Zeitschrift: Schweizerisches Archiv für Volkskunde = Archives suisses des traditions populaires

Herausgeber: Schweizerische Gesellschaft für Volkskunde

Band: 77 (1981)

Heft: 3-4

Artikel: Markt - Umschlagplatz wofür? : Bedeutungs- und Verhaltenswandel auf dem Wochenmarkt in einer peripheren Region Italiens

Autor: Fehlmann-von der Mühll, Maja

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-117389

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 13.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Markt – Umschlagplatz wofür?

Bedeutungs- und Verhaltenswandel auf dem Wochenmarkt in einer peripheren Region Italiens

Von *Maja Fehlmann-von der Mühll*

Vorbemerkung

Ein Wochenmarkt in einem romanischen Land entzückt Nordländer immer wieder durch die reichhaltigen Angebote und den lebhaften Betrieb[1]. Diese Faszination liegt auch meinem Anliegen zugrunde, das Marktgeschehen von Strada besser kennenzulernen und zu durchschauen.

Bei den mehrmaligen Besuchen zu verschiedenen Jahreszeiten fielen gewisse Regelmässigkeiten auf, andererseits tauchten immer mehr Fragen auf: Was haben die vielen Männer, die abseits der Marktstände diskutieren, auf dem Markt überhaupt zu tun? Wie können Marktfahrer von ihrem mageren Geschäft leben? Wozu überhaupt ein Wochenmarkt, wo doch die ansässigen Geschäftsleute Mühe genug haben, eine Rendite herauszuwirtschaften?

Zu Informationen über den undurchsichtigen faszinierenden Betrieb zu kommen, war nicht leicht. Als Frau mit den Bauern in Kontakt zu kommen, erwies sich als unmöglich. Hier ergab sich die Bekanntschaft mit einer alten verwitweten Bauersfrau als nützlicher Umweg zu Informationen. Informationen von den Marktfahrern zu bekommen, war erst nach mehrmaligem Kaufen und Klatschen über Banalitäten möglich. Dies konnte ich aber nur bei einer kleinen Auswahl tun. Eher

---

MDS = Market Distribution Systems. Hrsg. Gormsen, E. Papers submitted to the Symposium K-28 of the XXIIIth International Geographic Congress, Moscow 1976. Mainzer geographische Studien 10. Mainz 1976.

[1] Nordin, Christina. A Comparative Study of Markets in France and Sweden: Methodological Problems in Market System Research and Attempt to a Model. In: MDS, 85–90. – Darin stellt die Autorin die Hypothese auf, dass der Franzose auf den Markt gehe, um sich mit Gütern einzudecken, während der Schwede auf den Markt gehe, um Leute zu treffen, sich zu unterhalten. Für den Franzosen hat der Markt seine primäre und rationale Bedeutung als Güterumschlagplatz beibehalten, für den Schweden hat der Markt eine sekundäre, mehr irrationale Bedeutung erhalten, er bietet die sonst rare Gelegenheit zu sozialen Kontakten. Fülle des Angebots und Betriebsamkeit hängen offenbar mit der erstgenannten Funktion zusammen und tragen zur Faszination des Marktbetriebes für Fremde bei.

verschlossen, und nur zu Angaben bereit, die er aus seinen Papieren ablesen konnte, zeigte sich der für den Markt zuständige Gemeindebeamte. Am leichtesten waren Beziehungen zu den Kundinnen herzustellen, war ich doch selbst eine von ihnen. Zudem waren die meisten von ihnen meinen Bekannten (und Gewährsleuten) aus Strada persönlich bekannt.

Aus diesen praktischen Gründen, aber auch weil Ort und Markt klein und übersichtlich, dabei aber auch belebt genug sind, fiel die Wahl auf Strada. Hier schien mir auch das Nebeneinander von Agrar- und Konsumgütermarkt sehr deutlich, was in grösseren Orten bereits sehr viel verwischter in Erscheinung tritt.

Die Region von Strada

Strada in Casentino ist der Hauptort der Gemeinde Castel San Niccolò[2]. Das Casentino[3] erlebte nach dem Zweiten Weltkrieg einen massiven Bevölkerungsschwund durch Abwanderung in italienische Industriezentren. Die traditionelle Land- und Waldwirtschaft, Schafzucht und die zugehörigen kleingewerblichen Holz- und Textilbetriebe drohten beinahe zu verschwinden. Staatliche und durch die EG gar übernationale Entwicklungsgelder brachten grosse Textilfirmen zu Filialgründungen im Casentino, was in den letzten Jahren vermehrte, wenn auch sehr krisenanfällige Arbeitsplätze brachte. Andere Entwicklungsprojekte verhalfen dem alteingesessenen Holzhandwerk zu neuen Absatzmärkten. Durch die Gründung von Kooperativen (für Tabak und für die Viehzucht) bekam die Landwirtschaft neue Impulse und Strukturen. All dies kommt dem Wunsch der Casentineser, in ihrer Heimat zu bleiben, entgegen. Die Gegend macht zurzeit einen belebten, jedoch der durch grossartige Architektur präsenten Vergangenheit nicht ebenbürtigen Eindruck.

---

[2] Eine Gemeinde (comune) umfasst mehrere Fraktionen von unterschiedlicher Grösse. Es können ebenso Weiler von ein bis zwei Gehöften wie eigentliche Dörfer sein. Ein Gemeindeareal hat etwa die Grösse unserer Bezirke. Fast nur im Hauptort gibt es öffentliche Dienste (Post, Bank, höhere Schulen, Altersheim, Polizei, Verwaltung, Restaurants...). Strada bildet insofern eine Ausnahme, als es Hauptort zur nicht gleichnamigen Gemeinde Castel San Niccolò ist. Das ehemals wichtige Schloss der Guidi liegt auf einer schwer zugänglichen Bergflanke direkt über Strada und hat so gut wie keinen Umschwung. Nach der endgültigen Aufhebung der Feudalherrschaft im 15. Jahrhundert verlor es jede Bedeutung. Dafür übernahm Strada, an der Durchgangsstrasse nach Florenz gelegen (daher sein Name) die Funktionen eines Hauptortes.

[3] Zum Casentino siehe auch Fehlmann, Maja. Bruscello, zur Opposition Festtag – Alltag in einem toskanischen Dorfe. In: SAVk 76 (1980) 134–147. Hier 133ff.

Strada hat nebst altem Marktplatz und Hauptgasse einen neueren Platz, bis vor wenigen Jahren vor dem Dorfe gelegen. Hier befinden sich Schulhaus, Verwaltungsgebäude, die Bushaltestellen für die Verbindungen in der ganzen Region und ein grosser Parkplatz. Von diesem Platz aus erstrecken sich die Ladengeschäfte und die Handwerksbuden durch die Hauptgasse bis zum alten Marktplatz. Verglichen mit der Grösse bzw. Kleinheit des Ortes scheint ein Überangebot an Geschäften zu bestehen. Auffallend ist, dass kaum eine Branche alleine vertreten wird, sondern dass zu jeder mindestens eine Konkurrenz besteht.

Die Vielzahl der Geschäfte ist u.a. Ausdruck der ökonomischen Krisen- und Marginalsituation, in der die Region steckt. Unverhältnismässig viele versuchen, mit geringem Kapital (und bei hoher Verschuldung bei Grosslieferanten), ein eigenes Geschäft aufzuziehen. Damit versuchen sie, der unsicheren Abhängigkeit von einem Arbeitgeber zu entkommen und dank der selbständigen Erwerbsstellung höheres soziales Prestige zu erwerben. Kunden stellen sich ja nicht nur aus Strada, sondern aus der ganzen Gemeinde ein, deren Einwohnerzahl die von Strada um das Zehnfache übersteigt.

Die Vielzahl von Geschäften ist auch möglich aufgrund der starken familiären Solidarität. Ein Geschäft muss (und kann oft auch) nicht nach den üblichen Buchhaltungskriterien geführt werden. Es genügt, wenn mehrere Familienmitglieder davon leben können. Genaue Arbeitszeitregelung oder Lohnauszahlungen gibt es nicht.

Ein weiterer Grund ist die starke soziale Zersplitterung der Gemeindebewohner und ihre Gewohnheit, alle Geschäfte über persönliche Beziehungen zu erledigen[4]. Die Parteiungen entsprechen in Strada (was nicht die Ausnahme, aber auch nicht die Regel ist) ziemlich genau der politischen Links- bzw. Rechts-Orientierung, was in Ausstattung und Angebot der Ware zum Teil zum Ausdruck kommt. Welche familiären und politischen Streitigkeiten sich hinter dieser Zweiteilung verstecken, ist nur bruchstückhaft erfassbar.

Die Preise in den Ladengeschäften werden von den Kunden durchwegs als zu hoch bezeichnet. Die meisten sind davon überzeugt, dass der Händler seine Stellung im Dorf und die weite Distanz bis zum

[4] Das System von Verpflichtungen und Parteinahme für oder gegen Drittpersonen aufgrund erhaltener Förderung, Schutz oder Begünstigungen war und ist in geringerem Masse in ländlichen Gegenden nicht nur Süditaliens verbreitet. Vgl. dazu: Mühlmann, E. und R. J. Llaryora. Klientschaft, Klientel und Klientelschaft in einer sizilianischen Agrostadt (Heidelberger Sociologica 6, Tübingen 1968) 1–50.

nächsten Supermarkt dazu missbraucht, die Preise hochzutreiben. Weitere Unzufriedenheit mit den Ladengeschäften schafft die neuerdings eingeführte Vorschrift, Waren nicht zu berühren. Dies betrifft vor allem die Lebensmittelgeschäfte, wo die Kundin und pflichtbewusste Hausfrau die Ware mit eigenen Händen prüfen möchte. Darüber wachen die Ladeninhaber streng. Sie scheinen stolz zu sein auf den hygienischen Fortschritt, der ihnen zwar Unkosten verursacht (kostspielige Einrichtungen, Packmaterial, Putzarbeit), sie aber doch von ihrer Konkurrenz, den Marktfahrern, abhebt und sie als diejenigen ausweist, die den Weg neuzeitlichen Geschäftens eingeschlagen haben.

Wochenmarkt in Strada

Nicht nur können die vielen Geschäfte des Dorfes mit ihrem Angebot die Bedürfnisse aller Gemeindebewohner bestens befriedigen, einmal in der Woche bringen darüber hinaus Marktfahrer dieselben Güter ins Dorf. Markttag in Strada fällt auf den Montagnachmittag[5]. Mit Ausnahme der landwirtschaftlichen Maschinen, der Fische und Muscheln und der Porchetta[6] gibt es an den Marktständen nichts zu kaufen, was nicht auch in einem der ansässigen Ladengeschäfte zu bekommen wäre.

Der Betrieb an einem Montagnachmittag lässt Strada oftmals aus allen Nähten platzen. Die Strassen sind verstopft von schlendernden Frauen und diskutierenden Männern. Sie kommen von abgelegenen Dörfern, Weilern und Höfen allwöchentlich in den Hauptort. Reisezeit kann eine Stunde oder mehr sein. Die meisten nehmen den Bus, andere kommen regelmässig zu Fuss, Händler und Vermittler im eigenen Auto. Da besonders die Männer, es handelt sich durchwegs um

[5] Plan für die Wochenmärkte im Casentino

Sonntag	*Montag*	*Dienstag*	*Mittwoch*	*Donnerstag*	*Freitag*	*Samstag*
Talla	—	Ponte	Rassina	Bibbiena	Badia Prataglia	(Poppi) Arezzo
Monte-mignaio	Strada	Stia	Castel Focognano	Soci	Prato-vecchio	—

Die Abfolge der Markttage stellt eine Art Hierarchie dar. Märkte am Morgen sind wichtiger als solche am Nachmittag, ebenso solche gegen das Wochenende. Dies hängt mit der ursprünglichen Bedeutung, der Versorgung mit frischen Lebensmitteln, zusammen.

[6] Porchetta = gebratenes, mit allen Innereien und viel Knoblauch gefülltes Spanferkel, das als Zwischenverpflegung gekauft wird. Auf jedem Markt und jeder Messe in der Toskana wird «porchetta» feilgeboten.

ältere Bauern, den Beginn des Marktes nicht verpassen wollen, kommen sie schon zum Mittagessen ins Dorf. Restaurants und Bars sind dann überfüllt. Für die Bauern hält ein Wirt eigene Menus bereit, die es nur am Markttag gibt[7]. Frauen sind in den Lokalen nur ausnahmsweise zu sehen. Sie verpflegen sich und die Kinder, falls diese mitkommen dürfen, bei Verwandten oder auf der Strasse. Ein Bäcker hält am Markttag auf der Strasse verschiedenes Gebäck als Zwischenverpflegung feil. Anschliessend beginnen sie ihren Bummel durch die Marktstände.

Frauen und Kinder sind auch anzutreffen vor der Arztpraxis. Der Warteraum ist an Markttagen viel zu klein für alle Patienten. Sie müssen auf dem Vorplatz stehend oder auf dem Gartenmäuerchen sitzend warten. Ausschliesslich Männer sind anzutreffen vor den Büros der örtlichen Niederlassungen der Bauernorganisationen[8]. Beide Geschlechter stehen Schlange vor dem Schalter der Rentenkassen, sei es, dass sie dort Einzahlungen machen müssen oder Zahlungen abholen können. Auf den beiden Banken und Büros der Gemeindeverwaltung verkehren wiederum fast ausschliesslich Männer. Alle diese Büros sind am Montagnachmittag ausnahmsweise geöffnet[9].

Die vielfältigen beschriebenen Tätig- und Geschäftigkeiten, die mit dem Betrieb an den Marktständen nichts zu tun haben, tragen dazu bei, Strada am Markttag in ein stark belebtes Zentrum zu verwandeln.

Die Marktfahrer

Urheber des ganzen Betriebes scheinen auf Anhieb die Marktfahrer zu sein. Dass die Marktstände nur die Oberfläche, keineswegs aber die eigentliche «raison d'être» des Marktes bilden, soll weiter unten erörtert werden. Vorerst soll dieser anschauliche Teil des Marktes betrachtet werden. Wie bereits gesagt, deckt sich das Warenangebot auf dem Markt weitgehend mit demjenigen der im Dorf niedergelassenen Geschäfte. Ihre Konkurrenzfähigkeit gegenüber den Geschäftsleuten von Strada verdanken die Marktfahrer ihrem Ruf, billig zu verkaufen. Dies zieht eine bestimmte Käuferschicht an. Nicht für jedermann ziemt es sich, auf dem Markt einzukaufen. Die Käuferschaft

---

[7] Anstelle der üblich gewordenen drei Gänge verlangen die Bauern nur einen preisgünstigen Teller Kutteln mit Brot oder einen langen Brot-Leberspiess.

[8] Es handelt sich um zwei verschiedene überregionale Bauernverbände, die Vergünstigungen beim Kauf von Futtermitteln, Düngern und Saatgut usw. verschaffen.

[9] Alle staatlichen und ein Teil der öffentlichen Büros sind in Italien normalerweise höchstens bis 14 Uhr geöffnet.

Zeichenerklärung

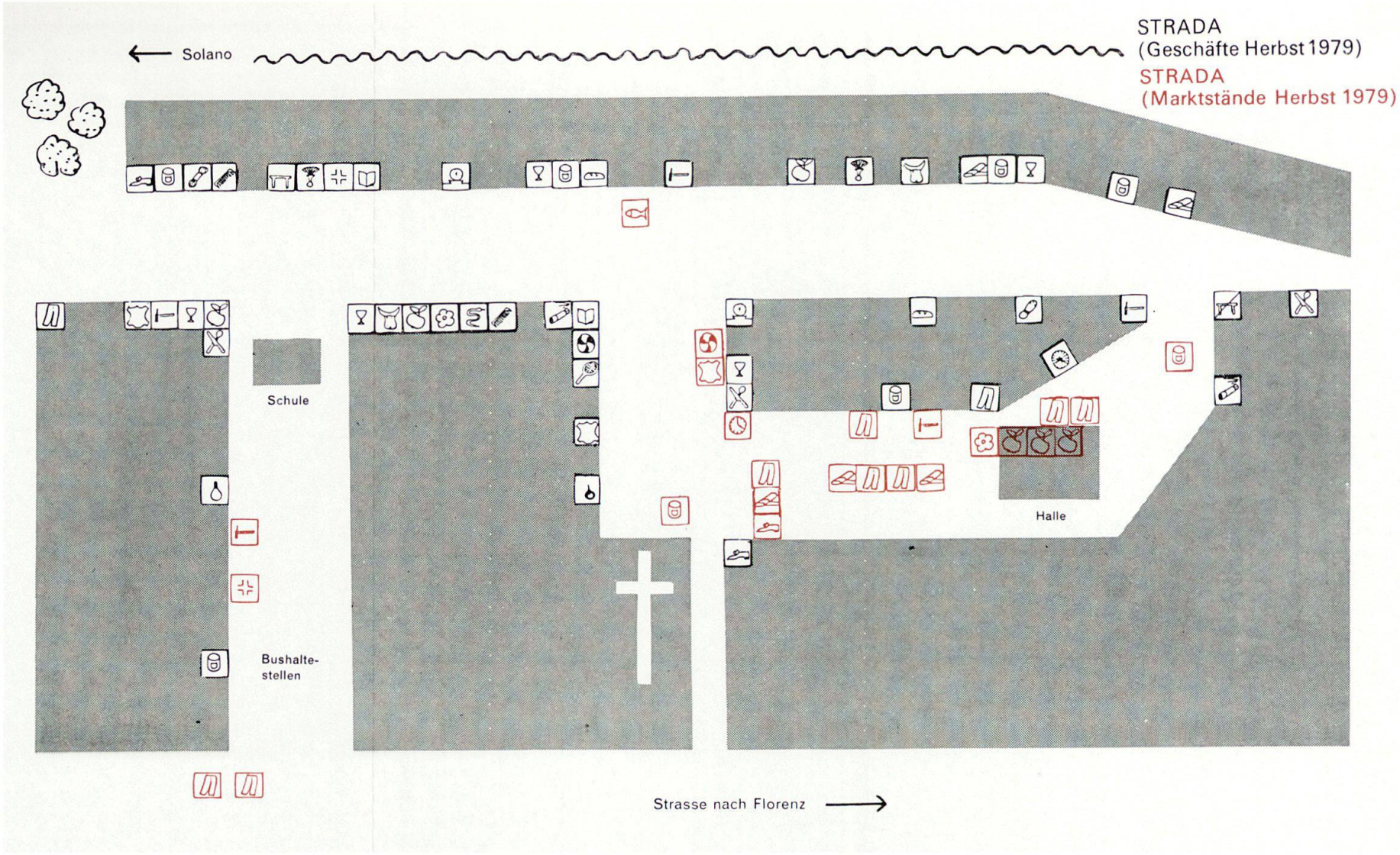
(Es wird angegeben, was hauptsächlich verkauft wird)

- Früchte, Gemüse
- andere Lebensmittel, Konserven, Käse, Wurst
- Fleisch, Geflügel
- Fische, Muscheln
- Brot, Gebäck, Pizza
- Bar, Weinausschank
- Restaurant
- Blumen, Pflänzlinge, Saatgut
- Sanitätsartikel, Waschpulver, Kosmetika
- Apotheke
- Wäscherei, chemische Reinigung
- Barbier
- Damencoiffeur
- Tabakwaren
- Bücher, Zeitungen
- Uhren, Schmuck, Radioapparate
- Konfektion, Arbeitskleidung, Unterwäsche
- Schuhe
- Schuhmacher
- Werkzeuge, Haushaltartikel
- Mercerie
- Stoffe, Decken, Vorhänge, Aussteuern
- Lederwaren, Lederkleidung
- Spielwaren
- Sportartikel
- Fahrräder, Mofas
- Bank
- Möbel
- Trödler
- Lampen, Elektroartikel

rekrutiert sich auf dem Lande aus den unteren Einkommensschichten, sofern sie nicht durch verwandtschaftliche Bindungen zum Kauf in einem ansässigen Geschäft verpflichtet sind. Dazu kommen die herbeigereisten Bauers- und Arbeiterfrauen. Wer etwas auf sich gibt, vermeidet das Einkaufen auf dem für solche Leute unseriös wirkenden Markt. In grossen Städten, wo der Markt den Kundinnen in erster Linie Frischprodukte direkt vom Produzenten liefern soll, hat der Einkauf auf dem Markt einen anderen Stellenwert und vermag eine andere Käuferschicht anzuziehen[10].

---

[10] Harris, B. Social Specificity in Rural Weekly Markets – the case of Northern Tamil Nadu, India. In: MDS, 39–48.


STRADA
(Geschäfte Herbst 1979)
STRADA
(Marktstände Herbst 1979)
Solano
Schule
Bushalte-
stellen
Halle
Strasse nach Florenz

Ein Marktfahrer hat verschiedene Vorteile vor den sesshaften Geschäftsleuten. So braucht er kein Lager zu führen. Sein Angebot und sein Vorrat an Waren sind in der Regel nicht grösser als sein Wagen, mit dem er zu Markt fährt und der ihm meist auch als Stand dient. Er deckt sich am Montagmorgen bei seinem Lieferanten ein und befährt mit dem eingekauften Quantum alle Märkte im Casentino (siehe Anm. 5). Das Startkapital für einen Marktfahrer ist gering. Er muss eine Anzahlung an einen Lieferwagen oder Lastwagen kleinerer Kategorie leisten können. Dazu kommt ein Jahresabonnement für die Marktlizenz sowie für die Standmiete in den einzelnen Orten[11]. Vom ersten Tag an hat der Marktfahrer Gelegenheit, wieder Geld einzunehmen. Das Geschäft scheint solange rentabel, als am Abend mehr Geld in der Kasse liegt als am selben Morgen. Von einem Marktfahrer ehrliche Auskunft über die Rentabilität seiner Geschäfte zu erhalten, ist ein Ding der Unmöglichkeit. Einerseits ist kein Marktfahrer gewillt, an fremde «teilnehmende Beobachter» Auskünfte zu erteilen, die er vor den lokalen Autoritäten geheim halten möchte[12]. Andererseits hat kaum ein Marktfahrer eine wenn auch noch so bescheidene kaufmännische Ausbildung, so dass kaum einer imstande ist, Einnahmen, Unkosten und Verluste fachgerecht gegeneinander aufzurechnen. Gegenüber Aussenstehenden sind sie sich alle einig, dass man als Marktfahrer schlechte Geschäfte macht. Wer und aus welchen Gründen, wird denn zum Marktfahrer?

Traditionellerweise war es der Bauer (früher Pächter oder Kleinbauer), der die in der Selbstversorgung überschüssigen Produkte auf dem lokalen Markt feilhielt. Diese Kategorie erscheint nur noch sporadisch und als Randerscheinung auf dem Markt von Strada[13]. Im Frühjahr verkaufen ältere Bauern Pflänzlinge, im Sommer und Herbst frisches Gemüse aus eigener Ernte. In der übrigen Zeit erscheinen sie nicht als Verkäufer auf dem Markt.

---

[11] Die Marktlizenz kann für einzelne Gemeinden oder fürs ganze Casentino gelöst werden, die Standmiete wird von den einzelnen Gemeinden pro belegten Quadratmeter erhoben und kann von Ort zu Ort stark variieren. Auf jedem Markt gibt es gut und schlecht gelegene Standplätze. Deren Vergabe richtet sich danach, wie lange jemand den Markt schon befährt und wie beliebt er beim zuständigen Beamten ist. In der Besetzung der Standplätze kommt die interne Hierarchie der Marktfahrer zum Ausdruck.

[12] Nordin, C. (siehe Anm. 1) stellt fest, dass das grösste Hindernis, mit Marktfahrern in Kontakt zu kommen, ihr Verdacht ist, jeder, der Auskunft verlange, tue dies offen oder versteckt für die Steuerbehörden oder die Marktpolizei.

[13] In Strada trifft man Gruppen von zwei bis fünf älteren Bauern an. Auf grösseren Märkten, so in Bibbiena (Hauptort des Casentino) und Arezzo (Provinzhauptstadt) sind es bedeutend mehr.

Die zweite Kategorie stellen Handwerker dar, die an abgelegenerem Ort einen kleinen Betrieb führen und ihre Produkte im Zentrum verkaufen kommen. Regelmässig kommt ein Schmied nach Strada (und auf mehrere andere Märkte), der selbstgefertigte Werkzeuge und zugekaufte Ware feilhält. Hin und wieder kommt auch ein Seiler und Kürschner mit Ware aus seinem Atelier auf den Markt. Beide sind ältere Herren, dem Aussehen nach von den Bauern der Gegend nicht zu unterscheiden. Ihre Art, ein Gewerbe zu betreiben, erinnert an Zeiten, als Handwerker weder sesshaft noch zünftig waren. Der Schmied besorgt neben seinem Gewerbe noch einen kleinen Landwirtschaftsbetrieb und betätigt sich zudem noch als «mediatore»[14]. Sein Marktstand mit Werkzeugen hat vermutlich mehr eine Tarn- als eine Verdienstfunktion.

Die weitaus grösste, in der Entwicklung des Marktes jedoch jüngste Kategorie bilden diejenigen Marktfahrer, die als Wiederverkäufer von eingekaufter, industriell hergestellter Ware auftreten. Diese unterscheidet sie grundsätzlich von den beiden erstgenannten Kategorien, die vorwiegend Eigenprodukte anbieten. Diese und die folgende Kategorie von Marktfahrern versehen die Kundschaft mit Konsumgütern. Sie sind Exponenten der modernen Konsumgesellschaft, so wie die beiden andern Epigonen einer autark wirtschaftenden Gesellschaft sind.

Weitere Unterschiede zwischen den Kategorien kommen hinzu: Unter der neuen Kategorie von Marktfahrern gibt es viele Zugewanderte. Die eingangs beschriebene Abwanderung von Einzelhöfen und Weilern zog in den sechziger Jahren Süditaliener an, welche die günstig zu erwerbenden kleinen Landwirtschaftsbetriebe übernahmen. Oft fehlt es ihnen aber an Wissen und Beziehungen (besonders was die Vergünstigungen, welche die Bauernverbände gewähren, anbelangt), Landwirtschaft rentabel zu betreiben. Oder das erworbene Land ist bereits zu sehr vergandet, um in kurzer Zeit einen Gewinn abzuwerfen. Oder ein Gut wird zu klein durch den Zuzug von Verwandten samt Familie, so dass einzelne Angehörige sich anderweitig Arbeit und Verdienst suchen müssen. Wegen ihrer im Vergleich mit den Einheimischen im Durchschnitt schlechteren Schulbildung und mangelnden Beziehungen haben sie wenig Chancen, einen der wenigen freien Arbeitsplätze im Tale zu erhalten. Aus jeglichem Beziehungsnetz, das etwelche ökonomische Vorteile versprechen könnte, ausgeschlossen, sind sie auf eine selbständige Erwerbstätigkeit angewiesen. Es liegt

[14] Mediatore = Vermittler von grösseren Verkaufsgeschäften zwischen Bauern und Grossabnehmern.

in ihrer Gesamtsituation begründet, dass sie diese nur in den unteren sozialen Rängen finden können. So stellt das Marktfahren für sie eine der wenigen Erwerbsmöglichkeiten neben der Landwirtschaft dar. Kombiniert mit dieser entsteht eine nützliche Ergänzung von langfristiger Selbstversorgung und kurzfristiger Bargeldbeschaffung[15].

Eine vierte Kategorie von Marktfahrern bilden die von auswärts kommenden Händler. Ihre Autoschilder weisen auf ihre Herkunft ausserhalb der Provinz oder gar ausserhalb Italiens hin. Sie erscheinen nur sporadisch auf dem Markt und machen nebenbei Geschäfte als Hausierer. Von den Einheimischen werden sie als «marochini» bezeichnet, was eher Ausdruck der Geringschätzung als Herkunftsbezeichnung ist. In Strada sind zwei Gruppen solcher Händler anzutreffen. Die einen handeln mit schweren Bettdecken und Teppichen, die andern mit Uhren, Radioapparaten und neuerdings mit elektronischen Taschenrechnern. Von den ersteren oder vielleicht von ihren Vorfahren stammt ihr Übername, den ihr Aussehen, dunkles Haar und dunkler Teint, in den Augen der Einheimischen rechtfertigt, und der sie als Kategorie von Marktfahrern eigener Rasse, selbstredend minderer Klasse, erscheinen lässt.

Die Mehrzahl der heutigen Marktfahrer im Casentino ist zur dritten Kategorie zu zählen. Sie stellen zusammen mit der vierten Kategorie für die Einheimischen eine Art Subproletariat oder Paria dar[16]. Es wird von ihnen erwartet, dass sie nicht nur billig verkaufen, sondern sich auch auf die Preise drücken lassen. Feilschen, in den Ladengeschäften spätestens seit der Preisanschreibepflicht nicht mehr üblich, gehört zum Einkaufen auf dem Markt. Anders als beim dorfansässigen, ins eigene Netz sozialer Beziehungen verwickelten Händler, vergibt man sich nichts, sich mit dem fremden Marktfahrer allenfalls ein wenig anzulegen. Ist der Marktfahrer noch jung, wird er von den Kundinnen ohnehin geduzt, was das Macht- und Prestigegefälle zwischen den beiden unterstreicht.

Dass die Preise auf dem Markt niedriger seien als im Laden, wird allgemein angenommen. Doch gibt es auch hier keine Regel ohne

---

[15] Vgl. dazu: Der Markt – «schneller Franken» für die Bäuerin. Tages-Anzeiger von 29. Juli 1978, 25.

[16] Harris, B. (siehe Anm. 10) stellte fest, dass an wenig zentralen Orten der Markt von Kastenlosen betrieben und beherrscht wird. Händler sind Land- und Arbeitslose, sie bilden eine Art Lumpenbourgeoisie. Auch die Käufer rekrutieren sich aus den unteren sozialen Schichten. Erst die dauernden und grossen Märkte vermögen gute Kundschaft anzuziehen. So ziemt es sich in der Stadt, auf dem Markt einzukaufen; anders auf dem Land, wo die Wohlhabenden den Verkäufern und der Ware misstrauisch gegenüberstehen.

Ausnahme. Die Kundinnen sind aber in Sachen Preise auf dem laufenden und nennen dem Marktfahrer sofort den günstigeren Preis seines ansässigen Konkurrenten und erreichen damit oft einen noch günstigeren. Umgekehrt benützen sie die günstigen Preise auf dem Wochenmarkt, um beim Ladeninhaber den Verzicht auf den Kauf seiner teuren Ware zu begründen. Den Ruf, günstige Preise zu haben, verdankt der Markt dem bekannten Verkaufsprinzip der Lockvogelangebote. So werden jedesmal auf dem Markt irgendwelche Artikel mit lauter Stimme als absolute Preisbrecher angepriesen. Anderes kann dann ruhig teurer sein, die Leute sind ja angelockt. Als dauernde Preisbrecher gelten Textilien und Schuhe. Bei diesen Artikeln kann auf dem Markt mit einer durchschnittlichen Preisreduktion gegenüber dem Ladengeschäft von zehn bis zwanzig Prozent gerechnet werden. Die Artikel entsprechen allerdings nicht immer der neuesten Mode. Vielleicht wären sie als Ladenhüter in einem Geschäft ebenfalls günstig zu haben.

Diese Artikel werden von den Marktfahrern im Tale selbst oder in benachbarten Regionen, wo es zahlreiche kleinere Stoff- und Konfektionsfirmen gibt, welche alte oder bei der Kontrolle ausgeschaubte oder von Bestellungen überzählige Ware abstossen wollen, eingekauft. Ein Stoff- und ein Schuhverkäufer auf dem Markt von Strada sind mit solchen Fabrikanten verwandt und führen für diese sozusagen eine mobile Liquidationsstätte für Ware, die sie sonst nirgendwohin liefern könnten. An den Ständen mit Haushaltartikeln werden Waren mit kleinen Defekten oder auslaufende Modelle feilgeboten. Die Lebensmittelverkäufer handeln mit Käse, Wurst und Konserven aus Sonderangeboten. Ihre Bezugsquellen und Marken wechseln beständig.

Mit kleinen Abweichungen befahren fast alle Marktfahrer alle Märkte im Casentino (siehe Anm. 5). Der Samstagsmarkt von Poppi[17] hat seine Attraktivität verloren. Die meisten Marktfahrer ziehen für den Samstag den grossen Markt von Arezzo vor. Von jedem Marktort kennen die Händler die Umsatzmöglichkeiten, ebenso können sie zum voraus die saisonalen Schwankungen einschätzen. Für alle Branchen

---

[17] In Poppi, dem einstmaligen Hauptort des Casentino, mit dem bis zum Ersten Weltkrieg wichtigsten Markt, gibt es heute nur noch einen Früchte- und Gemüsehändler und einen Stand mit lebendem Geflügel, gelegentlich noch einen Textilhändler. Der Geflügelhändler füllt eine echte Marktlücke, denn in den Metzgereien dürfen nur geschlachtete und ausgenommene Tiere zum Verkauf gelangen. Der geschrumpfte Markt findet nach wie vor am Samstagmorgen statt, um die Bevölkerung auf den Sonntag mit frischen Gütern zu versehen – ein letzter Abglanz der ehemaligen zentralen Bedeutung des Ortes innerhalb der Talschaft.

ist der Herbst die beste Zeit für Geschäfte. Diese Hochsaison wird immer noch bedingt von den Umsätzen in der Landwirtschaft. Im Oktober und November finden die belebtesten Märkte statt, dann wird kein Ort und kein Halbtag ausgelassen. Die Arbeitszeit eines Marktfahrers ist beachtlich. Abgesehen davon, dass ihm nur der Samstagnachmittag frei bleibt, hat er lange Präsenzzeiten auf den Märkten. Sie beginnen zum Teil vor acht Uhr in der Früh und schliessen nach Mittag. Der nächste Markt läuft bereits um ein Uhr wieder an und dauert bis zum Eindunkeln. Dazwischen liegen Fahrzeiten von bis zu einer Stunde. Und jedesmal kommt das Aufstellen des Standes, das Ausbreiten und nachher das Zusammenräumen der Ware dazu. Ein Marktfahrer ist denn auch selten allein. Helferin ist meist die Ehefrau, an Nachmittagen und während der Ferien auch Kinder. Nebst Ehepaaren gibt es auch Gebrüder, die einen Marktstand zusammen betreiben. Frauen als selbständige Marktfahrerinnen gibt es keine. An schlecht besuchten Markttagen stehen Arbeitszeit und Aufwand in misslichem Verhältnis zum Verdienst. Wo eben Arbeitsplätze rar sind, bekommt der Ausspruch «Zeit ist Geld» eine abgewandelte, aber ebenfalls zutreffende Bedeutung.

Marktfahrer der dritten und vierten Kategorie, die Konsum- und Luxusgüter für den kurzfristigen bis zum langfristigen Gebrauch anbieten und heute den sichtbaren Marktbetrieb ausmachen, gibt es in diesem Ausmass erst seit den fünfziger Jahren. Während des Krieges vollzog sich allmählich eine Wandlung der Marktprodukte von vorwiegend agrarischen und industriell hergestellten Konsumgütern, die nach dem Krieg mit dem wirtschaftlichen Aufschwung und der Krise in der Landwirtschaft rasch überhand nahmen. Diesen Wechsel vollzogen die Einheimischen eher passiv. Die Akteure waren und sind Zugewanderte, die ohne Rücksicht auf ihre soziale Einbettung eher innovativ wirken können.

Bauern auf dem Markt

Wie bereits beschrieben, tragen die aus der ganzen Gemeinde herbeiströmenden, Bars und Plätze belagernden und diskutierenden Bauern wesentlich dazu bei, den Markt zu beleben, auch wenn sie als Käufer an den Marktständen kaum in Erscheinung treten. Sie waren, historisch betrachtet, die Träger des Marktes und sind es, vom Umsatz her gesehen, immer noch. Auf Abbildungen aus der Jahrhundertwende stellt sich der Markt als Vieh- und Engrosmarkt dar. Auf dem damals ausserhalb des Ortes gelegenen Platz wurden die herbeigeführten

Tiere (Kleinvieh, Rinder, Esel, Maultiere und Pferde) gehandelt. Käufer waren Hirten, Bauern, Metzger und Fuhrleute. Letztere hatten bis zum Ausbau des Strassennetzes in der Zwischenkriegszeit stets reichlich Arbeit.

Auf dem Platz in der Ortsmitte wurden in und rund um die gedeckte Halle die in der Selbstversorgung überschüssigen Produkte gehandelt. Säcke und ganze Wagenladungen wurden von den Bauern herbeigeschafft und von Händlern aufgekauft, welche die Ware dann verarbeiteten oder ausserhalb des Tales weiterverkauften[18].

Dieser Handel stellt heute noch die «raison d'être» des Marktes dar, auch wenn äusserlich davon wenig zu bemerken ist. Die Käufer sind heutzutage eindeutig besser motorisiert als die Bauern, also holen sie die eingehandelte Ware auf den abgelegenen Höfen selbst ab. Die Bauern kommen auf den Markt mit blossen Angaben, was und wieviel sie zu verkaufen wünschen. Ihre Ware preisen sie nicht öffentlich an. In kleinem Kreise werden die zum Verkauf notwendigen Informationen ausgetauscht. Dazu gehört immer ein Vermittler, der zwischen Bauern und Grossabnehmer verhandelt. Er teilt den Bauern die momentan gebotenen Preise mit und verspricht für ihre Ware einen gut bezahlenden Abnehmer zu finden. Die Abnehmer informiert er über die Angebote und garantiert für die Qualität der Produkte «seiner» Bauern. Bis ein Geschäft zustande kommt, geht der «mediatore» mehrmals zwischen den Parteien hin und her, sollte er doch für beide möglichst günstige Bedingungen aushandeln. Ein Geschäft gilt nach dem traditionellen Handschlag zwischen Bauer und Aufkäufer als abgeschlossen. Dieser handelt also Ware ein, ohne sie anzusehen. Der Markt von Agrarprodukten hat sich zu einer Börse gewandelt.

Der Händler will sich auf den «mediatore» als seinen Gewährsmann verlassen können. Er stammt auch aus der Gemeinde und steht in vielfältigen Kontakten zu den Bauern. Von den Bauern aus gesehen steht der «mediatore» eindeutig auf Seite der Händler. Er ist kein Produzent, will aber an ihren Produkten verdienen. Wie überall ist der Mittelsmann bei den Bauern schlecht angeschrieben, da er sein Geld macht, ohne wie sie zu arbeiten[19]. Seinen Lohn bezieht der «mediatore» von den Bauern, denen er einen Verkauf ermöglicht hat.

---

[18] In angrenzenden Tälern, die keine so starke Abwanderung und Strukturwandel erfahren haben, werden heute noch im Herbst von den Bauern ganze Lastwagen und Anhänger voll Kastanien oder Trauben auf den Markt geführt, en gros angeboten und von Händlern direkt aufgekauft.

[19] Frederick, J.H. Agricultural Markets (New York 1937, hier Kapitel I) 1-14.

Die Aufgabe eines Vermittlers besteht im Prinzip allein darin, Informationen zwischen den kauf- und verkaufswilligen Parteien möglichst rasch herumzubieten. Um seine Aufgabe rasch erledigen zu können, setzt er teilweise Läufer ein, die seine Mitteilungen weiterleiten oder für ihn Erkundigungen einziehen. Für die Bauern (auch für die Händler, nur betrifft es diese weniger) tritt dann dieser Läufer als «mediatore» in Erscheinung. Den Hintermann lernen die Bauern erst bei abgeschlossenem Geschäft kennen, wenn es die Vermittlung zu bezahlen heisst. Der Preis für eine Vermittlung ist je nach Artikel ein bestimmter Prozentsatz der Verkaufssumme. Dazu kommen kleinere Ansätze für alle weiteren Beteiligten, die zur Vermittlung beigetragen haben. So kann es sich unerwarteterweise herausstellen, dass eine mehrgliedrige Kette auf ihren Lohn wartet, lauter Unkosten, die dem verkaufenden Bauern entstehen und die zum voraus nicht unbedingt abzusehen sind. Deshalb wäre es wichtig, die Mittelsleute und ihre Gehilfen zu kennen. Bei letzteren ist dies ziemlich schwierig, da sie häufig wechseln und ebensogut als erstes und einziges Glied wie als letztes von mehreren Kettengliedern dienen können.

Der Bauer kann Mittelsmann und Helfer nicht umgehen, will er im richtigen Augenblick verkaufen. Die Preise bilden sich nach dem klassischen (kapitalistischen) Prinzip von Angebot und Nachfrage (wobei für die meisten Agrarprodukte nationale Minimal- und Maximalansätze berücksichtigt werden müssen). Die Preisschwankungen hängen stark von der Saison und auch vom Moment des Handelsabschlusses am Markttag selber ab. Es ist für die Bauern wichtig, sich beizeiten an den Informationsquellen einzufinden und herauszuhorchen, wer von welchem Produkt wieviel anzubieten hat. Ist das Angebot allzugross, empfiehlt es sich, mit dem Anbieten der eigenen Produkte wenn möglich abzuwarten, oder man verhandelt so schnell, dass das volle Angebot von «mediatore» und Käufer noch nicht erkannt worden ist. Das Anbieten, Rückziehen und Verhandeln spielt sich immer in einer Gruppe von Bauern, nicht nur zwischen einem einzelnen und seinem Mittelsmann ab. Diskutiert wird heftig, oft kommt es auch zu Streit, vielleicht sogar zu Handgreiflichkeiten, und die Gruppe löst sich laut schimpfend auf. Solche Szenen gehören zum Markt und dienen den Nichtbeteiligten zum Amüsement. Es gibt diesbezüglich auch ein Sprichwort: «Senza bisticcio non è mercato» (Ohne Streit kein Markt).

Die Situation ist Indiz für die nervöse Spannung, in der sich die Bauern befinden. Dies gilt für Einheimische wie für Zugewanderte. Allerdings kommen sich letztere vermehrt von den Mittelsleuten und

deren Helfern hintergangen vor, kennen sie sich doch viel weniger unter den Leuten der Gemeinde und deren möglichen Verkehrsnetzen aus.

Das Geschäft des Vermittelns wird nur nebenbei betrieben. Als Haupteinnahmequelle führen die «mediatori» ein Gewerbe, einen Laden oder eine Bar. Es gibt auch welche, die sich als Bauern ausgeben, in Wirklichkeit aber eher Landbesitzer und -makler sind. Seit einigen Jahren betätigt sich auch eine Frau als «mediatore». Sie ist Witwe und poliert mit der Vermittlertätigkeit ihre Rente auf. Die laut Aussage der Bauern zum Teil beachtlichen Einkünfte aus der Vermittlertätigkeit sind steuerfrei, da es offiziell gar keine Vermittler gibt. Der für den Markt zuständige Gemeindebeamte spielt die Rolle der Vermittler herab. Es habe wohl im Krieg und den ersten Jahren danach so etwas gegeben, weil die Produkte nicht immer auf den Markt gebracht werden konnten. Andere Auskünfte über die «mediatori» sind widersprüchlich, das Thema ist tabu. In seiner Undurchsichtigkeit mahnt das Vermittlerwesen an Schwarzhandel. Es ist einleuchtend, dass die Position der Vermittler durch die Absenz der Waren vom Markt gestärkt wurde. Der Käufer möchte für die blind eingekaufte Ware nebst dem Anbieter noch einen Garanten haben. Für den Bauern und Verkäufer entfällt ein Teil der Absatzsorgen.

Dass offiziell keine Vermittlungen stattfinden, kommt auch darin zum Ausdruck, dass niemand als «mediatore» angesprochen werden will. Vordergründig ist jeder «mediatore» in einer anderen Funktion auf dem Markt. Es ist auch unklar, welche Karriere zum Vermitteln führt. Voraussetzungen sind gute Kenntnisse der lokalen Szene und guter Informationsstand bezüglich Preise und Nachfrage von Agrarprodukten, was überregionale Beziehungen und gewisse Erfahrungen im Handel voraussetzt. Der «mediatore» handelt nicht nur, er steht in seiner Entwicklung auch zwischen Ortsansässigen, in der traditionellen, vor allem auf Selbstversorgung ausgerichteten Wirtschaft Verhafteten und den nach modernen kapitalistischen Prinzipien handelnden Auswärtigen.

Funktionen des Wochenmarktes

Ein Markt ist, sehr allgemein gefasst, eine Institution, die dem Ausgleich von Angebot und Nachfrage dient[20]. Der Markt bringt innerhalb eines bestimmten Raumes Anbieter und Nachfrager in sozialen

[20] Brockhaus Enzyklopädie. Bd. 12 (Wiesbaden 1971), Stichwort «Markt», 1–5.

Kontakt[21]. Weiter wird der Markt als ein (noch) nicht sesshafter Handel bezeichnet, der den bestehenden lokalen Handel ergänzen soll. Er stellt eine Art Provisorium dar, das dahinfällt, sobald neue Verkehrswege und bessere Infrastrukturen permanent Nachfrage- und Angebotsbedürfnisse befriedigend zu erfüllen vermögen[22]. Da Güter die Tendenz haben sollen, von bedeutenden zu weniger bedeutenden Orten zu ziehen, Leute aber in umgekehrter Richtung[23], müssten Märkte über lang oder kurz aussterben, ginge es nur um den Austausch von Waren.

Im Falle von Strada hat der Wochenmarkt offensichtlich noch andere Funktionen zu erfüllen als die des blossen Warenaustausches, hätte er sich doch sonst längst erübrigt (vgl. Anm. 17) oder stellte nur noch einen malerischen Anachronismus dar. Der ansässige Handel könnte die Nachfrage nach Konsumgütern bestens befriedigen, und der Handel mit Agrarprodukten könnte zu beliebigem Zeitpunkt auf den einzelnen Höfen abgewickelt werden. Der Markt ist aber auch Gelegenheit, allerhand Geschäfte zu erledigen, die mit dem Markt an sich nichts zu tun haben: Wie beschrieben, ist die Arztpraxis überfüllt, die Büros staatlicher und nicht staatlicher Vertretungen werden bedrängt, Banken bleiben eigens geöffnet, und es herrscht eine allgemeine festtägliche Stimmung, wo jedermann Zeit für Plaudereien und Besuche hat.

Strada kehrt an Markttagen seine Bedeutung als zentraler Ort[24] hervor. Es muss den Ausgleich von Nachfrage und Angebot auch in bezug auf Informationen über Preise und in bezug auf sanitäre, politische und kulturelle Dienste und Güter leisten. Seinen Bedeutungsüberschuss gegenüber den umliegenden Weilern und Höfen verdankt es der zunehmend arbeitsteiligen, nicht mehr nach Autarkie strebenden Wirtschaftsstruktur. Selbst in einer peripheren Region gelegen, wird es zum bescheidenen Zentrum derselben[25], wobei es

---

[21] Larson, A.L. Agricultural Marketing (New York 1951), Marktdefinitionen 33.

[22] Leardi, Eraldo. Fiere e marcati delle Langhe (Genua 1975) 31.

[23] Wanmali, S. Market Centers and Distribution of Consumer Goods in Rural India. A case Study of Singhbhum District, South Bihar. In: MDS, 49–56.

[24] Muth, Erich. Das Problem der zentralen Orte im Bregenzerwald. Beiträge, zur alpenländischen Wirtschafts- und Sozialforschung. Folge 84 (Innsbruck 1970 Allgemeines zu zentralen Orten in Kapitel A: Das Problem der zentralen Orte und ihre Bereiche) 8–25.

[25] Muth (siehe Anm. 24) 21 weist darauf hin, dass die Zentralität eines Ortes immer nur seine relative Bedeutung in bezug auf das ihn umgebende Gebiet meinen kann, dass zentrale Orte untereinander nach einer Rangliste eingereiht werden können, u.a. nach folgenden Kriterien: Einkauf von Gütern des kurz-, mittel- oder langfristigen Gebrauchs, Arbeitsmarkt, sanitäre Versorgung, kulturelle Versorgung.

durch die akkumulative Wirkung zentraler Dienste das Bedeutungsdefizit des Umlandes und seiner Bewohner noch erhöht. Um so grösser ist deren Bedürfnis, wenigstens einmal in der Woche an einen Ort zu kommen, wo etwas los ist. Der Weg zu irrationalem Marktverhalten ist geöffnet: die innere Befriedigung über den Kauf oder Verkauf von Gütern (gleich welcher Art) und vor allem die Begleitumstände davon überwiegen den realen Sachnutzen[26].

So dürfte der Wochenmarkt in Strada neben allen aufgezählten, auf Anhieb beobachtbaren Versorgungsfunktionen die latente Funktion erfüllen, das Bedeutungsdefizit der auf dem Lande wohnenden Leute zu mildern und ihnen als Anbieter oder Nachfrager von Gütern wenigstens einmal in der Woche die Beteiligung und Zugehörigkeit zu einer grossen und fähigen Gemeinde zu demonstrieren.

Wochenmarkt und Peripherie

Wenn ein Markt wie der Wochenmarkt von Strada sich in wenigen Jahrzehnten in so mancher Hinsicht verändert hat, so stellt sich die Frage nach dem Stellenwert seiner momentanen Erscheinungsform und seinen weiteren Bestandesmöglichkeiten.

Der eigentliche Marktbetrieb an den Marktständen dient vorwiegend Frauen und Kindern, die hier das von den Familienvätern zugeteilte Bargeld in Konsum- und Luxusgüter umsetzen. Sie geniessen den Markttag als Festtag. Sie stellen den neu aufgekommenen, noch ausbaufähigen Teil des Marktes dar.

Den traditionellen Teil vertreten die Bauern, denen sich die Vermittler als wichtige Gruppe zugesellt haben. Sie haben die Bauern in bezug auf ihre Verkaufsmöglichkeiten weitgehend entmündigt. Es sind die «mediatori», die dank zunehmender Bedeutung und wirtschaftlichem Erfolg ihrer Tätigkeit selbstbewusst auftreten können. Wenn einmal die Gruppe der jetzt arbeitenden Bauern durch die jüngeren abgelöst sein wird, so wird dieser Teil des Marktes mit grosser Wahrscheinlichkeit verschwinden. Wer von den Jungen in der Landwirtschaft tätig ist, betreibt Fleischviehzucht oder Monokulturen (Tabak, Wein), wofür er sich den Absatz in Kooperativen oder bei ihn unterstützenden Grossfirmen sichert. Der lokale Markt von Agrarprodukten erübrigt sich für die jungen Landwirte. Die «mediatori» werden sich auf die Vermittlung anderer Geschäfte verlegen müssen, was ja viele bereits begonnen haben.

---

[26] Wölker, Herbert. Die Bedeutung der empirischen Verhaltensforschung für die ökonomische Theorie (Meisenheim/Glan 1961) 83 ff.

Wird in absehbarer Zeit dieser ursprüngliche Grund zur Abhaltung des Wochenmarktes fehlen, kann möglicherweise der neue Stand der Marktfahrer die Tradition des Wochenmarktes aufrechterhalten. Dies dürfte so lange der Fall sein, als das Konsumbedürfnis der Mehrzahl der Gemeindebewohner sich auf billige Ware richtet und sich nicht alle den Luxus leisten können, die teure, modischere und vielleicht auch qualitativ bessere Ware im Ladengeschäft einzukaufen. Die sozial noch unter dieser spezifischen Käuferschicht stehenden Zugewanderten haben alles Interesse an der Weiterführung des Marktbetriebes, solange das Marktfahren für sie fast die einzige Erwerbsmöglichkeit ausserhalb der Landwirtschaft darstellt. Sofern für diese Leute keine Integrationsmöglichkeiten (und vorläufig ist noch nicht einmal von der Notwendigkeit dazu die Rede) geschaffen werden, werden sie den momentan fast mit Monopol belegten Bereich des Marktfahrens beibehalten und für sein Fortbestehen sorgen. Der Stand der Marktfahrer soll schon immer als Minderheit dagestanden haben. In günstigen Zeiten war es allerdings eine aufstiegsorientierte, klassenbewusste Minderheit, die sich für eine neue Gesellschaftsordnung einsetzte[27]. Solche Entschlossenheit und entsprechendes Bewusstsein können den heutigen Marktfahrern nicht nachgesagt werden. Dazu ist ihr Handel von zu geringer Bedeutung, und es fehlt der Erfolg ihres Wirtschaftens, der ihnen soziales Prestige bringen würde[28].

So bietet der Wochenmarkt in Strada einerseits Unterschlupf für ins wirtschaftliche und kulturelle Leben des Tales schlecht integrierte Bewohner und andererseits für die Einheimischen die Illusion, alles Notwendige und Wünschenswerte vor der Türe zu finden. In seiner heutigen Mischform drückt der Wochenmarkt in zweifacher Hinsicht aus, dass die Region gemessen am nationalen Wirtschaftswachstum und Lebensstandard in Rückstand geraten ist.

---

[27] Carli, Filippo. Il mercato nell'età del comune. Storia del commercio italiano II (Padua 1936) 297ff.

[28] Seidenfus, Hellmuth S. Verkehrsmärkte. Marktform, Marktbeziehung, Marktverhalten (Basel 1959) 71.