

Die Krise überstehen dank illegalem Markt

In La Salada dreht sich alles um Kleider. Das riesige Gelände in Buenos Aires beherbergt einen der populärsten illegalen Märkte Südamerikas. Bei vierzig Prozent der gehandelten Waren handelt es sich um Markenpiraterie. Matías Dewey hat den Markt sieben Monate lang erforscht.

Interview: Bärbel Bohr

moneta: Matías Dewey, wie müssen wir uns La Salada vorstellen?

Matías Dewey: Das Gelände ist 18 Hektar gross und unübersichtlich. Der Schwarzmarkt findet dreimal die Woche statt. Die Produzierenden kommen aus dem Umland, um ihre Waren direkt an Modegeschäfte zu verkaufen. Sonntags kommen auch viele Privatleute zum Einkauf. Ich habe 7822 Stände gezählt. Schätzungsweise 15 000 Menschen arbeiten an den Ständen. Dazu kommen Beschäftigte, die sich um die Infrastruktur kümmern: Es gibt ein Transportsystem, um die Produkte von den Fahrzeugen zum Stand zu bringen, einen Service für Schliessfächer, um die Waren zu lagern, und selbstverständlich Stände für Essen und Getränke. Die Grösse von La Salada sorgt dafür, dass rundherum sekundäre Märkte entstehen. Alle diese Aktivitäten sind illegal: Die Händler zahlen weder Steuern noch Sozialabgaben für ihre Angestellten; diese arbeiten oft zu Salären weit unter dem gesetzlichen Mindestlohn.

Wie ist La Salada entstanden?

Der Markt ist ein Resultat der Umstrukturierung der Textilindustrie. In Argentinien haben wegen der Globalisierung viele Werk tätige des Sektors ihren Job verloren. Einige haben sich entschieden, Sweatshops zu gründen, um weiterhin ein Auskommen zu haben. Die handwerklichen Fertigkeiten brachten sie ja mit. Sie brauchten nur noch einen Ort, um ihre Waren zu verkaufen. La Salada wurde 1991 von bolivianischen Immigranten gegründet. Bis heute sind viele der Akteure Zugewanderte.

Gibt es keine ethischen Bedenken?

Alle wissen, dass das, was sie hier treiben, problematisch ist. Aber es gibt keinerlei sozialen Druck, etwas zu ändern. Viele argentinische Familien sind wegen der Wirtschaftskrisen

der letzten Jahrzehnte auf preiswerte Kleider angewiesen. Die stetige Nachfrage gibt den Akteuren eine gewisse soziale Legitimation. Sie ersetzt sozusagen die fehlende Legalität.

Und Polizei und Verwaltung ignorieren das?

Das kann man mit der weitverbreiteten Korruption erklären. Alle machen mit. Wer gefälschte Markenmode verkaufen möchte, zahlt am Eingang zusätzlich zur Standgebühr eine Schutzgebühr an die Polizei.

Gibt es eine Möglichkeit zur Legalisierung?

Ich sehe keine, da La Salada in weiten Teilen gegen das geltende Markenrecht verstösst. Und es gibt keinerlei Anreize, das System zu ändern. Mit einem Verbot würden sich Politiker und Politikerinnen nur unbeliebt machen. Insgesamt sehen sich alle eher auf der Gewinnerseite.

Und die Eigentümer der Markenrechte?

Die verlieren nicht viel. Erstens gehören diejenigen, die sich beispielsweise ein gefälschtes Trikot von Messi kaufen, nicht zur Zielgruppe der Firma, weil sie nicht die erforderliche Kaufkraft haben. Zweitens ist nachgewiesen, dass die Markeneigentümer von der kostenlosen Werbung durch Markenpiraterie profitieren. Drittens weiss man, dass viele sich das Original kaufen, sobald sie finanziell dazu in der Lage sind.

Kann man La Salada mit anderen illegalen Märkten vergleichen?

Was diese Märkte verbindet, ist die Illegalität. Natürlich kann man sie unterscheiden, indem man ihnen unterschiedliche Grade der Akzeptanz zuweist. Das haben wir auch gemacht. La Salada ist ein illegaler Markt mit einer hohen sozialen Legitimität. Beim Organhandel oder bei der Kinderpornografie ist die soziale Akzeptanz gleich null. In anderen

Bereichen gibt es Prozesse einer Legalisierung, etwa beim Marihuana.

Wie kamen Sie auf das Thema?

Ich hatte mich vorher mit dem Handel gestohlener Autoteile in Buenos Aires beschäftigt. So wusste ich, wie ich an Informationen herankomme. Das ist schwierig, weil man mit Geduld ein Beziehungsnetz aufbauen muss. Das Misstrauen ist verständlicherweise beachtlich. Ich fand es interessant, einen so wichtigen Handelsplatz, der grosse Teile der argentinischen Bevölkerung einkleidet, zu untersuchen.

Was hat Sie bei der Feldforschung besonders beeindruckt?

Ich möchte auf keinen Fall romantisieren. La Salada ist ein illegaler Markt, es passiert viel Hässliches. Dennoch hat er das Leben vieler auch in einem positiven Sinn verändert. Mir fällt ein, was mir die Verkäuferin Laura erzählte, als wir über ihre Arbeit sprachen. «Ich habe gelernt, mir mein eigenes Geld mit meiner eigenen Arbeit zu verdienen», sagte sie, «das kann ich mir nicht mehr anders vorstellen.»



Matías Dewey ist Soziologe und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung in Köln. Im Rahmen des Forschungs-

schwerpunkts «Soziologie der Märkte» beschäftigt er sich mit Strukturen illegaler Märkte, die bislang in erster Linie aus kriminologischer Sicht untersucht wurden. Gemeinsam mit der Fotografin Sarah Pabst hat er die Feldforschung in La Salada als Fotoreportage dokumentiert. (www.lasaladaproject.com)