

Schmutzige Scheine – Geld als Ding der Unmöglichkeit

Geraldine Schmitz

EINLEITUNG

Dass Geld ein herausforderndes Ding ist, dürfte niemand abstreiten. »Geld regiert die Welt« so sagt man – natürlich ist Geld eine Herausforderung. Man hat gefühlt immer zu wenig davon. Hat man viel, wächst es von allein. Man kann so lange dafür arbeiten, dass es irgendwann für einen selbst arbeiten kann. Geld ist ein Wertmesser, dessen eigener Wert höchst variabel und instabil ist. Geld ist ein Tauschmittel, theoretisch sollte sein Wert also im Tausch liegen. Seit einer Weile liegt sein Wert allerdings eher darin, durch Zinsen zu wachsen. Dann ist Geld nur noch eine Zahl in einem Computer. Dann kann man es nicht anfassen bis man es an einem Bankautomaten abhebt. Die gesamte vorhandene Geldmenge ist jedoch nicht in Scheinen oder Münzen verfügbar. Der Großteil des Geldes ist also entweder durch andere Wertgegenstände repräsentiert – das können Immobilien sein, Gold, aber auch eine Kreditkarte – oder aber tatsächlich nur noch ein immaterielles Ding. Eine Zahl irgendwo in einem Rechenzentrum, die man nicht anfassen kann. Dieser Umstand sorgt dafür, dass das hiesige Finanzsystem selbst für Insider eine Herausforderung ist, weil Geld zu einem immateriellen Selbstläufer wurde. Ist die Materialität von Geld überhaupt noch wichtig, wenn langsam aber sicher die Bargeldabschaffung Einzug hält? Um diese Frage zu beantworten lohnt sich ein Blick nach Nordghana auf den Central Market in Tamale. Hier spielt die Materialität des Geldes eine äußerst wichtige Rolle. Die Währung Ghanas ist der

Abbildung 1: Market Money

Quelle: G. Schmitz

Cedi¹. Das Geld der Märkte, Market Money (Abb. 1), ist der Cedi, jedoch werden im Netzwerk der Märkte vor allem stark abgenutzte, schmutzige und kaputte Scheine verwendet, die in formellen Geschäften nur ungern, meistens aber gar nicht akzeptiert werden. Diese »schlechten« Scheine werden von den Händlern gelegentlich als Market Money bezeichnet. Da Market Money nichts anderes als der Cedi ist, hat es prinzipiell die gleiche Kaufkraft, wie »saubere« Scheine. Und doch hat es einen anderen Wert. Dieser Wert hängt maßgeblich mit der Materialität des Geldes und dessen Symbolkraft zusammen.

ETHNOGRAFISCHE ZUGÄNGE ZU MÄRKTEN

Die Literaturlage zu Märkten in Afrika ist erstaunlich klein, die Beschreibungen der Forschungsmethoden in einem solchen Terrain sind dementsprechend rar gesät. Um mich auf meine erste Forschung in Tamale, Nordghana, vorzubereiten, boten sich im Grunde nur vier Autoren: Gracia Clark, Polly Hill, Paul Bohannon

1 1 GHC entsprechen in etwa 5 Euro (Stand August 2017).

und George Dalton. Clark und Hill arbeiteten beide auf Märkten in Ghana und veröffentlichten dazu Monographien als auch Artikel. Bohannan und Dalton publizierten 1965 den großen Sammelband »Markets in Africa«.

Aus Bohannans und Daltons Werk geht wenig zur methodischen Arbeit auf Märkten hervor. Während Polly Hill als eigentliche Wirtschaftswissenschaftlerin die Forschung auf Märkten als hochkomplex beschreibt, erläutert Clark, wie sie im Markt von Kumasi ähnlich wie ein Kind das Leben im Markt erlernte:

»Although as individuals many market women are highly articulate and vocal, many of their stories ›were not told, they were en-acted‹ [...]. This lack of direct explanation turned out to be typical of how Asante children acquire trading skills; they are brought to market young and expected to show good sense in understanding what they see.« (Clark 1994: xxi)

Zudem erläutert Clark, dass sie während ihrer ganzen Forschung von den Händlern als »offenkundig inkompetenter Besucher« empfunden wurde (Clark 1994: xxi). Clark beschreibt zwar die Abläufe im Markt in Kumasi, jedoch lag ihr Forschungsinteresse eher darin, wie die Händlerinnen mit politischen Umwälzungen zwischen 1978 und 1999 umgingen und welche Rolle sie im gesellschaftlichen Gefüge als Händlerinnen spielen (Clark 1994). Hill untersuchte Ghanas Märkte unter fast ausschließlich ökonomischen Gesichtspunkten, was zwar zu einer eindrucksvollen Sammlung von Daten geführt hat (Hill 1984), mir jedoch recht wenig Anhaltspunkte lieferte, denn auch ihre Arbeiten zu Märkten in Ghana liegen zu weit zurück, da sie ihre Forschung zwischen 1962 und 1964 durchführte. Zudem schien sie die Forschung als Herausforderung zu empfinden:

»It is not so much the heat, the glare, the bustle, the over-crowding, the noise, the shouting [...], or even the sneezing caused by open bags of pepper and maize [...] – the difficulties are rather the extreme fluidity and complexity of the undocumented situation and the need to trouble informants at their moment of maximum anxiety, when they are concluding transactions.« (Hill 1963: 444)

»[...] that one can often cannot perceive order in chaos when overwhelmed by the sight of piles of produce in motion – participant observation then becomes an absurd notion.« (Hill 1984: 3)

Hill als auch Clark beschreiben Märkte in Ghana, jedoch konzentrierten sie sich auf bestimmte Spektren des Handels bzw. der Märkte. In meiner Forschung ging es aber um den Markt als Lebenswelt und Handels- und Handlungsstrategien der Händler in Bezug auf ihr wirtschaftliches und soziales Bestehen. Ich konnte also

kaum einen Bereich des Marktes oder des Handelns auslassen, sondern musste versuchen möglichst alles zu erfassen

Die beiden Zitate von Hill erscheinen zwar wenig erbaulich, dennoch sind sie zutreffend: Mit einem Notizblock bewaffnete Forschung im Sinne von Interviews und teilnehmender Beobachtung ist auf einem Markt in Ghana nicht möglich. Man stört die Menschen bei der Arbeit, wird als »inkompetente Besucherin« (Clark 1994: xxi) gesehen. Und nicht zuletzt erfährt man weniger. Clark trifft es mit ihrer Beobachtung, dass Kinder den Markt nicht verbal erklärt bekommen sehr gut: Den Markt erfährt man und dadurch erlernt man den Handel.

Ich stand also vor einer methodischen Herausforderung: Wie sollte ich dieses scheinbar undurchsichtige und vermeintlich chaotische Marktgefüge jemals begreifen, ohne immer die inkompetente Fremde zu sein? Betritt man einen ghanaischen Markt, erfasst man diesen zunächst kaum mental, sondern vielmehr körperlich: Es herrscht Gedränge, eine schwer zu greifende Geräuschkulisse, fremde Güter werden angeboten, zwischen den Beinen der Erwachsenen schieben sich Kleinkinder hindurch, man muss vor mit Gütern beladenen Köpfen von petty traders zuweilen in Deckung gehen, nicht immer angenehme Gerüche nehmen den Geist ein und man hat permanent Angst sich einen buchstäblichen Fehltritt in eine Pfütze oder eine verschimmelte Tomate zu machen.

Mir wurde schnell klar, dass es nicht möglich sein würde, den Handel im Markt zu begreifen, indem ich nur beobachte, ab und an helfe und Fragen stelle. In den ersten Tagen meiner Forschung stellte ich meiner Gastmutter Atu oft Fragen zu ihrem Laden im Markt. Sie ist Mitte fünfzig und Hajia², sie arbeitet schon ihr ganzes Leben auf dem Markt. Die Antworten von ihr waren anfangs immer kurz und unbefriedigend, weil sie zwar treffend, aber selten erklärend waren. Als ich sie beispielsweise fragte, wie sie so erfolgreich im Handel wurde, antwortete sie: »Weil ich Erfahrung habe«. Ich hakte nach, was es mit dieser Erfahrung auf sich hat und bekam als Antwort: »ich bin im Markt aufgewachsen«. – Das macht zwar Sinn, aber was Erfahrung im Markt tatsächlich bedeutet, ließ sich mit dieser Antwort nicht begreifen. Ich habe nicht weiter nachgehakt und bin bis heute davon überzeugt, dass ein Nachhaken ein Fehler gewesen wäre. Ich hätte sie damit gedrängt, eine Erklärung gefordert, eine Frage wäre zu einem Verhör geworden. Durch einfaches »dabei Sein« und Fragen stellen bzw. Gespräche führen lernte ich wenig über den Markt. Und vieles, was ich dadurch erfuhr erschien oft nicht ganz richtig. Ich entschied mich, Atu davon zu überzeugen, dass ich dazu im Stande bin körperlich zu arbeiten. Sie akzeptierte und behandelte mich fortan wie

2 Hajias sind Frauen, die bereits den Haddsch, die Pilgerreise nach Mekka unternommen haben. Die männliche Form ist Al Hadj.

ein Kind – ein Händlerkind, das den Markthandel erlernen soll. Atu verkauft Seife, Shampoo, Lotionen, Bürsten, Haarteile und viele weiterer Drogerieartikel. Zunächst dufte ich nur Seife aus Kartons abpacken, oder Kartons vom Lager zum Laden tragen oder ihr Produkte angeben. Zudem putzte ich den Laden morgens und abends. Die Arbeit war teilweise sehr anstrengend, vor allem aber hielt sie mich beschäftigt. Zu beschäftigt um Fragen zu stellen, die nicht meine direkte Tätigkeit betrafen. Unsre Gespräche entstanden also im Markt nur noch aus dem praktischen Kontext heraus. Durch meine Arbeit in Atus Laden wurde ich von einer Fremden zur weißesten Händlerin in Tamale. Auch andere Händler begannen mich für meine Arbeit zu respektieren – und waren neugierig, sodass ich in vielen verschiedenen Läden arbeiten durfte.

Die »Unzugänglichkeit« einer fremden Lebenswelt (Waldenfels 1998: 13), kann nur dann überbrückt werden, wenn man Teil von ihr wird. Die fremde Lebenswelt wird dann zu einer gemeinsamen Erfahrungswelt (Husserl 2008). Ein phänomenologischer Forschungsansatz nützt in diesem Sinne nicht nur der erkenntnistheoretischen Absicherung, sondern ist ein sinnvoller methodischer Weg für die Ethnologie. Ein so komplexes Forschungsterrain wie ein Markt, lässt sich jedenfalls in seiner Ganzheit – wenn überhaupt – nur dann adäquat beschreiben, wenn man tut, was die Händler tun und »ihr Lehrling« wird.

Hätte ich nicht intersubjektiv gearbeitet, wäre es nicht zum Thema dieses Beitrags gekommen. Nachdem ich selbst Waren verkaufen durfte, fiel mir folgendes auf: Wann immer mir – als »Händlerin« – Market Money gegeben wurde, gaben die Kunden mir dies mir halb geschlossener, nach unten gerichteter Hand von oben in meine Hand. In den seltenen Fällen, in denen mit sauberen, glatten Scheinen bezahlt wird, gaben sie mir diese mit der Handinnenfläche nach oben, den geglätteten Schein zwischen Daumen, Zeigefinger und Ringfinger in meiner Hand. Market Money wird eher gegeben, wie hierzulande Münzgeld. Man lässt es eher von oben fallen, statt es in gerader Linie zu geben. Ich sprach die Händler auf diese anscheinend absurde Kleinigkeit an und trat damit eine Diskussion unter den Händlerinnen los, denn zwar gaben sie mir recht, es war ihnen aber nie selbst aufgefallen.

Über den intersubjektiven Forschungsansatz bekam ich zudem nicht nur einen wesentlich besseren Zugang zu den Menschen vor Ort, sondern kam auch anders mit den Gegenständen des Alltags und des Marktes in Kontakt, indem ich lernte sie so zu benutzen und zu bewerten, wie die lokalen Akteure dies tun.

HÄNDLER UND DER STAAT – EINE SCHWERE BEZIEHUNG MIT FOLGEN

Um verstehen zu können, wieso Market Money – schmutzige Cedi-Scheine – mit Märkten assoziiert wird, muss man einen Blick auf Ghanas Geschichte werfen, denn diese erklärt die ideologische Kluft zwischen Staat und Händlern.

Teile Nordghanas gehörten ab 1902 zum deutsch kolonialisierten Togoland, Tamale war zu dieser Zeit zwar unter britischer Kolonialherrschaft aber bis 1920 nur ein Dorf, das vom Handel lebte (Soeters 2012: 3-4; Oppong 1973: 16). Danach explodierte die Bevölkerungszahl förmlich, weil zum einen die Great Northern Road gebaut wurde, zum anderen, weil die Briten Tamale zu ihrem Hauptquartier im Norden erklärten (Soeters 2012: 22-24; Oppong 1973: 16). Die Kolonialpolitik sorgte dafür, dass der Norden des Landes bis heute wirtschaftlich benachteiligt ist. Erträge aus Minen oder Plantagen im Norden flossen fast ausschließlich in den Süden, viele migrierten als Tagelöhner in den Süden (Soeters 2012: 39, 71)³. Wenn ich selbst im Süden des Landes bin, passiert es nicht selten, dass man mir sagt, ich würde »into the bush« gehen, wenn ich zurück in den Norden reise. Das Nord-Süd-Gefälle in Ghana ist nicht nur wirtschaftlicher, sondern auch kultureller und politischer Natur.

Während der Unabhängigkeitsbewegung in den 1940er Jahren begannen Politiker die vielen Händlerinnen für ihre Zwecke zu nutzen. So stilisierte J.B. Danquah sie beispielsweise zu Übermüttern, die ihr Land versorgen wie eine Mutter ihr Kind. Sie wurden zu Ikonen gemacht. Kwame Nkrumah, erster Präsident Ghanas, führte diese Strategie der Ikonisierung weiter, denn so halfen besonders die market queens in Kumasi dabei, für seine Partei zu werben. Nach der Unabhängigkeit 1956, ging Ghanas Wirtschaft kontinuierlich bergab. 1957 bezeichnete Nkrumah Händlerinnen nicht mehr als Mütter, sondern als »parasitäre, egoistische Händler« (Clark 2010: 50-51). Immer mehr Händlerinnen wurden von verschiedenen Politikern bedroht, wenn sie nicht mehr für ihre Sache warben, nicht wenige Händlerinnen flohen deshalb aufs Land, wenn sie es sich denn leisten konnten, denn sehr oft wurden Verkaufsstände und Läden auf Märkten von den jeweiligen Regierungsgruppen zerstört (Clark 2010: 51-52). Ab 1967 wechselten sich mehrere Regierungen und Militärregimes ab, die Wirtschaft Ghanas sank ab 1965 kontinuierlich, Märkte wurden regelmäßig von Soldaten geplündert und angegriffen (Aryeety 2007: 36, 57; Clark 2010: 52). In den späten 1970ern begann die Akuffo-

3 Es gibt seit ein paar Jahren eine neuere Tendenz zu beobachten: Vor allem die Stadt Tamale wächst kontinuierlich und einige migrieren inzwischen vom Süden nach Tamale.

Regierung mit willkürlichen Preisregulationen und werteten den Cedi stark ab. Um zu überleben, mussten viele Händler das Gesetz brechen und blieben somit beliebte Ziele für Soldaten (Clark 2010: 54-55). Jerry John Rawlings versuchte sich 1979 zum ersten Mal mit einem Militärputsch an die Macht zu bringen, dabei zerstörte er den Makola Markt in Accra vollständig (Clark 2010: 55) um ein Exempel zu statuieren. Bei seinem zweiten – und erfolgreichen – Putsch 1981 ereilte den Central Market in Tamale das gleiche Schicksal. Mit einem Schlag hatten ca. 10.000 Händler⁴ praktisch keine Einkommensquelle mehr. Rawlings brachte zwar eine gewisse politische Stabilität, jedoch war der Staat bankrott. Auf Druck des Internationalen Währungsfonds und der Weltbank wurden ab 1982 strukturelle Anpassungsmaßnahmen in der Wirtschaft durchgeführt, die eine extreme Verteuerungsrate und hohe Arbeitslosenquoten. Denn Handeln durften nur noch Händler, die sehr hohe Pachten an die Rawlings Regierung zahlten. Alles wurde verstaatlicht, der sogenannte *private informal sector* – das Netzwerk der Märkte – das bis heute den größten Teil der ghanaischen Wirtschaft ausmacht, durfte offiziell nicht mehr existieren (Clark 2010: 57-58).

Laut dem Ghana Statistical Service arbeiten über 80% der Bevölkerung im *private informal sector* (Ghana Statistical Service 2017). Trotz dieser klaren Überzahl ehren sich viele Banken dagegen, Geld von Händlern anzunehmen. Ein Bankmitarbeiter in Accra äußerte sich dazu wie folgt: »We don't want to get down to the bush« (Jones et al. 2000: 4). So gibt es nicht nur ein Nord-Süd Gefälle, sondern auch eine dualistische Ideologie die Wirtschaft betreffend: Der moderne Staat mit Banken und Shoppingmalls auf der einen Seite, auf der anderen Seite die rückständigen Märkte. Diese Ideologie hat zum einen Wurzeln in der Geschichte des Landes: man machte immer die Händler für wirtschaftliche Niederlagen verantwortlich. Zum anderen die strukturellen Anpassungsmaßnahmen des IWFs und der Weltbank – vermeintlich informell organisierter Handel gilt als Symptom für wirtschaftlichen Rückstand (Worldbank 2016). Wohlhabende Ghanaer gehen nicht auf Märkten einkaufen, weil sie nicht ihrem »Stand« entsprechen bzw. lieber in Malls und Supermärkte, weil diese ein modernes Ghana widerspiegelt. Der Staat ist permanent bemüht, den lokalen Handel zu regulieren und einzudämmen. Nicht zuletzt durch die Weltbank finanzierte »Modernisierungsprojekte«.

Dieser Dualismus spiegelt keinesfalls die wirtschaftliche oder soziale Realität wieder. Auf den ersten Blick handelt es sich um getrennte Wirtschaftssektoren, jedoch sind diese vermeintlichen Sektoren durch die Akteure und nicht zuletzt durch das Geld miteinander verbunden. Solche Sektorunterscheidungen vereinfachen das wirtschaftliche Profil Ghanas sehr stark, weshalb ich es bevorzuge, den

4 Diese Zahl ist eine Schätzung des Marktbüros in Tamale.

sogenannten *private informal sector* als Netzwerk der Märkte zu bezeichnen. Die vermeintlich lokalen und rückständigen Märkte sind durch die Händler weltweit vernetzt, die meisten Produkte sind alles andere als lokal und die Händler sind kluge, strategische Manager und Konsumexperten, die mitnichten rückständig handeln oder der Entwicklung ihres Landes im Wege stehen.

Die Geschichte und die daraus entstandene Ideologie sorgen dafür, dass die Händler Ghanas kein Vertrauen in ihren Staat setzen, Banken eher meiden und sich oftmals im Stich gelassen fühlen. Gleichzeitig sind die Händler dem Staat ein Dorn im Auge, weil sich die Märkte nur schwer kontrollieren lassen und weil sie fälscherweise »das alte Ghana« repräsentieren.

DER MARKT ALS LEBENSWELT

»Die Wissenschaften, die menschliches Handeln und Denken deuten und erklären wollen, müssen mit einer Beschreibung der Grundstrukturen der vorwissenschaftlichen, für den – in der natürlichen Einstellung verharrenden – Menschen selbstverständlichen Wirklichkeit beginnen. Diese Wirklichkeit ist die alltägliche Lebenswelt. Sie ist der Wirklichkeitsbereich, an der der Mensch in unausweichlicher, regelmäßiger Wiederkehr teilnimmt. Die alltägliche Lebenswelt ist die Wirklichkeitsregion, in die der Mensch eingreifen und die er verändern kann, indem er in ihr durch Vermittlung seines Leibes wirkt.« (Schütz/Luckmann 2003: 29)

Wohingegen unser Wirtschaftssystem uns oft als eine geradezu ominöse unsichtbare Hand erscheint, die vielmehr uns kontrolliert als wir sie, ist der Tamale *Central Market* eine Lebenswelt. Nicht, dass zum Beispiel unser Finanzsektor dies nicht wäre, jedoch sind die Einflussnahmen des Individuums auf das Marktgeschehen in Tamale wesentlich sichtbarer.

Um Abläufe im Markt am besten zu verstehen, ist es sinnvoll verschiedene Händlergruppen zu beschreiben, die das Marktleben gestalten. Es gibt keine fixen Kategorien von Händlern, die sich immer klar voneinander abgrenzen lassen. Dennoch kann man einige Unterscheidungen festhalten.

Hajias und andere Ladenbesitzer: Der Central Market in Tamale besteht aus vielen verschiedenen Ständen, die Händlern gehören. Das ist fast einmalig in Ghana, denn meistens werden Läden gepachtet. Der Markt in Tamale gehört den Händlern selbst, nicht der Regierung. Die meisten Ladenbesitzer sind Hajias, die nicht nur großen wirtschaftlichen Einfluss, sondern durch ihren sozialen Status als Hajia auch gesellschaftlichen Einfluss haben. Sie sind die Oberhäupter des Marktes. Auch hier unterscheidet sich Tamale von den meisten anderen Märkten bzw.

Städten des Landes: Tamale beherbergt 80% Muslime, der Großteil der Landesbevölkerung sind jedoch Christen. Zudem werden die Hajias nicht wie market queens von Händlern gewählt, sondern werden durch eine Art unausgesprochenen Konsens zu Wortführern und Vertrauenspersonen gemacht. Etwa 20% der Ladenbesitzer sind Männer, die meisten von ihnen Muslime bzw. Al Hadjs. Der Markt ist zwar ähnlich wie im restlichen Land eher eine Frauendomäne, aber es gibt hier vergleichsweise mehr Männer als Händler als das in anderen Teilen des Landes der Fall ist. In den Läden werden die unterschiedlichsten Produkte verkauft, wobei sich die Händler meist auf eine Warengruppe konzentrieren. Ladenbesitzer erhalten ihre Waren entweder von Großhändlern außerhalb des Marktes, von Landwirten oder Zulieferern (meistens aus der Hauptstadt Accra). Manche lassen sich Produkte direkt aus Asien einschiffen, andere reisen selbst in andere Städte und Länder um nach neuen Produkten Ausschau zu halten. Zudem gibt es inzwischen einige Vertreter ghanaischer Marken, die für Lieferungen direkt vom Produzenten an die Händler sorgen. Hajias und Ladenbesitzer verkaufen an normale Passanten und an Petty Trader.

Handelsreisende: Einige Händler, meist Ladenbesitzer, nehmen teils weite Reisen auf sich um neue Produkte zu finden. Grace, eine Friseurin, fährt mindestens zwei Mal im Jahr nach Kumasi und Accra um sich dort von der neusten Haar-mode inspirieren zu lassen. Dort kauft sie dann neue Produkte und testet sie in Tamale. Wenn sie sich gut verkaufen, organisiert sie eine Lieferung nach Tamale. Hajia Amina, die mit Abstand wohlhabendste Händlerin in Tamale, spricht Dagbani, Hausa und Twi, war nur vier Jahre in der Schule und reist inzwischen jährlich nach Saudi Arabien und Indonesien. Dort hält sie sich auf dem Laufenden was muslimische Mode betrifft und unterhält Handelspartnerschaften mit dortigen Händlern. Unter anderem bekommt sie zwei Mal pro Jahr einen Container mit Haaraufsätzen aus Indonesien geliefert. Handelsreisende sind keine feste Kategorie, aber gehören definitiv zu den Innovationsmotoren Tamales.

Großhändler außerhalb des Marktes: Großhändler in Tamale besitzen große Lagerhallen mit industriell gefertigten Produkten. Die meisten sind aus arabischen, orientalischen und asiatischen Ländern importiert. Die Zahl der in Ghana gefertigten Güter steigt aber stetig an. Alle Waren werden entweder nach Accra eingeschifft und dann mit LKWs nach Tamale geliefert, oder nach Ouagadougou (Burkina Faso) oder Techiman eingeflogen und von dort ebenfalls auf dem Landweg nach Tamale gebracht. Großhändler schicken oft Vertreter auf den Markt um die Ladenbesitzer über neue Produkte zu informieren. Viele Händler kommen aber auch direkt zu den Großhändlern um die Waren zu begutachten und vor Ort zu

zahlen. Die Waren werden ihnen dann direkt in den Markt geliefert. Herrscht bereits eine Vertrauensbasis, gibt es regelmäßige Lieferungen mit Lieferschein. Dann wird nicht mehr vorab bezahlt, sondern nach Erhalt der Ware.

Petty Traders: Petty Traders sind die am schwersten zu definierende Gruppe von Händlern. Für alle gilt, dass sie mobile Kleinhändler sind. Einige tragen mit Waren beladene Schüsseln und Körbe auf den Köpfen durch die Straßen und Marktgassen, andere haben kleine Stände an Straßenrändern oder zwischen den Läden im Markt, die zwar einen festen Standort haben, aber selten aus mehr als einem Holztisch und einem Sonnenschirm bestehen. Oft sind es auch nur zwei Hocker, einer zum Sitzen, einer zum Abstellen der Ware. Während Ladenbesitzer meist Personen zwischen 30 und 60 Jahren sind, sind Petty Traders zwischen 3 und 70 Jahre alt. Viele sind Kinder oder Jugendliche, oft sind es aber auch Frauen, die sich einfach etwas dazu verdienen wollen bzw. müssen, oder alte Frauen, die auf das kleine Einkommen angewiesen sind. Petty Traders verkaufen Lebensmittel, die sie selbst angebaut haben, Speisen, die sie selbst zubereitet haben oder Waren, die sie bei Ladenbesitzern zu einem günstigeren Preis erhalten haben. Petty Traders sind die einzigen Personen, die von Ladenbesitzern einen Preisnachlass bekommen, weil sie größere Mengen kaufen. Das Klischee des Feilschens auf afrikanischen Märkten ist zumindest für Tamale ein reiner Mythos. Manche Petty Traders gehören aber auch zur Familie der Ladenbesitzer und verkaufen für sie Waren in den Straßen der Stadt. Petty Traders sind die besten Quellen für Neuigkeiten auf dem Markt und gehören fest ins Marktgefüge. Sie versorgen die Händler mit Wasser, anderen Getränken, Speisen und Lebensmitteln. Wer nicht will, muss seinen Laden für die täglichen Einkäufe nicht verlassen, sondern ruft Petty Traders zu sich und kauft die benötigten Waren vom eigenen Laden aus.

Helfer: In jedem Laden arbeiten junge Erwachsene für die Besitzer um im Gegenzug eine Ausbildung nach der Schule finanziert zu bekommen. Sie erledigen alle anfallenden Arbeiten während die Hajias das Geschäft oft nur noch überwachen oder sich um politische bzw. soziale Angelegenheiten kümmern. Die Hajias und sie selbst bezeichnen sich als Helfer: Sie helfen so lange im Laden bis die Hajia bis sie entscheidet, dass die helfende Person nun eine Ausbildung oder ein Studium beginnen darf. Ich habe noch von keinem Fall gehört, in dem eine Hajia die Finanzierung der Ausbildung verweigert hätte, jedoch kann es Jahre dauern bis es zur versprochenen Finanzierung kommt. Meist so lange, bis sich ein Ersatz für den Helfer gefunden hat.

Arbeitende Kinder: Überall in Afrika gibt es verschiedene Arrangements von Kinderarbeit. Für Ghana lässt sich festhalten, dass laut der International Labor Organization mindestens 50% aller Kinder wirtschaftlich aktiv sind (ILO 2014). Diese Studie berücksichtigt jedoch keine Dunkelziffern, da viele illegale Arbeiten

von Kindern verrichtet werden. Das Center for Initiative against Human Trafficking schätzt die Anzahl der arbeitenden Kinder in Ghana auf mindestens 60%. Auf dem Markt in Tamale sind in etwa 50% aller Händler jünger als 14 Jahre⁵. Einige Kinder helfen in den Läden ihrer Eltern, sehr viele Ladenbesitzer übernehmen jedoch die soziale Elternschaft für Kinder von Verwandten die sie ausschließlich zum Zweck der Arbeit in ihren Haushalten aufnehmen. Viele finanzieren diesen Kindern eine Schulbildung, andere nicht. Das Nicht Finanzieren der Schulbildung muss dabei aber nicht notwendigerweise eine Form der totalen Ausbeutung darstellen. Viele machen diese Kinder zu den Erben ihrer Läden, weil ihre leiblichen Kinder eine gute schulische Bildung genossen haben. Einige wenige Händler in Tamale haben Kinder von Menschenhändlern gekauft und lassen diese für sich im Markt arbeiten. Diese Praxis wird allerdings von den Hajias so gut es geht unterbunden. Kinder erledigen alle Arbeiten auf dem Markt, einige arbeiten körperlich schwer, andere ihrem Alter und ihrem Körper angemessen. Viele sind Petty Traders, andere helfen in den Läden oder erledigen Botengänge. Sie sind rein ökonomisch betrachtet von unschätzbaren Wert für die ghanaischen Märkte, weil sie die billigsten Arbeitskräfte überhaupt sind. Solche Märkte leben davon, formelle Geschäfte preislich zu unterbieten, woraus folgt, dass sie Einsparungen machen müssen. Die größte Einsparung sind arbeitende Kinder. Würde der Staat ernst machen und Kinderarbeit mit einem Schlag abschaffen, würde ein beträchtlicher Teil der Wirtschaft in kürzester Zeit zusammenbrechen. Dennoch gehört Arbeit in Ghana zum Erwachsenwerden und zur Bildung und muss nicht schädlich sein, sondern ist in vielen Fällen als positiv zu bewerten. Es gibt kaum Kinder, die gar nicht arbeiten, denn das Konzept von Kindheit in Ghana unterscheidet sich stark von unserem.

Obwohl es ein hierarchisches Gefälle im Markt gibt an dessen Spitze die Hajias und an dessen Ende arbeitende Kinder stehen, sind alle Gruppen notwendig damit die Märkte in ihrer jetzigen Form funktionieren können. Und dass sie so funktionieren ist wichtig für die gesamte ghanaische Wirtschaft. Denn der Umgang der Händler mit Geld, Market Money, stabilisiert die Wirtschaft.

GELD ALS DING DER UNMÖGLICHKEIT

Während meiner Forschung 2012 saß ich mit Atu in ihrem Laden und half ihr dabei, ihr Geld zu sortieren. Atu verwahrt ihr gesamtes Geld in ihrer Handtasche, wo es zu Bündeln gefasst in einer Plastiktüte liegt. Wechselgeld für den Markt

5 Schätzung des Marktbüros in Tamale.

verwahrt sie Tagsüber in einer Blechdose. Wir waren dabei den Tagesgewinn zu sortieren, zu glätten und dann zu bündeln. Zu glätten, weil das Geld, das auf dem Markt verwendet wird meistens zerknüllt, gerissen und schmutzig ist. Nach einer Weile fragte sie mich, wie ein Euro aussieht. Ich gab ihr eine Münze und sie wunderte sich, dass ich ihr keinen Schein gegeben habe, weil sie inzwischen weiß, dass ein Euro zu diesem Zeitpunkt etwa vier Cedi sind⁶. Also gab ich ihr einen zehn Euro Schein. Sie begutachtete ihn eingehend und befand ihn als äußerst hübsch und fing an zu lachen. Bei diesem Lachen wurde mir klar, dass nun irgendetwas kommen würde.

»How long did you carry this one? Maybe four weeks. It's nice money. And yours is not nice? (Sie übergeht die Frage.) You carry all your money in this wallet? Yeah, I mean... my money and also my credit card are always in that wallet. I don't have a bank account. I carry all my money in my bag.«⁷

Wir zählen und sortieren weiter ihr Geld und schweigen eine Weile. Als wir fertig waren, gab sie mir ein Bündel mit Ein-Cedi-Scheinen, die kaputt, teilweise geklebt, teilweise gerissen und schmutzig waren. Sie nahm einen besonders unschönen Schein heraus und sagte: »See how we handle our money. This is market money. It shows how the market handles us.« Als sie den letzten Satz sprach, war ich für einen kurzen Moment vor eine innere Wand gelaufen. Atu fragte mich also, warum ich so dämlich drein schaue: »What does that stupid face say?«, und lachte. Ich fragte, wie sie das eben meinte, und sie erklärte mir, dass das Geld so schlecht aussieht, weil es fast nur auf den Märkten benutzt wird. »This is not rich people's money.« – Nun gut, so dachte ich, also gibt es anscheinend Geld und anderes Geld.

Mir erschien das Ganze paradox: Market Money ist der Cedi. Es sind nur eben weniger schöne Scheine. In den nächsten Tagen hörte ich mich natürlich um und immer wieder wurde mir gesagt, dass man Market Money zwar bei einer Bank gegen saubere und gut erhaltene Scheine eintauschen kann, aber das es schwierig wird, wenn man mit diesem Geld in einem Supermarkt, einer Shoppingmall oder einem anderen formell organisierten Geschäft bezahlen möchte. Ich startete also einen Selbsttest.

Zunächst ging ich in einen Supermarkt in Tamale. Der Besitzer Nashiru Alhassan nahm mein Market Money erst nach einem unangenehmen Zögern an:

6 Heute – Stand 2017 – sind es knapp fünf Euro.

7 Bei längeren Gesprächen werde ich die Phrasen meiner Gesprächspartner kursiv, meine eigenen recte schreiben.

»Look at it. It's torn! But you bring all this money to a bank later, right? *Yes.* And they won't take it? *They will. But if I give this money for change to the customers, they won't like it.* So, do you have other money? No. That's all I have now. *Ok.*«

Supermärkte sind wesentlich teurer als die Angebote im Netzwerk der Märkte. Dies liegt mitunter daran, dass die Händler immer darauf achten, Supermärkte preislich zu unterbieten, um konkurrenzfähig zu bleiben. Nashiru erklärt mir seinen Standpunkt als:

»*Because my rent is more expensive than in the market. I have much more expenses.* Ok. I guessed that. But aren't these expenses covered with the prices of the imported goods? For how much do you buy the Cadbury chocolate? *For eight Cedis. I buy them from a retailer in Accra. It's one company that brings the unusual goods to Tamale.* Do they also serve the other supermarkets? *Yeah. They come with one truck from Accra once in a week.* And when you pay for the goods, the transport is included? *Yeah. Of course.* Don't get me wrong. I'm not judging you. But you sell the chocolate for twelve Cedis. You get a good profit from it. So if all your imported goods are in the same range, you don't need to increase the price for the goods people could buy in the market. (Er lacht.) *You got me!* I'm wondering... do people buy for example soap here? *They do.* But why? It's more expensive here and the market is just 200 meters away. *Because some people don't like the market. They prefer coming here.* Do you go to the market? *Of course! My mother was a trader. I'm not my own customer.* Do you know why some people don't like the market? *Because they like modern things. Supermarkets are new here and they like it. And I think some people also prefer it because you can get dirty in the market.* I never got dirty there from buying things... just once in a while when I work there. *There is so much dust in the dry season and in the rainy season it is muddy sometimes. I think they don't like that.* Ok... I wouldn't mind that. What kind of people come here to buy? *The foreigners. White people, Arabs, some Chinese people. I guess they come because I provide products they know. And rich people come here. Like some politicians and the bankers... Also officers from the VRA (Volta River Authority).* And they don't like the market? *I think the politicians and the people of the VRA also have the problem that the traders don't like them. They will stare at you when you come there with a suit. And traders and politics... Eishh!* (Wir lachen beide.) Ok, I understand that. But where do they buy their meat or their vegetables? You don't sell it here. *They buy it from the street traders. You don't have to go into the market for that.* But the street traders also use Market Money... Isn't that a problem for those people? You said they won't accept it for change. *They will either pay the exact amount or ask for other change.* But do you know why they don't like this money? There is nothing wrong with it. It's just dirty. *Look... if you ask me, these people would like to pay with credit cards only.* But why? *I think it's because they want to be modern.* You know which people also come here? I forgot to say that. Young

people come here if they have bit money. They don't buy much but they like to look at the products. I think it's because they are from Europe. They like these things. So the whole thing is about modernity? *Yeah. People want change.* But what has the money to do with that? Sorry to ask this question again and again, but I don't really understand it. *Hm ... Let me try it this way. Money is something you have, right? In Accra at my university they always said that money is the thing people do like most because if you have it, you can have other things. So let's just say money is something you have and people see you. – A skirt is also something you have. People will see your skirt. If you skirt is dirty and torn, they won't like it. So you wouldn't wear a torn and dirty skirt, right? Yeah.* But that's how I dress myself. Money is something I spend. *But people see how you spend it.* And if I spend Market Money, they will think the same as if I would wear a dirty skirt? *Yeah. They will. They will think that you don't have much money, that you are poor because you go to the market.* Who are these people? I know many teachers, officers, also one banker and at least two professors who go to the market. *The rich ones... (Er lacht) People who think they are better.* Do they really think they are better? *I don't know. I think some do.* But why? *Because they think that tradition is something bad. Like if you behave traditional it means you are not modern.* Ok... But only if you drive a fancy car it doesn't mean you are not traditional... *The car is a good example! If you drive an old car it means you don't have much money. Driving a fancy car means you belong to the upper class (Er lacht).* So Market Money is kinda lower class money? *You got it. Not all people think like that. But some do.*«

Meine nächsten Versuche startete ich in einer Shoppingmall in Accra. Ich ging dort mit einem Freund hin, der mein Vorhaben belächelte. Zunächst wollte ich uns beiden eine Pizza kaufen. Man weigerte sich, mein Market Money anzunehmen und zum ersten Mal in meinem Leben bezahlte ich eine Pizza mit meiner Kreditkarte. In einer Parfümerie wurde ich von der Kassiererin gefragt »Are you kidding me?« als ich mit Market Money zahlen wollte. Auch im Supermarkt innerhalb der Mall akzeptierte man mein Geld nicht.

Ich beschloss, meinen Einsatz zu erhöhen und ging zu einem der unzähligen Bankautomaten um »frische« Scheine zu erhalten. In einem Schuhgeschäft suchte ich mir ein paar Sandalen für 40 Cedi aus. An der Kasse legte ich den Betrag in Market Money Scheinen auf den Tresen. Wieder wurde mein Geld abgelehnt. Ich nahm also 40 Cedi in sauberen Scheinen aus meiner Tasche und weitere 10 Cedi in schmutzigen Scheinen und bot der Verkäuferin an, dass sie 50 Cedi Market Money statt 40 Cedi normales Geld bekommt, wenn sie es denn nur annimmt. Sie lehnte trotzdem ab. Ich verstand die Welt nicht mehr. Also fragte ich nach, wieso sie das Geld nicht will:

»We don't accept this money here because we can't give it for change. But you have enough money to change. You could just have taken my money without using this particular ones for change and you even would have gotten 10 Cedi more. *It is so dirty*⁸! *That's not the money we use here.* But it is the same money. It's just not that pretty anymore. *These notes look so bad. I'm not sure if I can give them to our bank.* They have to take this money. *But they will stare at me when I show them this money.* Why should they stare at you? *They will think I became a market woman although I'm running a business here. They will think I lost my business and became a trader or street hawker.* And this would be a problem? *Hm... Of course not directly. But I don't like the idea at all. Don't you understand that? And why do you pay with this money? Whites use to pay with credit cards here.* (Ich erkläre ihr, was ich in Ghana tue.) *Wow!* (Sie lacht.) *So you are a white market woman. Never heard of that before. So you like the market?* I do! And what about you? *I don't have a problem with markets. They belong to our tradition, you know. But I'm happy that I don't have to sell there.* But some traders earn good money on the markets and they don't have such high expenses. *Sure, but still I earn more. I have better quality products here and sell them for higher prices.* Do you buy in the market? *Sometimes. I live close to Makola*⁹.«

Interessant ist hier folgendes: Ich hatte nichts von einem Markt gesagt und dennoch schloss sie direkt auf die Märkte. Bei einem Gespräch mit Atu erkläre sie mir ihre Sichtweise:

»The market is rough. Our business is not easy. We don't get loans and people sit on our rights. But you earn good money in the market. Yes. But we... those who are lucky and earn enough with our trade had to work hard before we stopped suffering. And we still work hard. We don't have any insurance for our life. We can't stop working, because we will get no... how is that called... pension. And we never can make holidays. But what has that to do with your money? You don't look torn and dirty. (Sie lacht.) *But at the end of the day and early in the morning I feel like I was wrinkled!* (Wir beide lachen.) *Look, the market is not a shopping mall or a bank. The market feeds us, but it's not rich man's food.* I got that, but I still don't understand why people make a difference between Market Money and »normal« money. And also not all traders call it like that. I don't hear it too often. *True. But everyone will know what you mean with Market Money. We use to say it for fun sometimes because*

8 Wie ich später feststellte, ist »dirty« eigentlich eine Untertreibung. Bei einer Studie 2009 haben D. Tagoe und seine Kollegen am Department of Laboratory Technology, an der Universität von Cape Coast, festgestellt, dass die Scheine, die in Ghana auf Märkten und Straßen im Umlauf sind, eingedeckt sind mit einer schier faszinierenden Vielzahl an nicht unbedingt appetitlichen Keimen (Tagoe et al: 2009: 1).

9 Der Makola Markt ist der größte in Accra.

it looks so bad. Ok. It looks bad but it is the same. It is the same but ugly. (Sie lacht.) So the market is ugly? Seminga, I know that you love our market. But you won't find many people here who understand why you like it so much. So you don't like the market? We like the market because it's the place where we get our money from and where we grow our children. The market belongs to our lives. But if we could leave the market for a better life, we would do it. How would a better life look like? Get up in the morning, go to your work. Come home in the late afternoon and you're done for the day. We're never done. And everyday you know that you get money tomorrow because you get a fixed loan. And an insurance for when you are sick. We go every day to the market, even if we're sick. You will always go. That's why we try to send our children to school. We don't want them to stay at the market. But many told me that they will come back always if they don't get a job. So the market is their insurance... That's true. But the market is for uneducated people. The educated ones have better chances outside the market. You and your sisters are educated... We are. But these were other times. Today the people go to study or learn other jobs. Like Zakaria¹⁰ who is learning nursery. In my generation, only the rich ones got jobs and education. And the ones who promoted the government. As children of traders you didn't have a chance.»

Market Money wird mit den Märkten assoziiert, weil es nicht schön ist. Dabei ist es nichts anderes als der Cedi und hat – theoretisch – die gleiche Kaufkraft wie normale Scheine. Eine Währung ist immer als *all-purpose money* (Polanyi 1957: 264) gedacht, man kann überall damit bezahlen, wechselt man das Land, tauscht man die Währung, aber man kann immer damit zahlen. Aber mit Market Money geht das nicht. Theoretisch sind Geschäfte verpflichtet, das Geld anzunehmen, aber sie tun es nicht. Entsprechend ist Market Money und somit wenigstens Teile des Cedis im Grunde kein *all-purpose money* mehr. *Special-purpose money* (Polanyi 1957: 264) ist es aber auch nicht, denn es wird nicht nur für etwas Bestimmtes verwendet, sondern wird unter bestimmten Bedingungen eben nicht verwendet. Und das »nur« wegen Wertzuschreibungen aufgrund seiner materiellen Beschaffenheit.

WENN KAUFKRAFT NEBENSACHE IST

Die beliebtesten Gaben zu Hochzeiten, Geburten und Beerdigungen in Nordghana sind Seife, Wasser, Feuerholz und Geld – Dinge des Alltags, die man immer

10 Zakaria ist Atus »Helfer« in ihrem Laden. Sie finanziert seine Ausbildung zum Krankenpfleger.

braucht. Nur 34,6 Prozent der ghanaischen Bevölkerung über 15 Jahren besitzen ein Bankkonto, in Deutschland sind es 98,8 Prozent (Global Findex: 2017)¹¹. Das heißt über 65,4 Prozent verwalten ihr Geld informell. Der Großteil davon sind Markthändler. Es gibt für die meisten dennoch einen Grund zu einer Bank zu gehen: Um Market Money in saubere Scheine zu tauschen, wenn sie Geld als Gabe benötigen. Dafür verwenden sie Market Money nicht. Sie müssen dafür nicht jedes Mal zu einer Bank, aber manchmal haben sie keine sauberen Scheine im Markt. Wenn sie welche erhalten, legen sie diese oft für solche Gelegenheiten zurück.

Das heißt, dass die »negative« Wertzuschreibung nicht nur von »außen« kommt, sondern die Händler auch selbst einen Unterschied zwischen Market Money und sauberem Geld machen. Zunächst mag das nicht weiter verwundern, da man im Allgemeinen saubereren Dingen den Vorrang gibt. Aber wie sich bei meinen Selbstversuchen zeigte, assoziiert man diesen Schmutz mit den Märkten, mit Tradition und mit Armut. Mit Malls, Banken, Wohlstand und Moderne verbindet man sauberes Geld und Kreditkarten. Dieser gedachte Dualismus hängt unweigerlich mit der Geschichte des Landes zusammen: Noch immer sind die Märkte Symbol für den Rückstand. Dabei könnten diese Vorurteile kaum falscher sein. Viele Händler verdienen mehr als beispielsweise ein Lehrer oder Beamte, auf den Märkten bekommt man nicht nur lokale Produkte, sondern auch importierte Güter wie Smartphones oder Tablets. Hajia Amina brachte über Mekka und Indonesien als Erste islamischen Haarschmuck nach Tamale. Markthändler sind alles andere als rückständig, vielmehr sind sie innovativ. Natürlich ist der Markt auch ein Ort der Tradition, aber welche Bank ist das nicht?

Obwohl viele Autoren Geld im krassen Gegensatz zur Gabe sehen (Godelier 1999: 291), hat Geld mit Seife, Wasser und Feuerholz etwas gemeinsam: Es ist nützlich, vielseitig einsetzbar und verdirbt nicht. Zudem repräsentiert es Wohlstand und somit das Recht, respektiert zu werden, denn besonders in Nordghana muss man (meistens) hart für sein Geld gearbeitet haben (van der Geest 1997: 535). Denkt man an Geld, denkt man selten an eine Gabe oder an ein Alltagsobjekt. Vielmehr denkt man an etwas, durch das man Dinge bekommt – ein bisschen, als würde man nicht an das Mittel denken, sondern nur an den Zweck. Aber wie das Beispiel von Market Money zeigt, ist auch Geld »nur« ein Ding, das sich aneignen lässt. In welcher Form, hängt vom Kontext ab (Appadurai 1996: 6, 13).

Georg Simmel erkannte anders als viele andere Wissenschaftler nicht nur den quantitativen Wert des Geldes, sondern auch seinen sozialen Charakter. Dadurch, dass »viel oder wenig« Geld Hoffnungen und Ängste hervorbringt, erhält es einen

11 Global Financial Inclusion Database (Global Findex). Man kann sich die Daten hier selbst zusammenstellen.

subjektiven Wert (Simmel 1922: 361). Simmel schreibt aber auch, dass die Funktion des Geldes wichtiger sei als seine Substanz (Simmel, 1922: 156), was bei Market Money aber nicht mehr klar zu unterscheiden ist. Denn durch seine Funktion als Tauschmittel, erhält es bei der Verwendung in Märkten sein schlechtes Äußeres. Dieses wiederum bedingt, dass es nicht immer überall verwendet werden kann. Funktion und materieller Zustand bedingen sich also gegenseitig. Modifizierte Geldscheine bekommen einen anderen Wert zugeschrieben, denn auf einmal repräsentieren sie nicht mehr den ausstellenden Staat, sondern etwas anderes (Haffner/Horner/Unger 2014: 38, 52; Meyer 2014: 21). Demnach hat Geld seinen Wert nicht nur in der Kaufkraft, oder im Repräsentieren des Staates. Sein Wert entsteht durch die Art und Weise wie es getauscht wird.

Man kann Market Money in einer Bank eintauschen, man könnte in einer Shoppingmall auf sein Recht beharren und die Verkäufer quasi zwingen, die schmutzigen Scheine anzunehmen. Also hat Market Money die gleiche Kaufkraft wie normale Cedi-Scheine. Aber wenn ich einen Verkäufer nötigen muss, damit er mein Geld annimmt und dieser mich für fast so minderwertig wie mein Geld hält, ist die Kaufkraft des Geldes dann noch so wichtig?

Man könnte die Konsequenz ziehen, dass Market Money nicht mehr die gleiche Kaufkraft hat wie normale Scheine, denn sie sind kein *all-purpose money*. Eine praktisch geringere Kaufkraft durch die Verwendungseinschränkung von Market Money klingt zunächst so als sei dieses Geld tatsächlich minderwertig. Jedoch ist es so, dass die durch die Materialität bedingte Verwendung des Geldes für einen gesamtwirtschaftlichen positiven Effekt sorgt: Market Money ist praktisch immer im Umlauf, da es nicht von den Händlern selbst und nicht durch formell organisierte Geschäfte in Banken eingezahlt wird. In einer Bank liegt das Geld, wird verzinst, zu Schulden oder Krediten gemacht und ist der Realwirtschaft entzogen. Market Money – verwendet von mindestens 65 Prozent, wahrscheinlich aber rund 80%¹² – ist permanent investiert und unterliegt einer Art sozialen Umlaufsicherung. Das kommt nahe an die Idee Silvio Gesells, der das Prinzip des Freigelds einführte: Geld, das seinen Wert mit der Zeit verliert und deshalb möglichst schnell ausgegeben, also investiert werden muss. Je schneller Geld ausgegeben wird, desto stärker vermehrt sich das Angebot von Geld (Gesell 1949: 180). Der Austausch der Waren wird gesichert, die Preise werden gering gehalten. Dass das Prinzip funktioniert zeigen viele Beispiele aus der Praxis. Am bekanntesten ist das »Wunder von Wörgl«, ein Dorf in der Schweiz, das durch die Umstellung auf Freigeld wieder Wohlstand erlangte.

12 Gut 80%, weil dieser Anteil der Bevölkerung im Netzwerk der Märkte tätig ist.

Zwar sind die Gewinne im Markt geringer als das in unserer Ökonomie der Fall ist, aber Market Money hält die Währung stabil, weil permanente Liquidität geleistet ist. Würden die Banken Ghanas in einem zypriotischen Ausmaß bankrott gehen, hätte das für die Verwender von Market Money erst einmal kaum Auswirkungen. Ihr Geld wäre nicht weg, sie könnten weiter handeln und kaufen. Die formelle Kaufkraft von Geld ist also nicht so wichtig, wie man meinen könnte. Vielmehr die Verwendung und die damit einhergehenden Wertzuschreibungen von Geld, die durchaus auf sein »schmutziges« Äußeres zurückzuführen sind.

LITERATUR

- Appadurai, Arjun (1996): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*, Cambridge: Cambridge University Press.
- Aryeetey, Ernest (2008): *The Economy of Ghana. Analytical Perspectives on Stability, Growth and Poverty*, Accra: Woeli.
- Clark, Gracia (1994): *Onions are my Husband: Survival and Accumulation by West African Women*, Chicago und London: University of Chicago.
- Clark, Garcia (2010): *African Market Women: Seven Life Stories from Ghana*, Bloomington und Indianapolis: Indiana University.
- Gesell, Silvio (1949): *Die natürliche Wirtschaftsordnung* (9. Aufl.), Nürnberg: Rudolf Zitzmann.
- Godelier, Maurice (1999): *Das Rätsel der Gabe. Geld, Geschenke, heilige Objekte*, München: C.H. Beck.
- Haffner, Iris/Horner, Anna/Unger, Natascha (2014): »Mehr Sein als Schein: Modifizierte Geldscheine«, in *Bricolage. Innsbrucker Zeitschrift für europäische Ethnologie* 7, S. 37-52.
- Hill, Polly (1963): »Markets in Africa«, in: *Journal of Modern African Studies* 1, S. 441-53.
- Hill, Poly (1984): *Indigenous Trade and Market Places in Ghana*, Jos: Department of History, University of Jos.
- Husserl, Edmund (2008): *Die Lebenswelt. Auslegungen der vorgegebenen Welt und ihrer Konstitution*, Dordrecht: Springer.
- Jones, Howard/Sakyi-Dawson, O./Harford, Nicola/Sey, Aba (2000): »Linking Formal and Informal Financial Intermediaries in Ghana: Conditions for Success and Implications for RNR Development,« in: *Natural Resource Perspectives* 61, S.1-4.

Ghana Statistical Service (2012): Employment Sector of Employed Persons 15-64 years by region and district, Online verfügbar unter http://www.statsghana.gov.gh/docfiles/employ_15_64_reg_dist_2010.pdf (zuletzt aufgerufen 21.06.2018).

Global Financial Inclusion Database (Global Findex) (2017): Online verfügbar unter <http://datatopics.worldbank.org/financialinclusion/country/ghana> (zuletzt aufgerufen 21.11.2017).

International Labor Organization (2014): Child Labor Report, Online verfügbar unter http://www.ilo.org/dyn/clsurvey/lfsurvey.list?p_lang=en&p_country=GH (zuletzt aufgerufen 23.11.2017).

Worldbank Group (2016): New Study Reveals the Complexity of the Informal Sector, Online verfügbar unter <http://www.worldbank.org/en/news/feature/2016/07/20/new-study-reveals-the-complexity-of-the-informal-sector> (zuletzt aufgerufen 28.10.2017).

