-migrantischen Ökonomien«. Sie weist außerdem auf Grenzen der statistischen Erfassung,¹⁰¹ aber auch der sozialwissenschaftlichen Möglichkeiten in informationssensiblen Bereichen von Unternehmen hin.¹⁰² Gleichwohl sei das Bedürfnis zu erkennen, etwas Besonderes oder Ungewöhnliches »über die migrantischen Ökonomien [...] zu erfahren« (Hillmann 2011: 11) – mit anderen Worten, dem Raum zu geben, was Stuart Hall als »fascination with >otherness« (Hall 2013: 224) bezeichnet hat. Diese Faszination zeigt sich zum Beispiel in Momenten, in denen gefragt wird, »warum Migrantinnen und Migranten besonders häufig den Weg in die Selbstständigkeit wählen« (Vries 2019: 139).

101 vgl. Sachs u.a. (2016) als Beispiel für die begrenzte Reichweite von Statistikten: »Die Zahl der durch Selbstständige mit Migrationshintergrund abhängig Beschäftigten kann nur indirekt aus den Daten des Mikrozensus abgeleitet werden.« Vgl. dazu auch Schuleri-Hartje u.a. (2005: 23); Rudolph/Hillmann (1997: 102ff.).

102 vgl. dazu auch Wilpert (2003).

2.4.5 Flexibilitäten, Stabilitäten: Zur Struktur des »ethnische Ökonomie«-Diskurses

Für die englischsprachige Forschung wurde festgestellt, dass unterschiedliche Konzeptionen »ethnischen Unternehmertums« unscharf angewendet oder verwechselt wurden. (Zhou 2004: 1053) Wie sich das Konzept seiner Fixierung entzieht, zeigt sich im englischsprachigen Diskurs, wenn Enklaven- und ethnische Ökonomie häufig nicht deutlich unterschieden werden. Solche Unschärfen werden bei der Übertragung ins Deutsche häufig reproduziert. So ergeben sich einerseits Flexibilitäten und Ambivalenzen in der Nutzung der verschiedenen Konzepte. Andererseits entziehen sich manche Motive und Narrative im Diskurs beharrlich ihrer Flexibilisierung. Während die »fascination with *otherness*« für immer neue Fragen und Interessen im Diskurs sorgt und zu thematischen Verschiebungen in Diskussionen führt, bleiben viele der grundsätzlichen Motive und Narrative stabil, und mit ihnen die Argumentationslogik, der zufolge die Ethnisierten anders und diese Anderen in einiger Hinsicht spezifisch seien. Es ist nun genau die Suche nach diesen Spezifika – in sich wandelnden Interessenfeldern – die zu immer neuen Irritationen etablierter Denk- und Sehgewohnheiten führt und damit die fortwährende Problematisierung »ethnischer Ökonomie« im Diskurs bedingt.

Flexibilitäten: Ethnizität und »ethnische Ökonomie« als travelling theory

Das Ethnizitätskonzept, das genutzt wird, um das faszinierende Andere zu beschreiben, führt selbst einige Unklarheiten in Diskussion und Konzept ein, denn weder im wissenschaftlichen noch im alltäglichen Sprachgebrauch ist das Ethnizitätskonzept unkompliziert oder unwidersprochen definierbar. Es gibt bereits selbst reichlich Anlass zur Verunsicherung. So kennzeichnet Ethnizität vor allem eine Verknüpfung des Anderen mit gesellschaftlichen Diskursen. Ansonsten bleibt –

je nach theoretischer Ausrichtung – offen, ob damit Selbst- oder Fremdzuschreibungen gemeint sind und ob der Begriff einen gegebenen Zustand, ein Bewusstsein bzw. die Vorstellung der Zugehörigkeit oder ein in der sozialen und alltäglichen Praxis hergestelltes und änderbares Konstrukt beschreibt. (Schmidt-Lauber 2007: 8)

Gerade deshalb sollte das Konzept nicht als ein »unproblematisches Explanans – als offensichtliche Analyseeinheit und als selbsterklärende Variable« –, sondern als »Resultat spezifischer, analytisch aufzudeckender und empirisch genau zu bestimmender Prozesse« (Wimmer 2008: 58) verstanden werden.

Die Nutzung des Konzepts bedingt terminologische und semantische Flexibilitäten und ermöglicht so Verschiebungen im Diskurs. In der terminologischen Unklarheit liegt ein Hinweis auf die uneinheitliche Operationalisierung, aber auch Operationalisierbarkeit, des Konzepts und die komplizierten Situationen, die ich im Feld beim Gespräch über die Konzepte immer wieder vorfand, wenn ich mit meinen Gesprächspartner_innen Konzepte von »ethnischer Ökonomie« thematisierte.

Die schwierige Operationalisierbarkeit der Konzepte, auf die auch Felicitas Hillmann hinweist (Hillmann 2011: 11), kann Verschiebungen im Diskurs begünstigen. Während Ethnizität statistisch kaum abbildbar ist, werden auch andere relevante Daten

statistisch nicht oder nur ungenau erfasst.¹⁰³ Und selbst wenn sie erfasst werden, sind sie oft von streitbarer Aussagekraft,¹⁰⁴ insbesondere wenn sich Studien auf so unklare Gruppen wie »die schon lange hier lebenden sowie die neu hinzukommenden Einwanderer« (Schuleri-Hartje u.a. 2005: 9) beziehen. Die Plausibilisierbarkeit und der explanatorische Wert von Statistiken sehen sich vor diesem Hintergrund im Zusammenhang mit »ethnischem Unternehmertum« daher stark relativiert.

In der deutschsprachigen Forschung wird die Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund in unterschiedliche Begriffe und Konzepte gefasst und die Bezeichnung des Phänomens auch über die Nutzung des Ethnizitätskonzepts hinaus flexibilisiert. Die verschiedenen Bezeichnungen haben Veränderungen, Aktualisierungen und Konjunkturen erfahren, sind jedoch meiner Erfahrung nach in vielen Fällen ontologisch austauschbar. Während im Englischen die Begriffe »immigrant« oder »ethnic entrepreneurship« als Überbegriff gelten, unter denen unter anderem der der »ethnic economy« subsumiert wird, wird im Deutschen »ethnische Ökonomie« synonym mit »ethnischem« oder »migrantischem Unternehmertum« verwendet.¹⁰⁵ Präziserweise wäre jedoch auch im Deutschen die »ethnische Ökonomie« eine Sonderform von »migrantischem Unternehmertum« – eine Unterscheidung, die in der Form meines Wissens nach in der deutschsprachigen Literatur nicht getroffen wurde. Die unterschiedlichen Konzepte werden vielmehr häufig in austauschbaren Bedeutungszusammenhängen verwendet,¹⁰⁶ während mitunter andere Verständnisse und Zusammenhänge zwischen den Konzepten eingeführt werden.¹⁰⁷ Die Forschung blickt demnach auf Unternehmertum, Unternehmer_innen, Ökonomie, Ökonomien oder Wirtschaft, die sie als »ethnisch« oder »migrantisch«, »Migranten-«, manchmal auch als »nicht-deutsch« labeln.¹⁰⁸ Zudem werden in der deutschsprachigen Forschung andere Konzepte wie das der »Ergänzungsoökonomie« eingeführt, die von der Nischenökonomie unterschieden werden.¹⁰⁹

103 vgl. Supik (2017); Supik (2014); Zimmernann (2006).

104 Ich denke hierbei an die Erfassung des »Migrationshintergrunds« in öffentlichen Statistiken in Deutschland: »Eine Person hat einen Migrationshintergrund, wenn sie selbst oder mindestens ein Elternteil nicht mit deutscher Staatsangehörigkeit geboren wurde. Im Einzelnen umfasst diese Definition zugewanderte und nicht zugewanderte Ausländerinnen und Ausländer, zugewanderte und nicht zugewanderte Eingebürgerte, (Spät-)Aussiedlerinnen und (Spät-)Aussiedler sowie die als Deutsche geborenen Nachkommen dieser Gruppen.« (<https://www.destatis.de/DE/Themen/Gesellschaft-Umwelt/Bevoelkerung/Migration-Integration/Methoden/migrationshintergrund.html> [04/2019]) Die hier gezogenen Grenzen bieten aus meiner Sicht nur in begrenztem Maße erklärendes Potenzial im Hinblick auf Unternehmensgründungen dieser Bevölkerungsgruppe.

105 vgl. dazu auch Schmitt (2015: 21).

106 Andere Forschungen unterscheiden bspw. auch »migrantisches Unternehmertum« von »immigrant business«, Schmitt (2015: 21).

107 vgl. z.B. Schmitz (2011: 48f), der der Begriff »MigrantInnenökonomien [...] als Überbau für eine Bandbreite von Erklärungsansätzen dient«, die sie anschließend erläutert.

108 Das Problem ist kein exklusiv deutschsprachiges, vgl. z.B. Rath (2010: 1), vgl. zudem Zhou (2004: 1053).

109 Erstmals bei Blaschke/Ersöz (1987), vgl. auch Heckmann (1998).

Begriffliche Veränderungen, beispielsweise von der »ethnischen« zur »migrantischen Ökonomie« artikulieren zuvorderst ein Unbehagen mit der Kategorie des Ethnischen, die auf ein Bewusstsein für die damit einhergehenden Prozesse von Ethnisierung und *othering* hindeutet, obschon sich die veränderte Bezeichnung nicht in einer Revision des Referenten äußert. In diesem Zusammenhang möchte ich mich Bariş Ülkers Anmerkungen anschließen, der die einfache Weiterentwicklung begrifflicher Formen dahingehend kritisiert, dass sie nicht die kategorialen Setzungen und die darin implizierten kulturellen Differenzen aufzulösen vermag, die weiterhin als gegeben vorausgesetzt werden. Dabei sei gerade das für viele Forscher_innen der Grund gewesen, das Konzept »ethnischer Unternehmer_innen« durch das des »migrantischen Unternehmertums« zu ersetzen. (Ülker 2016: 120)

Gleichwohl muss darauf hingewiesen werden, dass nicht allein Übersetzung und Übertragung des Konzepts für eingelagerte Fluiditäten verantwortlich ist. Denn das Konzept wird mit seiner, nicht nur sprachlichen, Übertragung in andere, nicht nur nationale, Kontexte flexibilisiert, neu adaptiert und neuen Macht- und Interessenverhältnissen ausgesetzt. Wenn beispielsweise »Cubans in Miami« (Wilson/Portes 1980) untersucht werden, sind Ableitungen aus den für diese Studie gemachten Beobachtungen und Interpretationen nur in begrenztem Umfang auf andere Zusammenhänge übertragbar.¹¹⁰ Solche Verschiebungen verlaufen daher nicht reibungsfrei. Vielmehr werden die Konzepte stets in neue Kontexte und Akteurskonstellationen hineinverhandelt. Derartige Übertragungen sind demnach auch als Reaktionen auf neue Fragen und Anliegen an Wissenschaft im Allgemeinen, und an das Konzept im Besonderen, zu verstehen. In der Bearbeitung neuer Fragen produzieren mithin neue Aspekte zunehmend flexibler Konzeptionen von »ethnischer Ökonomie«. Betrachtet man »ethnische Ökonomie« als *travelling theory* im Sinne Edward Saids, so wird sichtbar, dass »ethnische Ökonomie« nicht »above historical conjunctures« (Clifford 1989), sondern innerhalb spezifischer Kontexte operiert. Zwar bestimme der Kontext und dessen Veränderung eine Theorie nicht vollumfänglich neu, aber dennoch werde sie »*to some extent transformed by its new uses, its new position in a new time and place*« (Said 1983: 227). Diese neuen Kontexte seien »*irreducibly first conditions, and they provide limits and apply pressures to which each writer, given his own gifts, predilections, and interests, responds.*« (Said 1983:237)

So sind auch die verschiedenen Formen der unterschiedlichen Konzepte im Themenfeld »ethnische Ökonomie« Reaktionen auf Einflüsse und Grenzen ihrer Kontexte, im Rahmen der Verortung ihrer Autor_innen.¹¹¹ Die oben beschriebenen Reibungen gelten als die Folge von Theoriebewegung in andere Kontexte. Sie resultieren in der Assimilation der Theorie, in denen sich Bedeutungen und Ausrichtungen verschieben können. (Said 1983: 226f.) Die wird auch hier im Feld sichtbar, wenn neue Fragen an das Konzept herangetragen und neue Erzählmuster generiert werden. James Clifford weist allerdings darauf hin, dass die Linearität, mit der Said argumentiert, in einem

¹¹⁰ vgl. dazu auch Kloosterman/Rath (2003), die feststellen: »*many American approaches, although fruitful and inspiring, tend to take the American economy and its specific regulatory setting too much for granted.*«

¹¹¹ Said argumentiert in Bezug auf das literarische Feld. Gleichwohl können seine Gedanken auch hier erklärend wirken.

»complexly literate, politicized, global system of cultural flows« (Clifford 1989) nicht länger charakteristisch sei, denn die stabile Zusammensetzung des Publikums sei in einem solchen Umfeld nicht länger gewährleistet, die Anpassung von Theorie an ihren Kontext erschwert. Nicht nur im wissenschaftlichen Feld ist das Publikum des »ethnische Ökonomie«-Konzepts stark über Fächer- und Sprachgrenzen hinweg diversifiziert. Auch darüber hinaus richtet es sich an unterschiedliche Akteursgruppen, politische Institutionen, Verbände und Unternehmer_innen. Er gelangt damit zu einem Verständnis von Theorie, wonach diese »might also be understood not just an entity that travels, as Said intimated, but as itself a practice of travel and observation.« (Clifford 1989)

Als »product of displacement, comparison, a certain distance« (Clifford 1989) wird Theorie ihrer Ortsgebundenheit enthoben. So erklärt sich dann auch die Verwendbarkeit unterschiedlicher Formen der »ethnische Ökonomie«-Konzepte über Kontexte hinweg, mal stärker, mal weniger stark an diese assimiliert und adaptiert. Die Konzepte werden selbst Ausdruck beobachtender wissenschaftlicher Praxis.

Wenn man nun zudem die im Diskurs eingelagerten *othering*-Proesse und die Performanz des kulturalisierten Anderen als die Hervorbringung kolonialer Subjekte liest, so zeigen sich nicht nur bei Said, sondern auch am Beispiel der »ethnischen Ökonomie« Prozesse eines »new marking of the West as a site of ongoing power and contestation, of centrality and dispersal.« (Clifford 1989, Hervorh. i. O.), das Clifford in postkolonialen Kontexten kritisch hinterfragt. Der Diskurs als Ort von machtvoller Definition und Bestimmbarkeit von Theorien »ethnischer Ökonomie« »is now increasingly contested, cut across, by other locations, claims, trajectories of knowledge articulating racial, gender, and cultural differences.« (Clifford 1989)

Formen dieser *contestation* zeigen sich auch im Diskurs, vor allem aber in der Praxis »ethnischer Ökonomie« in Praktiken, die sich den Narrativen »ethnischer Ökonomie« mal implizit, mal explizit widersetzen.

In der Problematisierung einzelner Diskursstränge ergeben sich neue Fragen an das Phänomen »ethnische Ökonomie«, die durch Forschung beantwortet werden sollen. Indem Wissen um »ethnisches Unternehmertum« ständig in Bewegung ist und neu aggregiert wird, gestaltet sich auch seine Zusammenfassung schwierig. Gerade im Anbetracht der großen Fülle an Forschungen, bleiben die wenigsten von ihnen – trotz, aber auch gerade wegen ihrer Salienz – unwidersprochen. Und dennoch steht die Verlässlichkeit, mit der die zu beschreibenden Motive auftreten, und die daraus folgende Stabilität der übergeordneten Narrative¹¹² eben ganz im Gegensatz zur terminologischen Entwicklung um das Konzept herum und zu den zuvor beschriebenen Komplikationen, die der Versuch einer Fixierung des Konzepts mit sich bringen würde. Die terminologische Flexibilität steht somit in bemerkenswerter Diskontinuität zur Stabilität einiger inhaltlicher Motive und Narrative des wissenschaftlichen Diskurses um »ethnische Ökonomie«.

Stabile Narrative »ethnischer Ökonomie«

Als Narrative bezeichne ich erzählerische Motive, die mittels einer kohärenten Logik, der sie gemeinsam folgen, zu sinnhaften Einheiten verknüpft werden: thematisch be-

¹¹² vgl. Kap. 3.6.

deutungsvolle, Aneinanderreihungen von Motiven mit gemeinsamer Logik.¹¹³ Im Prozess der Problematisierung »ethnischer Ökonomie« erweisen sich einige von ihnen als besonders stabil. Sie werden häufig wiederholt, sowohl als Ausgangspunkt als auch als Ergebnis verschiedener Studien, und so charakteristisches Merkmal »ethnischer Ökonomie«.

Einer dieser salienten Diskursstränge beschäftigt sich mit den Stärken und Schwächen »ethnischen Unternehmertums«. Dabei werden sowohl Fragen nach Potenzialen und Risiken für die Unternehmer_innen selbst als auch für die Gesamtgesellschaft gestellt und zu beantworten versucht. Im Prozess der Problematisierung werden die Chancen und Risiken, aber auch die Unternehmer_innen, die sie verkörpern, gemeinsam mit ihren Unternehmen, zum Gegenstand wissenschaftlicher und letztendlich politischer Problematisierung. Sie werden so zum Teil des Diskurses um »ethnische Ökonomie« und artikulieren sich nicht nur in wissenschaftlicher, sondern auch in politischer Bearbeitung. Grundlage dieser und anderer Bearbeitungen bildet der auch im Ethnizitätskonzept angelegte Dualismus des »Wir und die Anderen«, die stets die unhinterfragte Unterscheidung einer »ethnischen« von einer »nicht-ethnischen« oder »einheimischen Ökonomie«. Mitunter wird innerhalb der ethnischen noch nach nationalen Ökonomien unterschieden, beispielsweise nach türkischer, italienischer und russischer Ökonomie. (Schuleri-Hartje u.a. 2005: 38ff.) Spätestens hier, wo die ethnische Kategorie mittels nationaler Labels weiter ausdifferenziert wird, wird deutlich, wie unscharf die Abgrenzung ethno-natio-kultureller Kategorien von Ethnizität, Nation und Kultur ist und wie sehr sich diese Konzepte hier überlagern. Neben der grundsätzlich als gegeben angenommenen Unterscheidung gehen viele Studien zudem davon aus, dass sich »typische Unterschiede gegenüber deutschen Selbstständigen und zwischen einzelnen ethnischen Ökonomien erkennen« (Schuleri-Hartje u.a. 2005: 9) ließen.

Unternehmensgründungen von den in Deutschland lebenden Ausländern unterscheiden sich in einigen Bereichen strukturell von den Gründungen Deutscher, vor allem was die Altersstruktur, die Branchenzugehörigkeit und die Beschaffung des benötigten Gründungskapitals betrifft. (Schuleri-Hartje u.a. 2005: 9f.)

Gleichwohl wird fast immer darauf hingewiesen, dass eine Beschäftigung mit dem Thema »jenseits romantisierender Vorstellungen, Klischees und Vorurteile« (Schuleri-Hartje u.a. 2005: 126) zu erfolgen habe und sich nicht vom Eindruck leiten lassen dürfe, dass »ethnisches Unternehmertum« ein homogenes Gebilde sei, beispielsweise im Verweis darauf, dass »Ethnizität kein Wesensmerkmal [ist, RB], wie der Begriff der ethnischen Ökonomie suggeriert, sondern eine soziale Konstruktion.« (Schmitt 2015: 22) Indem Ethnizität als offene und nicht bereits gesetzte Kategorie verwendet wird, »wird der Reproduktion »ethnischer« Zuschreibungen und Stigmata – der sogenannten Ethnierungsfalle – vorgebeugt« (Schmiz 2011: 63), ohne dass man sich dabei dem Dilemma der Reiteration durch Bearbeitung entziehen könnte.¹¹⁴

¹¹³ vgl. Rapport (2014: 317-325).

¹¹⁴ Dabei handelt es sich um ein Problem, von dem auch die vorliegende Arbeit nicht frei(zumachen) ist und das in den Gender Studies als feministisches Dilemma diskutiert wird, vgl. z.B. Beiträge

Auf der Grundlage der Unterscheidung »ethnischer« von »nicht-ethnischer Ökonomie« lassen sich nun die besonders salienten Motive hervorheben, die mitunter seit Beginn der wissenschaftlichen Beschäftigung mit dem Phänomen präsent sind.¹¹⁵ »Ethnische« Gründungen erfolgen nach herrschender Meinung meist aufgrund von Arbeitslosigkeit oder strukturellen Barrieren, die die Aufnahme in den ersten Arbeitsmarkt verhindern. (Zhou 2004: 1047)¹¹⁶ Dabei wird meist festgestellt, dass auf

die verschlechterte Beschäftigungssituation [in, RB] Deutschland lebende Ausländer [...] in stärkerem Maß als Deutsche [...] mit dem Weg in die Selbstständigkeit reagiert (Schuleri-Hartje u.a. 2005: 9)

hätten. Light (1994: 653) weist allerdings darauf hin, dass nicht in allen Fällen eine ökonomische Besserstellung mit der Selbstständigkeit einhergeht. Dennoch wird die Selbstständigkeit für Menschen mit Migrationshintergrund in vielen Fällen als Vehikel sozialer und ökonomischer Mobilität dargestellt.¹¹⁷ Eine andere Sichtweise weist zudem darauf hin, dass »migrantische Unternehmen« gleichzeitig Arbeitsplätze schaffen und betont die Chancen, die davon gerade in sich entwickelnden urbanen Gebieten ausgehen. (Kloosterman/Rath 2003) Dabei sei davon auszugehen, dass »migrantische« Gründungen in der Regel wenig kapital- oder bildungsintensiv erfolgen (Kloosterman/Rath 2003), sodass ihnen vor allem diejenigen Branchen offenstehen, in denen Arbeiter_innen zur Selbstausbeutung tendierten.

Lacking both in financial and human capital, many of these fledgling entrepreneurs can only set up shop in specific segments of these urban economies that allow for small-scale, labour-intensive, mainly low-skill production. [...] To survive in these mostly saturated markets, many (immigrant) entrepreneurs cut corners by engaging in informal economic activities. (Kloosterman u.a. 1999: 262)

Der hier gezogene Zusammenhang zwischen der Selbstständigkeit von Menschen mit Migrationshintergrund und der informellen Ökonomie wird zwar nicht grundsätzlich hergestellt, ist aber auch kein Einzelfall.¹¹⁸

Als besonders hoch wird die Bedeutung der Familienressourcen (Light/Karageorgis 1994: 657) dargestellt, genauso wie die Mobilisierung sog. »ethnischer Ressourcen« (Aldrich/Waldinger 1990), d.h. gemeinsame Charakteristika einer Gruppe, wie gemeinsame Netzwerke, die auch zur Personalrekrutierung genutzt werden, Bedürfnisse und das

von Baer oder Nickel in Braun (2000); Cornell und andere Beiträge in Benhabib (1994); außerdem Minow (1990, 1997).

¹¹⁵ Dabei gibt es sicher auch Unterschiede in Bezug auf den epistemologischen Hintergrund der einzelnen Studien. Eine zusätzliche Differenzierung nach einzelnen Fächern würde aber erstens den hier vorgegebenen Rahmen sprengen. Als interdisziplinäres Themenfeld hängen diese, zweitens, eng zusammen, sodass davon ausgegangen werden kann, dass die Studien trotz möglicher unterschiedlicher Fachgeschichten von Wissenschaftler_innen sämtlicher Fächer rezipiert werden.

¹¹⁶ vgl. aber bspw. Goldberg/Şen (1997: 78).

¹¹⁷ Zhou (2004: 1054); Light/Gold (2000: 56ff.).

¹¹⁸ vgl. z.B. auch Schuleri-Hartje u.a. (2005: 33f.); Light/Gold (2000: 208). Bei Niermann/Schnur/Drilling (2019) werden »Ethnische und informelle Ökonomie im Quartier« im Inhaltsverzeichnis zusammengefasst.

Wissen darüber, Sprache oder Religion (Light/Karageorgis 1994: 659ff.). Während diese Netzwerke verschiedenen Individuen derselben ethnischen Gruppe gemeinsam seien, werden Gruppen insgesamt anhand determinierbarer kulturalisierter Charakteristika unterschieden. Dazu gehören gruppenspezifische Ressourcen (Light/Gold 2000: 105ff.) und daraus abgeleitet explizit ethnische Strategien, die

emerge from the interaction of group characteristics and opportunity structures as entrepreneurs mobilize resources to meet market conditions, adapting to or creating solutions to problems. (Bossevain u.a. 1990: 155)

Diese Konzeptualisierung unterstreicht die Bedeutung der eigenen Ethnizität und ethnischer Netzwerke für Unternehmensgründungen als »ethnische_r Gründer_in«. Mit partikulären Ethnizitäten gehe eine spezifische Gründungsmentalität einher, und damit auch die hohe Wahrscheinlichkeit, nach der Gründung zu scheitern. So verfügten ethnische Gruppen überein

group-specific cultural repertoire in the form of imported and reactive cultural values, behavioral patterns, distinct group traits, social structures, collective resources, and coping strategies. (Zhou 2004: 1048)

Mit diesen Ressourcen arbeiteten »ethnische Unternehmen« vor allem kleinteilig. Sie seien hauptsächlich in lokalen Nischen tätig und dienen vor allem der Nahversorgung im jeweiligen Stadtviertel. (Rath 2010: 2) Dadurch trügen sie zur Belebung alter Stadtviertel und Branchen bei. (Kloosterman/Rath 2003: 3)

Durch ihre Bedeutung für die Nahversorgung und den lokalen Arbeitsmarkt, aber auch durch die kumulierte Bedeutung der wirtschaftlichen Aktivität werden Potenziale »ethnischen Unternehmertums« gemeinhin als förderungswürdig betrachtet.¹¹⁹ Häufig wird auch auf mögliche integrationsfördernde Prozess verwiesen. Light und Karageorgis (1994: 652) weisen auch darauf hin, dass die Unterhaltung einer Enklave durchaus ökonomische Vorteile haben kann und daher eher hemmend auf gesamtgesellschaftliche Inklusionsprozesse wirkt.

Das »ethnische Ökonomie«-Konzept kann damit, zusammenfassend, als flexibel und stabil gleichermaßen beschrieben werden. Beides wurde teilweise mit Konzept und Verständnis(en) von Ethnizität erklärt. Indem sich im Diskurs immer neue Verschiebungen ergeben und Leerstellen eröffnen, verändern sich die Fragen, die an das Konzept herangetragen werden. Das Konzept erweist sich als flexibel genug, um auf sich ändernde Interessenlagen zu reagieren. Dabei werden fortlaufend neue Themenfelder erschlossen, mit denen das Konzept in Zusammenhang gebracht wird. Durch ihre Flexibilitäten sperren sich Konzepte und Begrifflichkeiten gegen apodiktische Interpretationen und entziehen sich so der Möglichkeit eindeutiger theoretischer oder methodischer Fixierung. Im Umkehrschluss führt das stetige Aufkommen und Auffüllen diskursiver Leerstellen dazu, dass sich Zusammenhänge neu bilden, sodass das Konzept zunehmend diskursiv verdichtet wird. Variabilität und Flexibilität der Konzepte führen zu begrifflichen Unklarheiten im wissenschaftlichen und anwendungsorientierten Feld. Flexibilisierung in der Deutung des Konzepts öffnet es zudem für die

¹¹⁹ Nuissl/Schmiz (2013); Rath (2010: 3).

Nutzung durch unterschiedliche Akteur_innen und Akteursgruppen in sich unterschiedlichen Kontexten, wie sie im politischen Feld zu beobachten ist. Erst diese Flexibilität ermöglicht die Deutung und Nutzung durch verschiedene Akteur_innen im Feld.

Die Flexibilitäten des Konzepts stehen im bemerkenswerten Gegensatz zur beharrlichen Stabilität einiger Semantiken, Logiken und Argumentationsfiguren, die im Diskurs selten hinterfragt werden. Für manche Beschäftigung sind sie der Ausgangspunkt, für andere das Resultat. So bleibt die Vorstellung von einer separaten »ethnischen Ökonomie« stets unhinterfragt. Wenngleich ihre Separation zu überwinden sei, bleibt die diskursive Trennung durch Ethnisierung und *othering* doch das stabilste Merkmal »ethnischer Ökonomie«. Dieser sozial hervorgebrachten Trennung ist eine Faszination über das Andere einbeschrieben, das der Diskurs wiederum zu spezifizieren versucht und so fixiert. Die Frage nach den Spezifika des Anderen leitet mithin die Beschäftigung mit dem Phänomen an. So verschieben sich zwar die Fragen an »ethnische Ökonomie« ebenso wie die möglichen bearbeitenden Akteur_innen. Die Antworten werden aber gleichsam zu Merkmalen einer spezifischen, »ethnischen Ökonomie«.

Das folgende Kapitel drei setzt sich damit auseinander. Es geht im Abschnitt 3.6 explizit auf die Fragen ein, die an Diskurs und Praxis »ethnischer Ökonomie« gestellt werden und beleuchtet die Antworten, die auf Diskurs und Intervention wirken und somit Relevanz für die unternehmerische Praxis erlangen. Zuvor werden die Akteur_innen und, auf unterschiedlichen Ebenen, das Umfeld des Diskurses beschrieben und mit den Narrativen des Diskurses in Verbindung gebracht.

2.5 Zusammenhänge zwischen Wissenschaft und Politik

Bevor ich im folgenden Kapitel beschreibe, wie die Bearbeitung »ethnischer Ökonomie« im politischen Feld vor sich geht, möchte ich auf die Zusammenhänge zwischen den Feldern von Wissenschaft und Politik eingehen. Hinterfragt man diese Zusammenhänge, so ist davon auszugehen, dass die Beschäftigung mit »ethnischem Unternehmertum« im wissenschaftlichen Feld nicht ohne Konsequenz für Diskurs und Praxis in der politischen Auseinandersetzung bleibt. Denn das »reflexive Verhältnis« (Niedermüller 2004: 39) der beiden bedingt eine Wechselwirkung wissenschaftlicher Forschung mit politischer Deutung und Verarbeitung. Denn im Diskurs um »ethnisches Unternehmertum« sind die Akteursgruppen aus Wissenschaft und Politik eng miteinander verbunden. Beate Binder plädiert am Beispiel der Gender und Queer Studies für eine »radikalierte Reflexivität als Grundlage einer gender- und queertheoretisch informierten Anthropology of Policy« (Binder 2014: 374ff.). Diese Forderung ist aus meiner Sicht auch auf den vorliegenden Kontext übertragbar. Sie beruht zunächst auf Grenzen zwischen Wissenschaft und Politik, die durchlässiger seien als sie in der *Anthropology of Policy* (Shore/Wright 1997a) vorgesehen sind. Da die »Nahtstelle zwischen Politik und Wissenschaft immer bereits politisch« (Binder 2014: 380) sei, stehe wissenschaftliche Forschung in einem dauerhaften Spannungsverhältnis mit Politik. Dabei ist dieses »Spannungsverhältnis zwischen politischer und akademischer Praxis konstitutiver Bestandteil der Wissensproduktion« (Binder 2014: 375). Beate Binder plädiert somit für eine durchlässige Konzeption der Abgrenzung zwischen Wissenschaft und Politik, denn

politische Lösungsvorschläge werden häufig durch Verweise auf wissenschaftlich generiertes Wissen plausibilisiert. Umgekehrt seien politische Problemstellungen häufig Ausgangspunkt wissenschaftlicher Forschungen. (Binder 2014: 38of.)

Nicht zuletzt deswegen werden die für den wissenschaftlichen Diskurs besprochenen erzählerischen Motive¹²⁰ und Narrative der Darstellung auch im politischen Feld relevant sein. Daher geht das nächste Kapitel über die bisher kurz gehaltene Aufzählung der Motive hinaus. Im folgenden Abschnitt werden die oben genannten Motive, die zuvor nur dem wissenschaftlichen Diskurs entnommen wurden, unter Einbeziehung diskursiver Praktiken und materieller Arrangements des politischen Feldes verdichtet zu kohärenten Narrativen »ethnischen Unternehmertums«.

¹²⁰ Im Sinne eines inhaltlichen Strukturelements statt Motivation/Veranlassung/Grund.

