

madenzeltbasare Zentralafghanistans (K. FERDINAND 1962; CH. JENTSCH 1973, S. 169ff.). Diese Zeltbasare entwickelten sich, nachdem das westliche Zentrale Hochland (Ghorāt) Ende des 19. Jh. paschtunischen Nomaden als Sommerweidegebiet zugewiesen worden war. Die eingessene Aymāq-Bevölkerung verfügte über keinerlei eigene Marktorte, so daß die von paschtunischen Nomaden getragenen Zeltbasare als die ersten Standorte eines organisierten Handelsaustauschs in diesem Raum gelten müssen. Die wichtigsten dieser Nomadenbasare gruppieren sich im Umkreis der neugeschaffenen Hauptstadt der Provinz Ghor, Chaghcharān (Gomāb, Charās, Ābul u. a.). Sie werden nur während des Sommers und für eine unterschiedliche Dauer betrieben. Seit den sechziger Jahren ist ihnen in den an Verwaltungssitzen neu errichteten kleinen Basaren des Zentralen Hochlandes, vor allem aber im rasch wachsenden städtischen Basar von Chaghcharān, eine Konkurrenz erwachsen. Die nomadischen Händler haben es aber verstanden, sich dieser Entwicklung anzupassen, indem sie ihre Verkaufszelte zeitweise auch am Rande der neuen Basare aufstellten.

Die Nomadenzeltbasare stellen eine regionale Sonderform dar, die sich unter den spezifischen wirtschafts- und sozialgeographischen Bedingungen eines peripheren Raumes entwickelt und wegen ihres exzeptionellen Charakters beträchtliches wissenschaftliches Interesse gefunden hat. Im Gegensatz dazu sind die Wochenmärkte vor allem in den gut erschlossenen Gunsträumen der Bewässerungslandwirtschaft verankert. Obwohl sie hier einen wichtigen Faktor für die Marktbindung der Landbevölkerung bilden, sind sie im einzelnen kaum untersucht worden. Auf diese Forschungslücke aufmerksam zu machen, ist ein wichtiges Anliegen dieses Beitrages.

Literatur

ALLAN, N.: The Modernization of Rural Afghanistan: A Case Study. – In: L. Dupree, L. Albert (Hrsg.), Afghani-

- stan in the 1970s. New York, Washington, London 1974, S. 113–125.
- BURNES, A.: Travels into Bokhara. – 3 Bde., 2. Aufl., London 1835.
- u. a.: Reports and Papers, Political, Geographical, and Commercial, submitted to Government. – Calcutta 1839.
- CENTLIVRES, P.: Un bazar d'Asie Centrale. Forme et organisation du bazar de Tāshqurghān (Afghanistan). – Beiträge zur Iranistik, Wiesbaden 1972.
- CHARPENTIER, C. J.: Bazaar-e Tashqurghan – ethnographical studies in an Afghan traditional bazaar (= Studia Ethnographica Upsalensia 36). Uppsala 1972.
- FERDINAND, K.: Nomad Expansion and Commerce in Central Afghānistān. A Sketch of Some Modern Trends. – Folk, Dansk Etnografisk Tidsskrift, Vol. 4, 1962, S. 123–159.
- GRÖTZBACH, E.: Kulturgeographischer Wandel in Nordost-Afghanistan seit dem 19. Jh. (= Afghanische Studien, Bd. 4). Meisenheim am Glan 1972.
- JENTSCH, CH.: Das Nomadentum in Afghanistan (= Afghanische Studien, Bd. 9). Meisenheim am Glan 1973.
- MACGREGOR, C. M. und W. S. A. LOCKHART: Gazetteer of Afghanistan. – 3 parts, 5 vols., Calcutta 1882.
- MOHAN LAL: Travels in the Panjab, Afghanistan and Turkistan, to Balkh, Bokhara, and Herat . . . – London 1846.
- MOORCROFT, W. und G. TREBECK: Travels in the Himalayan Provinces of Hindustan and the Panjab; in Ladakh, and Kashmir; in Peshawar, Kabul, Kunduz, and Bokhara. – 2 Bde. London 1841.
- WIRTH, E.: Zum Problem des Bazars (sūq, çarşı). Versuch einer Begriffsbestimmung und Theorie des traditionellen Wirtschaftszentrums der orientalisches-islamischen Stadt. – Der Islam, 51. Bd. (1974), S. 203–260; 52. Bd. (1975), S. 6–46.
- WOOD, J.: A Journey to the Source of the River Oxus. – Westmead 1971 (Nachdruck der 2. Aufl. London 1872).
- YATE, C. E.: Northern Afghanistan or Letters from the Afghan Boundary Commission. – Edinburgh and London 1888.
- YULE, H.: Papers connected with the Upper Oxus Regions. – Journal Royal Geogr. Soc., Vol. 42, 1872, S. 438–481.

III. DIE WOCHENMÄRKTE UND IHRE ROTATIONEN IM WESTLICHEN MITTELANATOLIEN¹⁾

Mit 3 Abbildungen, z. T. als Beilage (I)

BEATE OETTINGER

Es ist seit langem bekannt, daß sich in vielen Gebieten Ostasiens, Tropisch-Afrikas und Lateinamerikas die Ausbildung von zentralen Orten unterer Stufe aus einem älteren Netz von periodischen Märkten

oder zumindest über solche Märkte als Zwischenstadium vollzieht. Während die Zahl der Veröffentlichungen über derartige Marktssysteme in Lateinamerika und Südostasien schon relativ groß ist²⁾, liegen bisher nur wenige Arbeiten über periodische Märkte des

¹⁾ Das Thema dieser Untersuchung wurde mir von Herrn Prof. W. HÜTTEROTH vorgeschlagen, dem ich auch bei der Ausarbeitung wertvolle Anregungen verdanke.

²⁾ Vgl. BROMLEY, Periodic Markets, Daily Markets, and Fairs: A Bibliography. Melbourne 1974.

nah- und mittelöstlichen Raumes vor. Die Verfasserin hat daher versucht, das System der Wochenmärkte im westlichen Mittelanatolien zu untersuchen. Wegen der wissenschaftlichen Aktualität des Problems sollen einige erste Ergebnisse vorab mitgeteilt werden.

Über türkische Wochenmärkte gab es bislang nur wenig Informationen. Die Existenz periodischer Märkte war zwar grundsätzlich bekannt, doch waren die Zusammenhänge des Marktsystems im einzelnen völlig unklar. Offen waren etwa die Fragen, welche Branchen auf dem Wochenmarkt anzutreffen sind, in welcher Beziehung der periodische Markt zu den stationären Handelseinrichtungen steht, oder wie sich die Zahl der Wochenmärkte im Untersuchungsgebiet auf die einzelnen Wochentage verteilt. Insbesondere aber war bisher noch völlig unbekannt, welche Wege die einzelnen Händler im Wochenrhythmus zurücklegen – ein Problemkreis, der auch bei Untersuchungen über periodische Märkte in anderen Teilen der Erde meist nur sehr am Rande berührt wird. Die Verfasserin hat daher auf einer längeren Reise im Sommer 1974 in der westlichen Türkei – vornehmlich in den Provinzen Kütahya, Uşak, Denizli, Burdur, Isparta und Afyon – 55 Wochenmärkte verschiedener Größe besucht und dabei über Dolmetscher Gespräche mit 500 bis 600 Personen geführt. Im Rahmen von unauffälligen Unterhaltungen konnte festgestellt werden, welche Märkte die Händler im Ablauf der Woche aufsuchten. Diesbezügliche Auskünfte ließen sich durch den Besuch der angegebenen Orte am Markttag überprüfen und in der Regel verifizieren. Weiterhin wurden in 19 Orten die Marktstände und die festen Läden kartiert oder zumindest in ihrem zahlenmäßigen Umfang erfaßt. Als wichtigste Ergebnisse dieser Untersuchung zeichnen sich folgende Sachverhalte ab:

Wochenmärkte werden in jeder Provinzhauptstadt (vilâyet-, il merkezi), in allen Kreisstädten (kaza-, ilçe merkezi), in der Mehrzahl der Amtsorte (nahiye-, bucak merkezi) und gelegentlich sogar in Dörfern des Untersuchungsgebietes abgehalten. Der in der Regel nur am Markttag anwesende ambulante Handel führt stets auch zu einer Stimulierung des ortsansässigen, stationären Handels an diesem Tage. Vor allem die dem Marktplatz benachbarten Geschäfte und Dienstleistungseinrichtungen sind während des Wochenmarktes stark am Marktgeschehen beteiligt. Umgekehrt macht an den marktfreien Tagen nicht nur der Marktplatz einen ausgestorbenen Eindruck, sondern auch in den festen Läden ist der Geschäftsgang flau. Stationäre und ambulante Handels- und Dienstleistungseinrichtungen eines Ortes können unter diesem Gesichtspunkt am Markttag als Einheit betrachtet werden. Doch müssen noch gewisse Differenzierungen zwischen beiden vorgenommen werden.

Da das Angebot des stationären Handels bezüglich Qualität und Preis der Ware einen höheren Rang einnimmt als das Angebot des Wochenmarktes, dessen Güter in der Regel einfacherer Art sind, ist am Markt-

tag der Kundenkreis des stationären und ambulanten Handels nicht völlig identisch. Einkommensstärkere Schichten, wie z. B. die ortsansässigen Städter, bevorzugen die Güter des stationären Handels; die ländliche Bevölkerung des Umlandes dagegen versorgt sich in größerem Maße mit Waren des ambulanten Handels.

Wochenmarkt und ortsansässige Geschäfte ergänzen sich jedoch nicht nur hinsichtlich der Qualität der angebotenen Güter, sondern sie handeln teilweise auch mit ganz unterschiedlichen Warengattungen. Gewöhnlich richtet sich das Angebot des Wochenmarktes dabei in einer gewissen Ergänzungsfunktion nach dem Angebot des stationären Handels. Da sich in Ortschaften von der Größe der Marktorte im Normalfall keine Geschäfte fest niederlassen, die Obst und Gemüse feilbieten, wird der entsprechende Bedarf der städtischen Bevölkerung ausschließlich auf dem Wochenmarkt gedeckt; dessen Angebot besteht dementsprechend zu einem erheblichen Teil aus Obst und Gemüse. So konnte im Untersuchungsgebiet mit Ausnahme eines einzigen Marktortes (Honaz) kein Markt angetroffen werden, auf dem Obst- und Gemüsestände fehlten (vgl. Abb. 1). Viktualien sind in kleineren Orten, die meist ein geringes Angebot sowohl des stationären als auch des ambulanten Handels aufweisen, sogar das einzige Handelsgut des Wochenmarktes (Tatar, Işikli, Gümüşsu, Atabey, Bayat)³⁾.

In den meisten anderen Orten ist das Warensortiment der festen Läden an einfacheren Gebrauchsgegenständen noch nicht so groß, daß es das Angebot von Textilwaren, Haushalts- und landwirtschaftlichen Geräten auf dem Wochenmarkt erübrigen würde. Hier halten sich die Marktstände dieser Artikel meist zahlenmäßig die Waage mit den Ständen des Obst- und Gemüsemarktes. Bei größeren Orten mit einer relativ hohen Zahl von festen Geschäften schließlich tritt das Angebot des ambulanten Handels an landwirtschaftlichen Geräten, Textil- und Haushaltswaren meistens stark zurück, da Waren dieser Art bereits in den festen Läden gehandelt werden (Simav, Ulubey, Çivril, Sandikli, Dinar, Egridir, Gelendost). In Keçiborlu fehlt es sogar ganz. Dies drückt sich in Abb. 1 graphisch in der Weise aus, daß sich der schwarze Sektor des Marktbereichs Textilien u. a. und der weiße Sektor der ortsansässigen Läden zumeist komplementär verhalten. Schließlich ist aus Abb. 1 zu ersehen, daß in der Mehrzahl der Beispiele das Angebot des stationären und des ambulanten Handels zusammengenommen in positiver Korrelation zur Ortsgröße steht. Die Höhe des Gesamtwarenangebots dürfte sich wohl vor allem nach dem Zentralitätsgrad des Ortes und der Größe seines Einzugsbereichs richten.

³⁾ Um der größeren Auswahl und Menge des Angebots und dem höheren Umsatz der festen Geschäfte gerecht zu werden, entspricht in Abb. 1 ein Marktstand einer, ein fester Laden jedoch zwei Verkaufseinheiten.

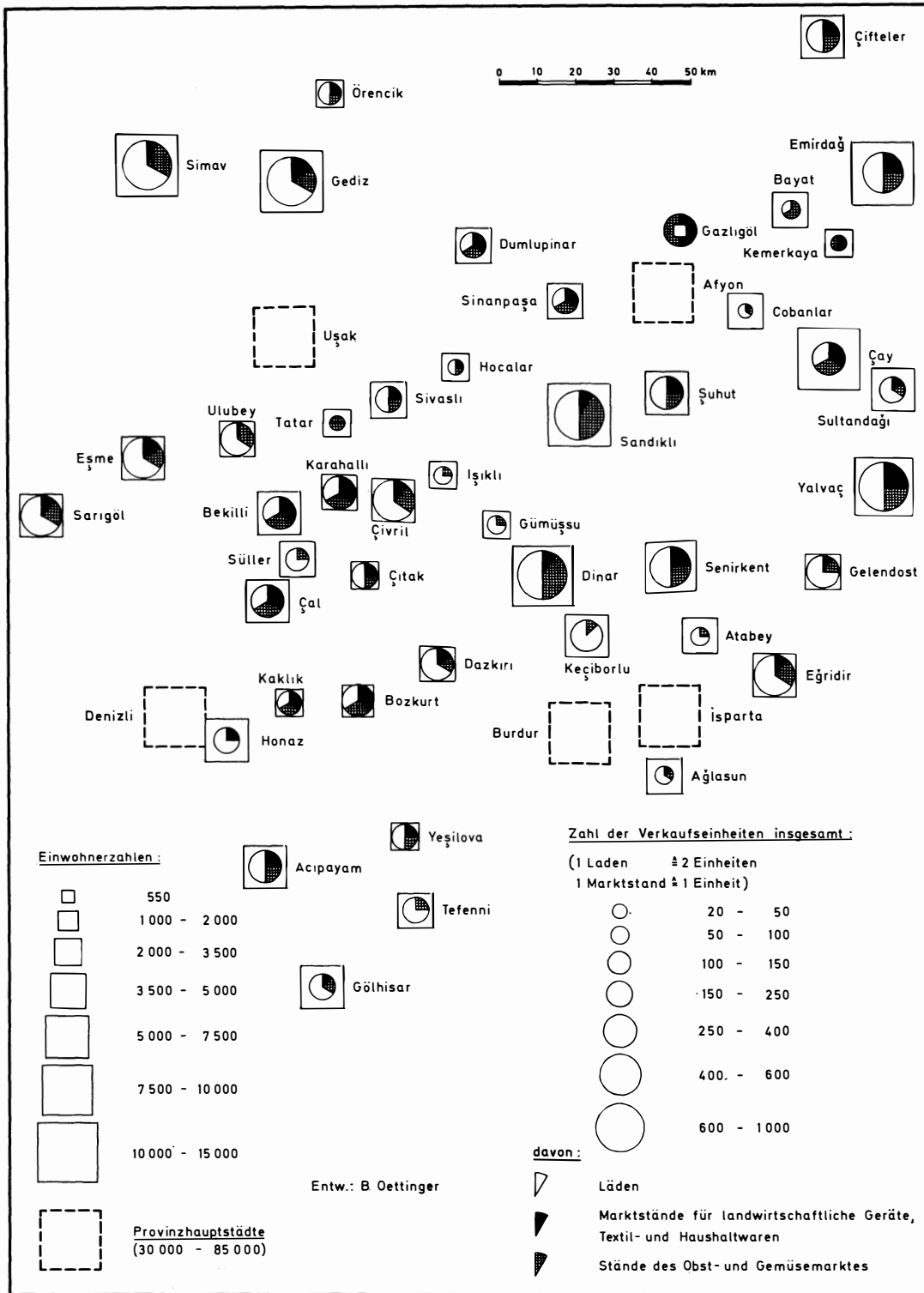


Abb. 1: Einwohnerzahl, Anzahl der Läden und Marktstände in ausgewählten Wochenmarktorten
Number of inhabitants, of shops and stalls in selected weekly market places

Im großen und ganzen lassen sich auf den Wochenmärkten vier Gruppen von Verkäufern unterscheiden:

1. Bauern, die eigene landwirtschaftliche Produkte vermarkten und wöchentlich nur einen Wochenmarkt aufsuchen,
2. nebenberufliche Händler, die an bestimmten Wochentagen mit dem Verkauf der Ware und an bestimmten Tagen mit ihrer Herstellung beschäftigt sind,
3. hauptberufliche Händler, die Erzeugnisse des städtischen Gewerbes anbieten, nur tageweise auf Wochenmärkten anzutreffen sind und tageweise in stationären Läden verkaufen,
4. hauptberufliche Händler, die landwirtschaftliche Produkte oder Erzeugnisse des städtischen Gewerbes verkaufen, über keinen festen Laden verfügen und an fünf, sechs oder sieben Wochentagen ausschließlich Wochenmärkte aufsuchen.

Abgesehen von den selbstvermarktenden Bauern suchen alle Wochenmarkthändler in regelmäßigem wöchentlichen Turnus eine bestimmte Anzahl stets gleicher Marktorte auf. Da mehr oder weniger große Gruppen von Händlern im Ablauf der Woche je dieselben Marktorte gemeinsam aufsuchen, ergeben sich räumliche „Rotationen“ der gesamten Wochenmarktbeschickung. Eine „Marktrotation“ (oder ein „Marktring“) versorgt dabei jeweils ein relativ geschlossenes Einzugsgebiet. Zumeist werden allerdings nicht sieben verschiedene Marktorte mit Märkten an den sieben verschiedenen Wochentagen geschlossen von denselben Händlern aufgesucht. Vielmehr verteilen sich die Händler an den meisten Wochentagen auf mehrere Orte, so daß sich die wöchentlichen Rotationen der Marktbeschickung in verschiedener Weise verzweigen und ineinandergreifen.

Die Wege der Händlergruppen von einem Wochenmarkt zum anderen sind auf Abb. 2 (Beil. I) in unterschiedlicher, dem Anteil der Händler dieser Rotation entsprechender Strichstärke dargestellt. Orte geringerer Zentralität werden gewöhnlich von weniger Händlern aufgesucht, während etwa die Provinzhauptstädte, d. h. Orte relativ hoher Zentralität, neben einer großen Händlerzahl pro Markttag sogar zwei Markttag in der Woche verzeichnen können. Da sich die Einzugsbereiche der einzelnen Marktrotationen in ihren Rändern berühren und teilweise sogar ineinandergreifen, gehört ein Teil der Marktorte mehreren Rotationen an (z. B. Emirdağ, Sandikli, Dinar, Denizli, Sarayköy).

Die einzelnen Marktrotationen sind von recht unterschiedlicher Geschlossenheit. So erscheinen zwei Rotationen im Westen des Untersuchungsgebietes (Aslanapa – Örencik – Emet – Çavdarhisar – Hackebir – Şaphane – Gediz und Uşak – Çivril – Çitak – Karahalli – Süller – Çal – Bekilli), die im großen und ganzen auch unberührt von randlich angrenzenden Rotationen sind, sehr geschlossen. Mit Ausnahme jeweils

eines Wochentages tritt hier keine Aufsplitterung der Händlergruppen auf, so daß die Beschickung der Märkte dieser Rotationen zumeist durch je dieselben Händler erfolgt. Im Gegensatz dazu finden sich im Nordosten des Untersuchungsgebietes Marktrotationen, die eines zusammenhaltenden Prinzips entbehren und daher extrem verzweigt erscheinen. Hier sind die Wege der Händler individuell verschieden; lediglich aufgrund der Tatsache, daß die Zahl der Märkte an einem bestimmten Wochentag in einem bestimmten Umkreis begrenzt ist, trifft ein Teil der Händler gelegentlich auf den Märkten zusammen.

Unterschiede zwischen den beiden genannten Rotationstypen bestehen auch in den von Händlern wöchentlich zurückgelegten Entfernungen. Händler, die den geschlossenen Rotationen angehören, legen nur wenige Zehner von Kilometern in der Woche zurück, wohingegen sich in den stark verzweigten Rotationen die wöchentlich bewältigten Wegstrecken auf etliche hundert Kilometer belaufen. Die übrigen Marktrotationen des Untersuchungsgebietes bewegen sich zwischen den aufgezeigten Extremen.

Abb. 2, die das gesamte Untersuchungsgebiet deckt, mußte aus Gründen der Überschaubarkeit erheblich generalisiert werden. Um einen Eindruck der Verflechtungen und Zusammenhänge im einzelnen zu vermitteln, sind deshalb an Hand einer relativ verzweigten Rotation einige individuelle wöchentliche Marktwege von Händlern dargestellt (vgl. Abb. 3). Zu diesem Zwecke wurden die Wege der auf dem Wochenmarkt von Afyon befragten Händler ausgewählt. Auf Abb. 3 lassen sich einige Phänomene erkennen, die aus Abb. 2 nicht ersichtlich sind:

1. Die individuellen Rotationen der Händler erstrecken sich in der Regel nicht über das Gesamtgebiet der Marktrotation, sondern durchmessen es zumeist nur teilweise. Einige Händler suchen lediglich nördlich von Afyon gelegene Marktorte auf (Plastikschuhe, Stoffe, Obst und Gemüse), andere bewegen sich ausschließlich im mittleren (Textilien) oder südlichen Bereich des Rotationsgebietes (Melonen, Herrenoberhemden). Lediglich der Kurzwarenhändler durchmißt das gesamte Rotationsgebiet. Die Einzelrotationen zeigen zwar einen von Händler zu Händler recht unterschiedlichen Verlauf; doch zirkuliert die Mehrheit der Händler insgesamt stets zwischen denselben Marktorten, so daß sich die individuellen Wege der Händler, die den Wochenmarkt von Afyon beschicken, zusammen mit den auf den anderen Wochenmärkten des Rotationsbereichs festgestellten Händlerwegen cum grano salis zu einer Gesamtrotation zusammenfassen lassen.
2. Die Rotationen der Obst- und Gemüsehändler weisen durchschnittlich einen geringeren Durchmesser auf als die Rotationen von Händlern, die mit wertvolleren und weniger platzaufwendigen Gütern handeln. Letztere fahren die Marktorte häufig mit

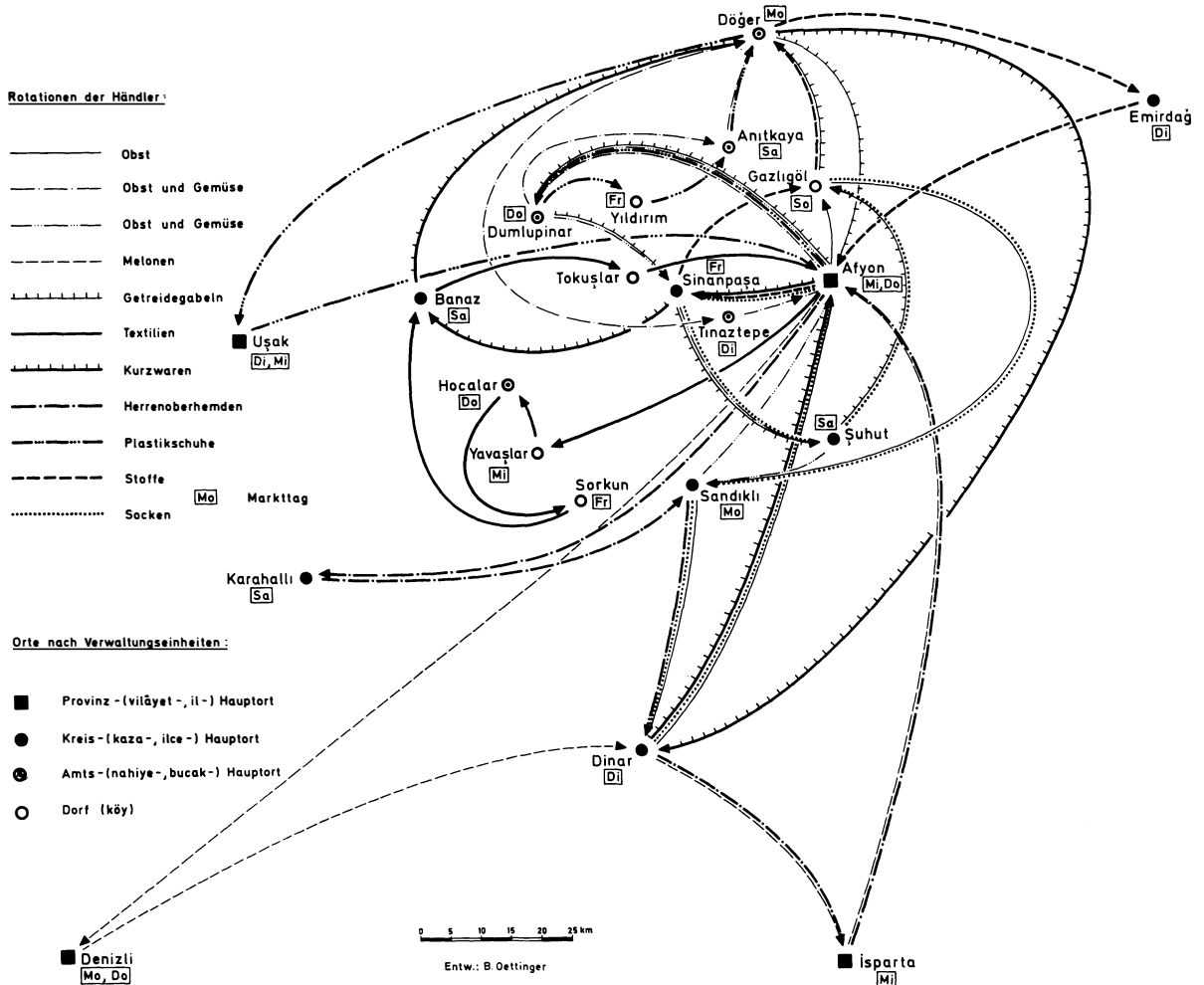


Abb. 3: Rotationen einiger Händler des Wochenmarktes von Afyon
Circulations of several dealers of the weekly market of Afyon

PKW an, wie etwa der auf Abb. 3 erfaßte Herrenoberhemdenhändler, der die Märkte von Afyon, Karahalli, Sandikli, Dinar und Isparta aufsucht. Der in der Legende an zweiter Stelle aufgeführte Obst- und Gemüsehändler dagegen besucht die Märkte von Afyon, Dumlupinar, Anitkaya, Döğer und Tinaztepe und legt dabei wesentlich geringere Wegstrecken zurück.

3. Die Mehrzahl der Händler bietet nicht an allen Wochentagen ihre Waren feil. So ist der Melonenhändler nur auf den Wochenmärkten von Afyon, Denizli, Dinar und Isparta anzutreffen.
4. Zwischen den auf Abb. 2 eingezeichneten Marktorten liegt zusätzlich eine große Anzahl von Orten, die sehr kleine Wochenmärkte mit teilweise sogar eigenen Rotationen beherbergen. Dazu zählen auf Abb. 3 die Marktorte Yildirim, Tinaztepe, Yavaşlar, Sorkun und Tokuşlar, von denen die letzten drei von demselben Händler aufgesucht werden.

Diese Märkte umfassen maximal 20 Stände, während ein Wochenmarkt mittlerer Größe 150 bis 200 Marktstände zählt.

5. Der auf Abb. 2 dargestellte Rotationsbereich des Marktes von Afyon wird von einem Teil der Händler überschritten. Auf Abb. 3 läßt sich feststellen, daß dabei vor allem die Wochenmärkte der benachbarten Provinzhauptstädte große Anziehungskraft ausüben, um derentwillen die Händler auch längere Anfahrtswege in Kauf nehmen. Daneben existieren – auf keiner der Karten darstellbare – überraschend abweichende Händlerrotten, die teilweise über große Entfernungen hinweg zugunsten relativ unbedeutender Märkte unternommen werden. Dabei handelt es sich nicht etwa um ein einmaliges „Ausspuren“, sondern um einen festen wöchentlichen Turnus dieser Händler. Jedoch machen solche Händler nur einen sehr geringen Anteil unter den ambulanten Händlern aus.

Da sich die Marktrotationen teilweise stark verzweigen, und die Mehrzahl der Händler nicht an allen Wochentagen ihre Waren feilbietet, differieren die Zahlen der an den einzelnen Wochentagen stattfindenden Märkte erheblich. So verteilen sich die 115 im Untersuchungsgebiet abgehaltenen Wochenmärkte folgendermaßen auf die einzelnen Wochentage:

Sonntag	11
Montag	17
Dienstag	14
Mittwoch	14
Donnerstag	16
Freitag	27
Samstag	16
<hr/>	
Durchschnitt	16,4

Es heben sich vor allem zwei Wochentage stark vom Durchschnitt ab: Der Sonntag fällt durch eine relativ geringe Zahl von Märkten auf, während der Freitag mit großem Abstand die meisten Wochenmärkte auf sich vereinigt. Letzteres verwundert kaum, da der Besuch eines Freitagsmarktes mit dem Moscheebesuch verbunden werden kann. Entsprechend ihrer hohen Zahl ist die Beschickung der Freitagsmärkte zwangsläufig geringer als die eines durchschnittlichen Wochenmarktes. Sonntagsmärkte sind nicht nur zahlenmäßig

unterdurchschnittlich gering vertreten, sondern sie umfassen auch nur eine geringe Zahl von Marktständen. Während der Wochenmarkt („pazar“) in der Türkei ursprünglich in engem Bezug zum Sonntag („pazar günü“) stand, arbeitet die Mehrzahl der Händler an diesem Tage nicht mehr, seit er unter Kemal Atatürk offiziell zum Ruhetag erklärt wurde.

Die vorstehende Skizzierung von türkischen Wochenmärkten beschränkte sich auf einige ausgewählte Aspekte, vor allem auf das Zusammenspiel von festen Läden und Wochenmarkt und auf die wöchentliche Rotation der Märkte. Noch offen bleibt eine große Zahl weiterer Fragen, für die bisher nur Indizien vorliegen. Interessant wäre insbesondere eine Untersuchung der historischen Entwicklung der anatolischen Marktsysteme. Waren die Marktrotationen ursprünglich völlig geschlossen, oder nahm jeder Händler seinen eigenen Weg? Auch bleibt noch festzustellen, wie stabil sich die Rotationen über größere Zeiträume hinweg verhalten. Besonders die weitläufigen Rotationen dürften vor Beginn der Motorisierung nicht in dieser Form existiert haben, und es ist anzunehmen, daß der Ausbau des Wegenetzes nicht ohne Einfluß auf den Verlauf der Marktrotationen gewesen ist. Offen bleibt schließlich die Frage nach den zukünftigen Entwicklungstendenzen oder dem Einfluß der allgemeinen Verwestlichung auf das System der Wochenmärkte. Diese und andere Gesichtspunkte müssen künftigen Arbeiten vorbehalten bleiben.

IV. TÄGLICHER SŪQ UND WOCHENMARKT IN ŞA'DA, JEMEN

Mit einer Beilage (II)

ELKE NIEWÖHNER-EBERHARD

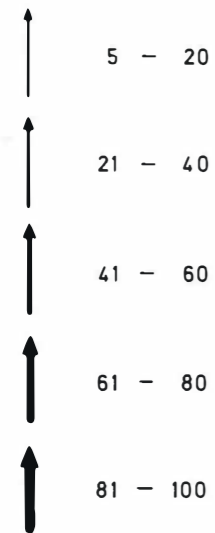
Die Stadt Şa'da ist mit z. Z. etwa 6000 Einwohnern der Verwaltungshauptort der gleichnamigen Nordprovinz der Arabischen Republik Jemen. Als Marktort hat Şa'da jedoch bis heute kaum mehr als lokale Bedeutung besessen. Şa'das Bazar (sūq) zeigt dementsprechend die typischen Merkmale eines kleinen Landstadt bazars, wie sie E. WIRTH (1974, S. 219) gekennzeichnet hat: „In kleineren Landstädten abseits der großen Handelsstraßen, die im wesentlichen nur zentralörtliche Funktionen für ihr agrarisches Umland haben, findet man oft recht einfach strukturierte Bazare: In Analogie zu entsprechenden Landstädten des vorindustriellen Europa sind hier Einzelhandel, einfache Dienstleistungen und Handwerk – welches entweder im Kundenauftrag produziert oder zumindest ohne Zwischenhandel direkt an den Kunden verkauft – die wichtigsten, gelegentlich sogar die einzigen Wirtschaftssektoren.“ Allerdings hat der sūq von Şa'da, wie wohl alle Bazare, ganz spezielle, nicht zur allge-

meinen Regel gehörende Eigenheiten; von diesen seien – im Anschluß an eine allgemeine Einführung und eine knappe Beschreibung des heutigen sūqs von Şa'da – nachstehend die drei auffallendsten geschildert. Als Grundlage dienen Beobachtungen, Befragungen und Kartierungen, die die Verfasserin anlässlich zweier Aufenthalte in Şa'da von insgesamt 16 Wochen Dauer durchführen konnte.

Der sūq von Şa'da ist ein Flächenbazar, ein „Komplex paralleler und sich kreuzender Bazargassen“ (E. WIRTH 1974, S. 252) mit etwa 450 eingeschossigen Lehmboxen ohne Wohnungen, die immer zu mehreren als Boxenzeile eine Baueinheit bilden und die Gassen konstituieren. Die räumliche Anordnung der Ladenboxen und Marktstände sowie die Branchengliederung ist in dem beigefügten Plan (Beil. II) dargestellt. Wie in kleineren Landstädten üblich, sind auch in Şa'da die für den Jemen typischen unüberdachten Bazargassen das einzige Bauelement des sūqs. Es gibt keine hallenartigen

Abb.2
Wochenmarkttrotationen
 im westlichen Mittelanatolien
 weekly market rotations
 in west central Anatolia

Prozentsatz der Händler einer Rotation:
 percentage of dealers in a rotation:



Eine Farbe symbolisiert jeweils eine Markttrotation
 One colour symbolizes one market rotation

Orte nach Verwaltungseinheiten:
 places according to administrative units

- Provinz- (vilâyet-, il-) Hauptort
- Kreis- (kaza-, ilçe-) Hauptort
- ⊙ Amts- (nahiye-, bucak-) Hauptort
- Dorf (köy)
- Mo Markttag

