

## DIE RÄUMLICHE ORDNUNG IN DEN GESCHÄFTSVIERTELN VON KARACHI UND QUETTA (PAKISTAN)

(Ein Beitrag zur Diskussion über die jungen Wandlungen in der orientalischen Stadt)

Mit 6 Abbildungen und 2 Tabellen

FRED SCHOLZ

*Summary:* Spatial patterns in the shopping quarters of Karachi and Quetta

Using the examples of Karachi and Quetta the article contributes to the discussion of the pattern of shopping centres in oriental cities and their recent changes. In both cities, first founded in the 19th century, state and private initiative worked side by side from the beginning in building up commercial life. While on the state side, enclosed markets and a closely bounded shopping quarter were laid out, private initiative led to a wild growth, a multiplicity of differentiation in the goods offered and to a spatial selection of commodity groups. In both cities there is within the shopping quarter and markets a centre-to-periphery decline in the quality and quantity of the goods offered and a similarly directed change from concentration through association to mixing of commodity groups. In both cities the modern peripheral shopping streets form exceptions.

The recent changes in the shopping quarters of Karachi and Quetta can, according to the investigations presented here, be regarded as the result of rational economic motivations and should not be treated either as the expression of oriental individuality or as westernisation.

Die modernen Wandlungen in den Geschäftsvierteln orientalischer Städte werden vielfach mit den Schlagworten „Verwestlichung“ oder „Rück-Orientalisierung“ umrissen. Doch kann man, wie die Arbeiten von DETTMANN (1969, 1970), HAHN (1964/65), RUPPERT (1969) und WIRTH (1966, 1967, 1968) gezeigt haben, den vielschichtigen jungen Strukturwandlungen in den Städten des Orients und ihrer Motive mit derartigen Schlagworten nicht gerecht werden. Zur Diskussion dieser Motive, die trotz zahlreicher Untersuchungen noch nicht als abgeschlossen angesehen werden kann, versucht der vorliegende Aufsatz am Beispiel der pakistanischen Städte Karachi und Quetta Stellung zu nehmen. Beide Städte scheinen dazu besonders geeignet zu sein, weil sie erst in britischer Kolonialzeit entstanden sind, keine überkommenen orientalischen Bazarstrukturen (GRUNEBAUM, 1955) übernehmen mußten und sich in ihren Geschäftsvierteln erst in jüngerer Vergangenheit tiefgreifende Veränderungen vollzogen haben.

Um eine objektive Vermittlung der erfaßten Daten und gezeitigten Ergebnisse zu erreichen und eine nachprüfbare Ausgangsbasis für die Diskussion zu schaffen, scheinen mir folgende methodischen und begrifflichen Vorklärungen unerlässlich:

1. Zur Erfassung der Geschäftsviertel wurde von einer Kartierung nach Zählbereichen ausgegangen<sup>1)</sup>.
2. Innerhalb jedes Zählbereiches wurden ausnahmslos alle gewerblichen, handwerklichen und Dienstleistungseinrichtungen sowie die ambulanten Händler registriert.
3. Die ermittelten Waren- und Dienstleistungsangebote wurden nach den Bedürfnissen des Menschen zu folgenden Warengattungen zusammengefaßt: Nahrung, Bekleidung, Wohnen, Unterhaltung und Verkehr<sup>2)</sup>.
4. Nach der Häufigkeit von Läden gleicher Warengattungen innerhalb eines Zählbereiches wurden drei

<sup>1)</sup> Als Zählbereich wurde ein in sich geschlossener Markt, ein Standort ambulanter Händler oder eine Straßenseite von einer bedeutenden Straßeneinmündung zur anderen gewählt. Jeder Zählbereich mußte mindestens 15 Läden umfassen. Die Anzahl der Zählbereiche in den drei behandelten Fallstudien lag bei Karachi: Einzel- und Großhandelsmärkte = 37, Sadr Bazar = 71; Quetta-City (Ausschnitt) = 85 (vgl. Abb. 2). Nach den Regeln der statistischen Häufigkeitsverteilung sollte die Zahl der Gruppen (hier der Warengattungen) nicht größer sein als die Wurzel der verfügbaren Werte (hier der erfaßten Läden). Danach würde sich für die Mindestzahl der Läden je Zählbereich 25 ergeben. Diese Mindestzahl mußte in einzelnen Zählbereichen unterschritten werden; der Streubereich der Anzahl von Läden je Zählbereich liegt zwischen 22 und 28.

<sup>2)</sup> Unter den einzelnen Warengattungen wurden folgende Warensorten und Dienstleistungsangebote zusammengefaßt: Nahrung: Lebensmittel, Obst-Gemüse, Getreide-Mehl, Trockenfrüchte und Nüsse, Gewürze-Salz, Tabak, Tee, Getränke, Backwaren, Medikamente, Geflügel, Fleisch, Fisch, Eier. Bekleidung: Stoffe-Tuche, Konfektion, Wollwaren, Weißwaren, Kurzwaren, Teppiche, Woll- und Steppdecken, Handarbeiten (Kunstgewerbe), Sportartikel, (Schneider, Nähmaschinen, Reinigung), Schuhe, Lederwaren, Pelze, (Schuhmacher, Schuhputzer), Friseur, Kosmetika, Barbier, Schmuck, Uhren. Wohnen: Haushaltwaren, Glas- und Porzellanwaren, Elektrogeräte, Möbel, Eisenwaren, Optiktartikel, Photoartikel, Papierwaren, Bücher (Buchbinder), Gemälde (Maler), Antiquitäten. Unterhaltung: Kino, Restaurant, Café, Hotel, Parteibüro, Presse, Ärzte, Dentisten, Heilpraktiker, (Bordell). Verkehr: Transport- und Handelsagenturen, Autoreparaturwerkstätten, Ersatzteilhandlungen, Lackiererei, Karosseriebau, Dreherei, Wicklerei (Elektromotor), Taxiunternehmen, Fahrradhandlung, Fahrradverleih, Banken.

Verbreitungsmuster ausgeschieden<sup>3)</sup>: Branchenkonzentration sei gegeben, wenn eine Warengattung bei mindestens 75% der Läden je Zählbereich vertreten ist;

Branchenvergesellschaftung gelte, wenn die Läden von zwei Warengattungen zusammen mindestens 75% einnehmen, die einzelnen Warengattungen aber bei nicht weniger als jeweils 25% der Läden je Zählbereich vorherrschen;

Branchenmischung soll vorliegen, wenn die Läden von mindestens drei Warengattungen in buntem Nebeneinander vorkommen, die Läden der einzelnen Warengattungen jedoch nicht mehr als 35% der Läden je Zählbereich umfassen.

5. Innerhalb einzelner Zählbereiche wurden Interviews von Geschäftsinhabern nach einem einheitlichen Fragenkatalog (vgl. Tab. 2) vorgenommen. (Die Befragungsergebnisse, die keineswegs den Anspruch letztgültiger Repräsentanz erheben, sollen in der folgenden Darstellung zur Objektivierung der Aussagen und zur Stützung der Erklärungshypothesen des Verfassers beitragen.)

### 1. Anlage und Gliederung von Karachi und Quetta

Beide Städte, deren Geschichte erst im vergangenen Jahrhundert begann, entstanden an den Stellen unbedeutender Siedlungen. So wird Karachi für 1828 als eine verfallene Stadt mit quadratischem Grundriß geschildert, die zusammen mit den umliegenden Fischerdörfern ca. 14 000 Einwohner zählte (BAILLIE, 1898; CARLES, 1838, KMC, Rep. Nr. 7, 1961). Quetta, in jener Zeit noch Shal genannt, war nach den Schilderungen MASSON's (1844) „a most miserable mud town with a small castle...“, und beherbergte 1876 lediglich 4000 Menschen (*Census of India*, 1911). Beide Städte (Karachi 1847, Quetta 1870/76) wurden durch die Briten nach einem für den gesamten Subkontinent Indien weitgehend einheitlichen Schema angelegt (Abb. 1). Neben den alten Ansiedlungen, heute meist als City bezeichnet, entstanden nämlich unter britischer Leitung in ganz Indien neue Stadtviertel mit stets regelmäßigem Grundriß, die sich aus Cantonment, Civil Lines, Railway Colonies und – in Mittellage zwischen diesen Vierteln – dem sog. Sadr Bazar zusammensetzten (SPATE, ACHMAD, 1950, S. 183; SMAILES, 1970, S. 180ff). Die Flächenrelation zwischen diesen Alt- und Neustädten lag im Mittel bei 1 zu 1. Die Sadr Bazare, die Einkaufszentren für die Bewohner der neuen Viertel, für die die Cities „strictly out

of bounds“ waren (SPATE, 1954, S. 184), stellten in der Regel geschlossene flächige Areale mit regelmäßigem Grundriß und stets hoher Bebauungsdichte dar. Ihr Warenangebot schloß alle Güter des täglichen und periodischen Bedarfs ein. Ihrem Erscheinungsbild nach werden sie von SPATE (1954, S. 184) als „little Indian enclaves“ in einer sonst europäischen Umgebung bezeichnet.

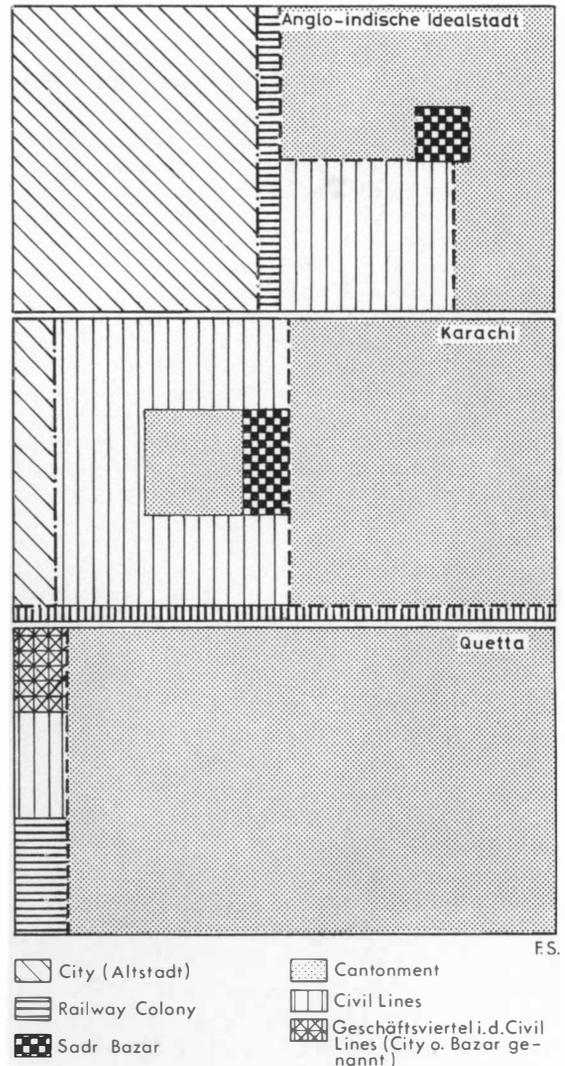


Abb. 1: Modellhafte flächenmäßige Stadtgliederung  
Model of the spatial division of a city

Von diesem Idealschema der anglo-indischen Stadt weichen Karachi und Quetta schon in der Großgliederung erheblich ab (Abb. 1). Zwar verfügte Karachi ebenfalls über die fünf Elemente, doch stand die City zum übrigen Stadtgebiet im Flächenverhältnis 1 zu 15 und wies, im Gegensatz z. B. zu den Städten im Norden des heutigen Pakistan, einen relativ übersichtlichen Straßengrundriß auf. Nach NE

<sup>3)</sup> Die im folgenden ausgeführten drei Verbreitungsmuster der Branchen lassen sich theoretisch ableiten, wenn man die Kombinationsmöglichkeiten von fünf verschiedenen Elementen mit der Einschränkung durchspielt, daß es egal ist, welche Elemente bei Zweier- oder Dreierkombinationen zusammenkommen. Die Anwendung dieser Überlegungen auf die Kartierungsergebnisse führte zu den aufgeführten drei Verbreitungsmustern.

schlossen sich an die City die Civil Lines und das Cantonment und im S die Railway Colony an. Im Zentrum des gesamten Stadtgebietes lag der Sadr Bazar.

In *Quetta* hingegen dominierte das Cantonment flächenmäßig gegenüber den Civil Lines und Railway Colonies (Flächenverhältnis 13,6 zu 1) und außerdem fehlten von den fünf Elementen der anglo-indischen Idealstadt die City und der Sadr Bazar (Bal. Distr. Gaz., 1907, Quetta-Pishin). Die Funktion des Geschäftszentrums übernahm daher bald nach der Gründung Quettas um 1870/76 ein Teil der Civil Lines, die heutige City (Abb. 14)).

Als die ersten Standorte für Handel und Gewerbe in beiden Städten zeichnen sich somit für das 19. Jh. ab: Die „Altstadt“ und der Sadr Bazar in Karachi und ein Teil der Civil Line – die City – in Quetta. Es waren „jungfräuliche“ Aktionsfelder, auf denen von Anbeginn der englischen Herrschaft zwei Aktivitäten nebeneinander wirkten: Die staatliche Planung und die Privatinitiative der Bevölkerung. Während staatlicherseits der Bau von Markthallen betrieben und eine räumliche Konzentration und Begrenzung der Geschäftsviertel sowie eine überschaubar und kontrollierbare Ordnung innerhalb derselben angestrebt wurde, führte die Privatinitiative zur Ausweitung der bestehenden und zur wilden Anlage neuer Geschäftsviertel, zur Verdichtung der Geschäftsstraßen und einer vielschichtigen Umgestaltung in der räumlichen Verbreitung des Warenangebots.

Diese Vorgänge, ihre steuernden Motive und die dadurch geschaffene räumliche Ordnung in den Geschäftsvierteln beider Städte erfordern eine ausgiebigere Analyse und Erklärung. Sie sollen im folgenden getrennt für beide Städte vorgenommen werden.

## II. Karachi

### 1. Die wirtschaftliche, gewerbliche Entwicklung

Den Rahmen, in den die Entfaltung des Geschäftslebens von Karachi eingespannt werden muß, stellen der enorme Bevölkerungszuwachs (Tab. 1) und die Aufgaben dar, die Karachi in Verwaltung-Politik-Militär sowie in Handel-Industrie-Verkehr übertragen wurden (PITHAWALLA, 1952). Marksteine in dieser Entwicklung sind die Gründung des Cantonment 1843, die Übernahme der Hauptstadtfunktionen für die Provinz Sind von 1843 bis 1847 und von 1937 bis

4) Von den um 1900 vorhandenen Bazaren heißt es in dem Baluchistan District Gazetteer (Vol. V, S. 338) „the only bazars being small ones attached to the different corps“. Sie haben nie – da das Cantonment für Zivilpersonen gesperrt war – die Funktion und Bedeutung eines Sadr Bazars übernommen und sind heute unbedeutende Standorte für Tabak-, Getränke- und kleinere Lebensmittelläden. Zwar war um 1904 die Anlage eines zentralen Bazars geplant, doch nie realisiert worden (Bal. Distr. Gaz., Vol. V, S. 345).

1947 und für ganz Pakistan von 1947 bis 1959. – Profitiert haben von der zentralen Bedeutung der Stadt Handel und Industrie, die heute ihren Geist und ihr Leben derart bestimmen, daß, nachdem die Funktion als Landeshauptstadt von Karachi auf Rawalpindi-Islamabad übertragen worden war (1959), festgestellt werden konnte: „In a city of 20 lakhs and with 6,7 lakhs civilian labour force, the departure, by stages, of about 20 000 government servants has not made any change in the development pattern of the city“ . . . (AWAN, 1967, S. 4).

Forciert wurde die wirtschaftliche Entwicklung Karachis von Anbeginn durch den Hafen, der in wenigen Jahrzehnten zum Hauptumschlagsplatz der Waren aus und für die Provinzen Sind, Punjab, Belutschistan, North West Frontier und für den Binnenstaat Afghanistan aufstieg (WILHELMY, 1968). Schon in den ersten 30 Jahren der britischen Kolonialherrschaft vervierfachte sich der Güterumschlag (1874 = 161 284 t; KHAN, 1968). Durch den Ausbau der Eisenbahn nach 1878 und des Hafenbeckens für Ozeandampfer (1907; BROW, 1947) sowie die Gründung des Karachi Port Trust (1886) erfolgte bis zum Beginn des Ersten Weltkrieges noch eine Steigerung auf 1,01 Mio. Tonnen. Heute umfaßt das Gesamtvolumen der Tonnage über 5,8 Mio. Tonnen (Central Stat. Office, 1965). – In direktem Zusammenhang mit dem Aufstieg Karachis zum bedeutendsten Hafen Pakistans (BROW, 1947) stand der Zuwachs an Handelsgesellschaften, Agenturen, Export- und Importfirmen (1878 = 18; 1914 = 105; TEMPLE, 1914), und außerdem wurden 22 Schifffahrtsgesellschaften und 12 Banken gegründet. Einzelhandel und Gewerbe registrierten nach TEMPLE 1914 8 gastronomische Betriebe, 6 Architekturbüros, 33 Baufirmen, 180 Läden aller Branchen und 8 staatlicherseits eingerichtete Märkte<sup>5)</sup>. – Gegenwärtig gibt es in Karachi 40 Märkte und über 28 400 Läden (MPL. Rep. Nr. M. P. 11). Der größte Zuwachs war dabei nach 1947 zu verzeichnen. MATIN (1959) hat dafür ein eindrucksvolles Beispiel vorgelegt. Von den von ihm untersuchten Großhandelsunternehmen existierten 1947 erst 16,8%, bis 1949 waren 56% und bis 1953 22,3% gegründet worden. – Ähnlich vehement vollzog sich die industrielle Entwicklung (SIDDIQI, 1954). Im Jahr der pakistanischen Staatsgründung (1947) wurden in Karachi nur 41 Industrieunternehmen, 1962 dagegen 4798 gezählt (AWAN, 1967). Im Jahre 1961 beherbergte Karachi allein 26% der

5) Die Angaben über gewerbliche und handwerkliche Einrichtung in Karachi für das Jahr 1914 dürften sich lediglich auf den Sadr Bazar, bzw. auf die neueren Stadtviertel, nicht auf die gesamte Stadt beziehen. In dem zitierten „Handbook“ von TEMPLE werden diese Angaben für ganz Karachi vermerkt, das zu jener Zeit ca. 140 000 Einwohner gezählt haben dürfte. Daraus errechnet sich eine mittlere Einwohnerzahl je Laden von ca. 800; die entsprechende Zahl für 1961 liegt bei 72.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Karachi und Quetta / Population development of Karachi and Quetta

Jahr	Karachi		Quetta	
	Einwohnerzahl	Zuwachs in %	Einwohnerzahl	Zuwachs in %
1847	ca. 14 000		ca. 4 000	
1891	98 195		18 802	
1901	136 297	38,8	24 584	30,7
1921	244 162	67,0	49 001	82,5
1941	435 887	68,1	64 476	30,0
1951	1 137 937	161,1	84 343	30,8
1961	2 044 044	79,6	106 633	26,5
(1971) <sup>1)</sup>	3 270 500	60,0	130 633	22,5

Quelle: KDA, Rep. Nr. MP. 23, 1964, Tab. I; Census of India, 1911, Part II, Calcutta 1913, 1921, Vol. IV, Calcutta 1923; Census of Pakistan, 1951, Vol. II, Karachi 1951; Population Census of Pakistan 1961, Distr. Census Rep.; Quetta-Pishin, 61, P. No. 143.

<sup>1)</sup> Die Zahlen für 1971 wurden auf Grund der mittleren Zuwachsrate (= 6,0% vgl. Fußn. 6) errechnet.

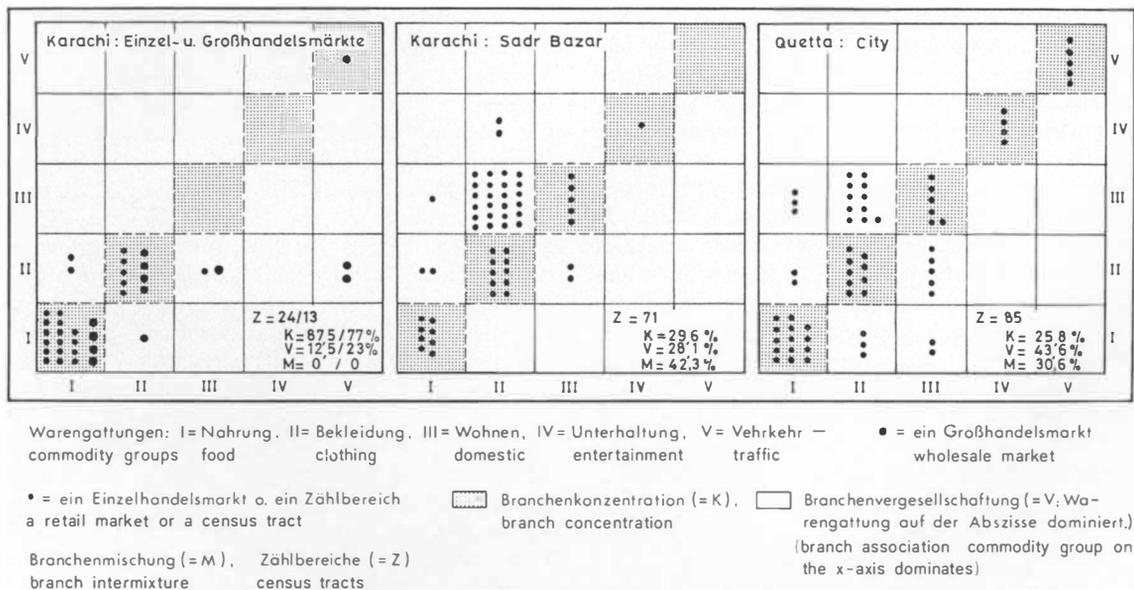


Abb. 2: Gliederungs- und Entwicklungsmodell der Geschäftsviertel in Karachi und Quetta  
Arrangement and development model of the shopping quarters in Karachi and Quetta

gesamten pakistanischen Industrie und beschäftigte ca. 22% der Industriearbeiter des Landes (GHAUS, 1961).

Trotz dieses raschen industriellen und gewerblichen Aufschwungs blieben die Einkommensverhältnisse der Stadtbevölkerung, die nach 1947 binnen weniger Jahre die 1 Mio.-Grenze<sup>6)</sup> überschritten hatte und Anfang 1971 über 3,2 Mio. zählte (Tab. 1), bescheiden: Dreiviertel der Familien Karachis verfügten 1961 monatlich über weniger als 200 Rupees (1 DM 1.42 Ru-

pees); knapp 20% der Familien sind den mittleren (200–500 Rupees) und nur 6% den höheren (über 500 Rupees) Einkommensgruppen zuzuzählen (HUSSAIN, 1965). Auf diese Verbraucherstruktur hatte sich der Einzelhandel der Stadt einzustellen. Die Märkte und Geschäftsviertel legen davon Zeugnis ab.

## 2. Die Märkte

Die ersten öffentlichen Märkte waren offene Plätze, die aber schon in den achtziger Jahren des vergangenen Jahrhunderts durch Markthallen ersetzt wurden (z. B. Lea Market, Boulton Market 1883, Empress Market 1889). Bis 1914 waren acht (TEMPLE, 1914) und bis 1969 38 Märkte eingerichtet worden, von

<sup>6)</sup> Die mittlere jährliche Zuwachsrate der Bevölkerung Karachis bis 1947 lag bei 4,3%. Von 1947 bis 1961 stieg die Einwohnerzahl jährlich um 8,9% (= 2,8% Geburtenüberschuß, 2,9% Flüchtlings-, 3,2% Binnenzuwanderung).

denen 24 dem Einzel- und 14 dem Großhandel zuzählen sind (KDA, Rep. MP. 11, 1961; Kart. d. Verf. 1969, 1970). Ihr Angebot umfaßt – wie Abb. 2 veranschaulicht – meist nur eine Warengattung. Ihrer Verbreitung nach häufen sich die Märkte in und um die City, entlang der Bunder Road und im Sadr Bazar. Punkthaft gestreut aber treten sie im gesamten Stadtgebiet auf (Abb. 3).

Nicht aber der zahlenmäßigen Zunahme der Märkte gilt hier das Interesse, sondern den Veränderungen, die sich in und um diese Märkte vollzogen haben. Die dabei abgelaufenen Vorgänge seien am Beispiel des Empress Market veranschaulicht.

Der *Empress Market*, im viktorianischen Stil erbaut, ist mit seinem vielfältigen und preislich breiten Warenangebot der berühmteste Markt Karachis. Er liegt am Kreuzungspunkt aller innerstädtischen Verkehrsverbindungen und am NE-Rand des vitalsten Einkaufszentrums Karachis, dem Sadr Bazar (Abb. 3). Das Innere des 1889 erbauten Marktes weist eine klare branchenorientierte Warendifferenzierung auf: 1 Fleischmarkt (mit 35–45 Plätzen), 3 Getreide-, 5 Lebensmittel-, 17 Obst- und Gemüsehändler (Abb. 4). Die Auslagen umfassen Konserven, Spirituosen, Süßigkeiten und abgepackte Lebensmittel und Gewürze sowie eine breite Skala an Obst und Gemüse ausgewählter Qualität. Diese Kennzeichen und die große Schar lizenzierter Einkaufsträger deuten auf ein sozial gehobenes Käuferpublikum hin.

Zu dieser ersten Anlage sind auf Privatinitiative bis heute fünf neue Märkte hinzugetreten (Abb. 4). Sie zeichnen sich durch kleine Ladenboxen, dichte Besetzung, ein buntes Nebeneinander von Einzel- und Großhändlern, durch ein engeres Warenangebot, ein geringeres Preisniveau als innerhalb der Markthallen und durch eine deutliche Branchenkonzentration in der Feingliederung aus. So umfaßt – um nur einen der vier Außenmärkte näher zu erläutern – Markt II eine Abteilung für Gemüse mit 105 Verkaufsplattformen, eine weitere für Lebensmittel mit 102 Ladenboxen, von denen 60 dem Großhandel zugehören, und je einen Einzel- und Großhandelsmarkt für Eier und Geflügel. – Umringt wird der gesamte Marktkomplex von 90–120 (je nach Tageszeit) ambulanten Obsthändlern (*Hawker*), die ihre Ware (meist nur Bananen oder Mandarinen) entweder auf Karren oder auf den Gehwegen ausbreiten. Dazwischen schieben sich noch Zeitungs-, Krawatten-, Brillen- und Kurzwarenhändler. Den äußeren Ring bildet ein sich ständig wandelndes Gewirr von Kleintaxen und Kutschen.

Die an diesen Beispielen angestellten Beobachtungen, die durch die Kartierungen des Lea- und Liaqatabad Market, auf deren Darstellung hier verzichtet sei, bestätigt wurden, lassen sich zu folgenden drei Feststellungen komprimieren<sup>7)</sup>:

a) Innerhalb der einzelnen Märkte unterliegt das Warenangebot qualitativ und preislich einem zentral-peripheren Gefälle!

Das relativ gehobene Niveau des Warenangebots im Markttinneren erklärt sich aus der Tatsache, daß z. B. der *Empress Market* als das Lebensmittel-Einkaufszentrum der städtischen Oberschicht und der Ausländer ständig behördlicher Kontrolle unterliegt. Mit hoher Platzpacht und einer begrenzten Zahl an Verkaufsständen wird das Niveau zu erhalten versucht (n. Auskunft d. KDA, März 1969). Für das Gefälle nach außen ist die Lage der einzelnen Verkaufsstandorte zum Passantenstrom verantwortlich. Während nämlich die Händler im Markttinneren von den Käufern profitieren, die speziell zum „shopping“ unterwegs sind (es handelt sich dabei um Frauen oder Diener der gehobenen Sozialschichten) und den z. T. beschwerlichen Weg durch die Verkäufermassen ins Markttinnere auf sich nehmen, sind die Händler außerhalb des Marktgebäudes auf die Laufkunden (der *Empress Market* ist das Hauptumsteigezentrum im innerstädtischen Busverkehr) ausgerichtet. Sie profitieren von der raschen Abwicklung des Verkaufs, für den wiederum eine breite Warenauswahl und ein gehobenes Preisniveau nur hinderlich, Häufungen von Händlern mit gleichem Warenangebot jedoch äußerst förderlich sind.

Die geringe Warenqualität hat verschiedene Ursachen: Die ambulanten Händler (*Hawker*) stammen alle aus den untersten sozialen Schichten und verfügen über ein „Stammkapital“ von nur wenigen Rupees, das sie in einer möglichst großen Menge einfacher Ware anlegen. Diese wird im Laufe eines Tages mit einem Verdienst von 1–3 Rupees abzusetzen versucht. – Ein Teil der ambulanten Verkäufer arbeitet auch auf Provisionsbasis bei Händlern des Markttinneren, die die Waren, die sie dem anspruchsvollen Kunden nicht mehr anbieten können, von den *Hawkern* auf Provisionsbasis bei den einfacheren Käuferschichten zum Absatz bringen lassen.

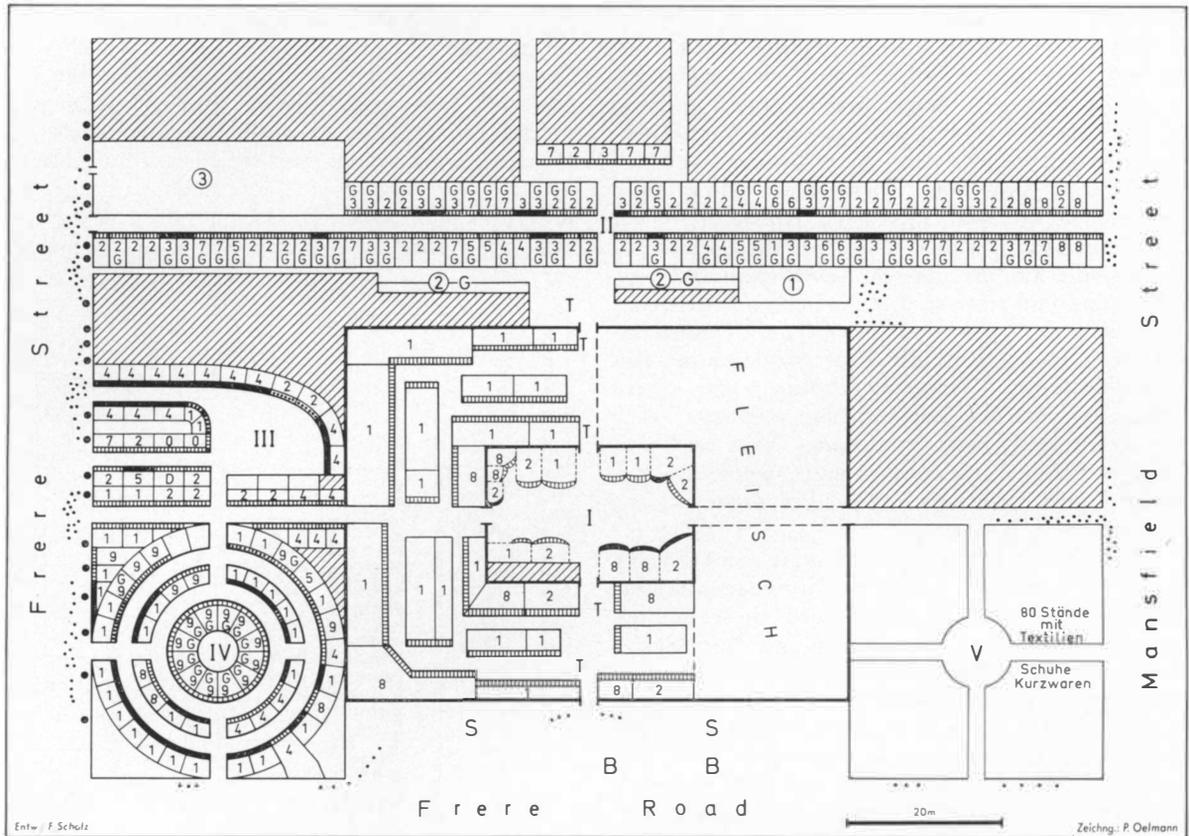
b) Die Märkte, ihre Erweiterungen und die Standorte der ambulanten Händler sind warespezifisch ausgerichtet und besitzen in ihrer Feingliederung eine z. T. ausgeprägte Branchenkonzentration!

Die Konzentration einzelner Waren in verschiedenen Abteilungen der inneren Marktgebäude beruht auf der ursprünglichen Planung, die sich nach einfachen Ordnungsprinzipien richtete. Die warespezifische Häufung in den äußeren Märkten und bei den ambulanten Händlern ist eine Folge des passanten-

Befragung von 24 Händlern, Tests von Breite und Qualität des Warenangebots in vier Märkten und auf Angaben der KDA.

<sup>7)</sup> Die folgenden Ausführungen (a–c) beruhen auf der





WARENGATTUNGEN: COMMODITY GROUPS:

- |   |  |  |   |
|---|--|--|---|
| <p><b>Nahrung</b><br/>food</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Gemüse</li> <li>2 Getreide, Tee</li> <li>3 Reis</li> <li>4 Nüsse</li> <li>5 Süßigkeiten</li> <li>6 Trockenfrüchte</li> <li>7 Öl, Fett</li> <li>8 Lebensmittel, Konserven</li> <li>9 Rauchwaren</li> <li>0 Eier</li> </ul> | <p><b>Wohnen</b><br/>domestic</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Bücher, Schreibwaren</li> <li>2 Haushaltswaren</li> <li>3 Seife</li> <li>4 Seile, Korbwaren</li> <li>5 Elektrowaren</li> </ul> <p><b>Bekleidung:</b><br/>clothing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>1 Schuhe</li> <li>2 Lederwaren</li> </ul> <p>• Standorte der Hawker m. Obst<br/>••• Standorte der ambulanten Händler m. Obst</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>① Eier u. Geflügel (Einzelhandel)</li> <li>② Eier u. Geflügel (Großhandel)</li> <li>③ Gemüse (Groß- u. Einzelhandel)</li> <li>I Innenmarkt</li> <li>II-IV Außenmärkte</li> <li>V Umer Faraaqi Hawker Market</li> <li>⌊ Gebäude d. Empress Market (viktorian. Stil)</li> <li>▭ Überdachte Verkaufsstände u. Plattformen</li> <li>⋯ Unbefestigte Verkaufsstände</li> <li>G Großhändler</li> </ul> | <p><b>Lagerräume, Wohnungen</b><br/>warehousing, dwellings</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>T Standort d. Einkaufsträger</li> <li>B Bushaltestelle</li> <li>S Taxistand</li> <li>D Dentist</li> </ul> |
|---|--|--|---|

Abb. 4: Karachi – Gliederung des Empress Market  
Karachi – arrangement of the Empress market

orientierten Absatzes. Der Laufkunde wartet nicht auf die Bedienung. Ist ein Stand belegt, sucht er den nächsten auf, der möglichst benachbart sein und über ein ähnliches Angebot verfügen sollte. Auf diese Weise führen sich die einzelnen Händler wechselseitig Käufer zu. Je ausgeprägter die Konzentration von Händlern mit gleichem Warenangebot ist, desto größer ist der Zuspruch, den dieser Standort erfährt; denn dem Kunden wird dadurch der Qualitäts- und Preisvergleich sowie eine rasche Kaufabwicklung ermöglicht.

c) Einzel- und Großhandel treten am gleichen Standort nebeneinander auf!

Die Hauptstandorte des Großhandels für fast alle

Warengruppen liegen in der City. Verkehrs- und Transportprobleme zwischen den Großhandlungen der City und den fernen Absatzgebieten haben die Niederlassung von Grossistenfilialen in den Märkten begünstigt. Zahlreiche Großhändler gingen aus Einzelhandelsunternehmen hervor und haben sich auf das Provisionsgeschäft eingestellt, das an den überlaufenen Märkten höchsten Profit einbringt.

3. Die Geschäftsviertel

Nach den Ermittlungen der Karachi Development Authority (KDA) befanden sich 1961 im gesamten Stadtgebiet über 28 400 Verkaufslokale und ebenso

viele ambulante Händler (n. Schätzungen). Sie treten in weiter Streuung im gesamten Stadtgebiet auf, erreichen aber in den sog. „Main-“ und „District-Shopping-Centers“ ausgeprägte Konzentrationen (Abb. 3). Zu den Hauptgeschäftsvierteln Karachis gehören Ranchores Lines Area, City, Bunder Road und Sadr Bazar; von den Nebengeschäftszentren seien hier nur Soldier Bazar, Frere Hall, Kiamari, Golimar und Liaqatabad genannt. In diesen Nebengeschäftszentren, die auf die unteren Käuferschichten ausgerichtet sind und trotz rascher räumlicher Erweiterung bisher keinerlei qualitative Entwicklung erkennen lassen, treten in der Regel alle Warengattungen mit sehr unterschiedlichem Angebotsspektrum und meist äußerst geringer Qualität auf. Nur vereinzelt ließen sich hier Branchenkonzentrationen – meist bei Textilien (Jacob Lines), Haushaltwaren (Lawrence R., Liaqatabad) und Lebensmitteln (Soldier Bazar) – feststellen.

Die Hauptgeschäftszentren hingegen zeichnen sich durch eine strukturell und räumlich dynamische Entwicklung (KDA; MP. 11, 1961), durch ein sozial breiter aufgefüchertes Käuferpublikum und durch ausgeprägte räumliche Verbreitungsmuster der Warengattungen aus. Die dabei beobachteten Ordnungsprinzipien und deren Steuerungsgrößen seien am Beispiel der City und des Sadr Bazars vorgestellt:

Die City war seit Beginn der englischen Kolonialzeit der wirtschaftliche Gegenpol zum Sadr Bazar. Beide Geschäftsviertel, ehemals Einzelhandelsmärkte für alle Warengattungen, haben sich in ihrer wirtschaftlichen Struktur bis zur Gegenwart weit voneinander entfernt. – In der City verschob sich die wirtschaftliche Ausrichtung vom Einzel- zum Großhandel in den drei Warengattungen Nahrung, Bekleidung und Wohnen. Hervorgehoben wurde diese Entwicklung durch die Nähe zum aufstrebenden Hafen und durch die mit der Ausdehnung Karachis in immer größere Entfernung rückenden Wohngebiete des Käuferpublikums. – Branchenkonzentration herrscht in der City allgemein vor (Abb. 3): In ihrem östlichen Teil (Jodia- und Juna Bazar) häufen sich die Großhändler für Getreide aller Art, für Gewürze, Tabakwaren, Rauschmittel, Zucker, Salz, Kartoffeln, Zwiebeln u. a. m. Nördlich daran schließt sich ein kleinerer Bazar für gebrauchte Kleidung und Schuhe an, und westlich davon liegt der Sarafa Bazar, wo Schmuck, Uhren, Gold- und Silberwaren einheimischer und ausländischer Provenienz im Groß- und Einzelhandel vertrieben werden. Im Westen der City (Newnham Road) dominiert die Warengattung Bekleidung. Grosisten besetzen mit ihren Stoff- und Tuchlagern die Gebäude bis in die oberen Stockwerke. Einzelhändler reißen sich mit ihren Ständen entlang der Bürgersteige auf. Ambulante Händler bieten Perlon- und Nylonwaren meist japanischer Herkunft an. – Im peripheren Bereich der City dagegen herrscht allgemein Branchennischung vor.

Der Sadr Bazar, im Schnittpunkt der Hauptverkehrsadern Karachis gelegen (Abb. 3), blieb – im Gegensatz zur City – Standort des Einzelhandels (Abb. 2). Den geschäftlichen wie entwicklungsgeschichtlichen Mittelpunkt dieses Einkaufsviertels, das ehemals die Ansprüche eines sozial breit aufgefücherten, z. T. ausländischen Käuferpublikums aus den Railway Colonies, den Civil Lines und dem Cantonment zu decken hatte, bilden Mochi und Bohri Bazar.

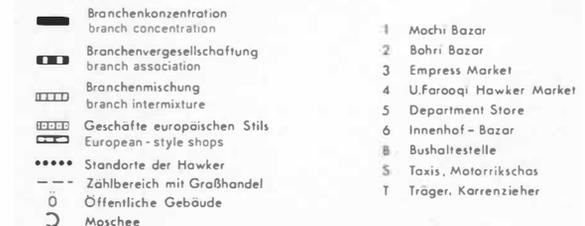
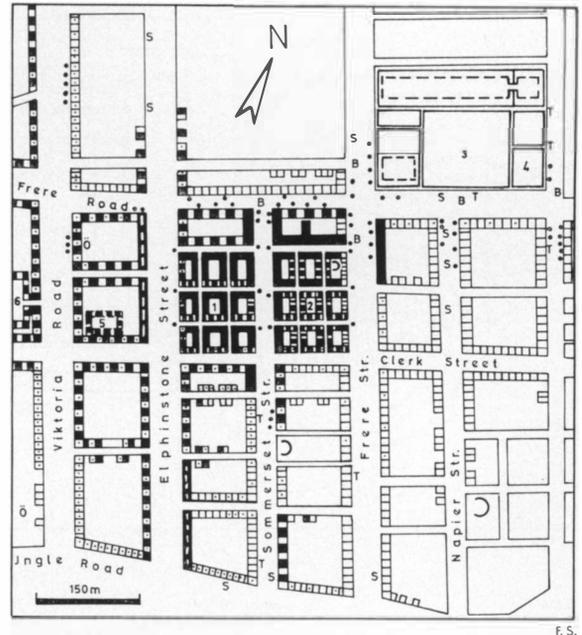


Abb. 5: Karachi – Verbreitungsmuster der Branchenordnung im Sadr Bazar  
Distribution pattern of the different branches of trade in the Sadr Bazaar

Beide Bazare wurden 1869 erbaut und gehören zum ältesten Teil des Sadr Bazar (KDA, Rep. Nr. MP. 13, 1961). Die Geschäfte der einzelnen Warengattungen waren hier geschlossen in einzelnen Straßen zusammengefaßt und in einfachen Ladenboxen untergebracht worden. Darauf weisen noch die Namen „Grain-Market-Street“ oder „Cloth-Market-Street“ hin. Bis zur Gegenwart hat sich innerhalb dieser Märkte – in Verbindung mit der Ausbreitung der Geschäfte über den gesamten Sadr Bazar – eine qualitative wie branchenmäßige Differenzierung vollzo-

gen (Abb. 2): Im Mochi und in einigen Zählbereichen des Bohri Bazars dominiert heute entweder die Warengattung Bekleidung oder Wohnen. (Daher werden beide Bazare heute „Ladies Bazar“ genannt.) An den Außenseiten und in den Zählbereichen mit Branchenvergesellschaftung – im Inneren beider Bazare treten die genannten Warengattungen in etwa gleichem Maße auf. An der Branchenmischung entlang der Frere Street ist noch die Warengattung Nahrung beteiligt (Abb. 5). – Mit dieser branchenmäßigen Selektion stellte sich ein breites qualitatives wie preisliches Warenangebot ein. Mit dem Anstieg der Käuferzahl nach 1947 wurden auch alle verfügbaren ebenerdigen Räumlichkeiten in Ladenlokale umgestaltet und Schneidereien, Werkstätten aller Art, Lagerräume, Büros und sogar die Moschee aus dem Erdgeschoß in obere Stockwerke verdrängt (KDA, Rep. Nr. MP. 13, 1961). An der Fläche des ersten Obergeschosses verschob sich dadurch der Anteil der Geschäfts- und Gewerberäume von 1961 bis 1970 von 22,2% auf 37,5%.

An die beiden Bazare im Zentrum des Sadr Bazars schließen sich ringsum Clerk-, Frere-, Sommerset- und Elphinstone-Street sowie Frere- und Viktoria-Road<sup>8)</sup>

<sup>8)</sup> Im Text werden bei Karachi noch die bis 1970 geltenden Straßennamen aus britischer Zeit verwendet. Die heutigen Bezeichnungen der Straßen lauten: Bunder Road = M. A. Jinnah-Road; Frere Road = Shahrah-e-Liaqat; Victoria Road = Abdullah Haroon Road; Frere Street = Dr. Danod Pota Road; Napier Road = Mir Karam Ali Talpur Road; Country Club Road = University Road; Sommerset Street = Raja Ghazanfar Ali Khan Road; Elphinstone Street = Zaibun Nisa Street.

an. Es sind – im Gegensatz zu den Gassen in beiden Bazaren – moderne breite Geschäftsstraßen mit Hotels, Filmtheatern, Restaurants, Cafés und mit dem einzigen Kaufhaus Karachis, dem vornehmen „Department Store“. Hier treten außerdem die europäisch eingerichteten Läden auf, die z. T. über ein aufgefächertes, gehobenes Warenangebot verfügen.

Im Nahbereich um Mochi-Bohri-Bazar weisen die Zählbereiche in allen Straßen Branchenvergesellschaftung ausschließlich zwischen den Warengattungen Bekleidung oder Wohnen auf. Zur Peripherie des Sadr Bazars hin setzt sich hingegen Branchenmischung durch. – Eine Ausnahme von dieser zentral-peripheren Branchenordnung bildet die Elphinstone-Street, die in den Mochi-Bohri-Bazar gegenüberliegenden zwei Zählbereichen sowie an ihrem südöstlichen Ende ausgeprägte Konzentration der Warengattung Bekleidung aufweist. Die Geschäfte dieser Zählbereiche (aber auch die der Viktoria Road) zeichnen sich durch modernste Ausstattung (Ladentheken, Schaufenster usw.) und – vom Warenangebot her gesehen – durch größte Spezialisierung bei breiter Auswahl und gehobener Qualität aus. So bieten die einzelnen Läden im südlichen Zählbereich der Elphinstone Street, um nur ein Beispiel zu nennen, jeweils nur Herren- oder Damenschuhe, Handarbeiten, Lederwaren, Gemälde, Teppiche, Onyxwaren, Antiquitäten, Stoffe, Konfektion oder Damenunterbekleidung an.

Für den Sadr Bazar lassen sich zusammenfassend folgende Feststellungen ableiten<sup>9)</sup>:

<sup>9)</sup> Den folgenden Darstellungen (a-b) liegt das Befragungsergebnis von 14 Stoff- und Schuhläden und 16 Haushaltwarengeschäften zugrunde (vgl. Tab. 2).

Tabelle 2: Zusammenstellung der Befragungsergebnisse für Karachi und Quetta / Summary of the results of the inquiry for Karachi and Quetta

Frage	Befragungsergebnisse der Inhaber von Läden für												Gemüse – Obst Quetta (10)		
	Stoff- u. Schuhwaren						Haushaltwaren								
	Karachi (14)			Quetta (18)			Karachi (16)			Quetta (17)			J	N	KA
J	N	KA	J	N	KA	J	N	KA	J	N	KA	J	N	KA	
1	2	7	5	5	3	10	4	11	1	14	1	2	3	2	5
2	11	2	1	2	16	–	12	2	2	2	15	–	3	7	–
3	12	–	2	18	–	–	13	–	3	16	1	–	10	–	–
4	1	10	3	5	12	1	4	9	3	5	3	9	3	2	5
5	13	–	1	18	–	–	14	2	–	16	1	–	9	1	–
6	4	–	10	3	–	15	4	–	12	6	1	10	3	2	5
7	12	–	2	17	–	1	13	–	3	10	3	4	3	5	2

Die Befragung wurde in Quetta im Oktober 1970, in Karachi im Dezember 1970 durchgeführt.

J = Ja, N = Nein, KA = keine Antwort. Die Zahlen in Klammern geben die Menge der befragten Inhaber oder Verkäufer an.

Fragen: 1. Waren für die Wahl des Standortes des Geschäftes familiäre und persönliche Gründe ausschlaggebend? 2. Würde bei der Suche des Ladenlokals eine bestimmte Straße bevorzugt? 3. Würde bei der Lagewahl des Geschäftes die räumliche Nähe von Läden gleicher Branchen gesucht? 4. Liegt in dem Nebeneinander von Geschäften gleicher Branchen nicht eine zu große Konkurrenz? 5. Glauben Sie, daß die Häufung von Geschäften gleicher Branche eine größere Anziehung auf den Käufer ausübt? 6. Wollen Sie damit dem Käufer entgegenkommen? 7. Glauben Sie, daß Sie weniger verkaufen würden, wenn Ihr Geschäft inmitten solcher anderer Branchen läge?

- a) Innerhalb der City, von Mochi-Bohri-Bazar und den südöstlichen Zählbereichen der Elphinstone Street fand eine Verschiebung zur Branchenkonzentration statt!

Branchenkonzentration, Kennzeichen des traditionellen orientalischen Bazars, hat sich in City und Sadr Bazar erst in jüngerer Vergangenheit eingestellt. Die Gründe dafür werden, wie die Interviews im Sadr Bazar ergaben, in der Anziehung auf den Kunden, die von einer Häufung von Geschäften gleicher Warengattung ausgeht, gesehen (Tab. 2, Frage 5, 7). Daß damit die Konkurrenz wächst, wurde von den Befragten überwiegend verneint (Frage 4). Die Fragen (2, 3), ob bei der Standortwahl die räumliche Nähe der gleichen Branche gesucht und bestimmte Straßen bevorzugt wurden, beantworteten fast alle Befragten positiv. Danach läßt sich – mit allem Vorbehalt gegenüber dem Repräsentationswert der Befragung – die Branchenkonzentration als ein bewußter und gesteuerter Vorgang erklären, der, wie die folgenden Ausführungen verdeutlichen, als eine aktive Anpassung an die durch die Gesellschaftsstruktur präformierte Kaufgepflogenheit der Kunden aufzufassen ist. Der Kontakt mit den Geschäftsleuten förderte nämlich folgende über den Fragenkatalog (Tab. 2) hinausgehende Informationen: Die Inhaber der Textil- und Schuhgeschäfte wiesen darauf hin, daß sich die einzelnen Läden – auf Grund unterschiedlicher Beziehungen ihrer Inhaber zu den Lieferanten – in ihrem Angebot ergänzen würden. Neben einem breiten Grundsoriment handelt der eine oder andere jeweils noch mit Seide, Batist, Futter- oder Brokatstoffen. Bei den Schuhwaren findet die Ergänzung in dem Nebeneinander von Läden für Herren- und Damenschuhe Ausdruck, worin der noch weitgehend üblichen Abschirmung der Frau gegen den „Blick Fremder“ Rechnung getragen wird. Darin deutet sich die Ausrichtung der Geschäftsinhaber auf Bräuche und Kaufgewohnheiten der Kunden an, die vor allem auch für die Konzentration in der Textilbranche verantwortlich gemacht werden. Die in den Textilgeschäften auftretenden Käufer werden nämlich, da es sich vorherrschend um Frauen handelt, deren Erscheinen in der Öffentlichkeit ohne Begleitperson noch immer als unanständig gilt, stets von mehreren Personen eskortiert, die bei der Auswahl entscheidend mitreden. Da Schaufensterauslagen oder Werbung, die eine gewisse Vorentscheidung bei der Auswahl übernehmen können, fehlen, wird der Kaufentschluß erst nach ausgiebiger Durchsicht des Angebots und reiflicher Beratung mit den Begleitpersonen gefaßt. Dieser Vorgang kann Stunden dauern. Da die kleinen Ladenboxen meist nur Platz (Sitzgelegenheiten) für eine Käufergruppe bieten, können weitere Kunden nicht gleichzeitig bedient werden. Diese suchen daher einen freien Laden in der Nachbarschaft auf, der über ein ähnliches Angebot verfügt. Aus diesem Grund stellt die räumliche Konzentration von

Läden einer Warengruppe einen günstigen Standortfaktor dar, der bei der Einrichtung neuer Geschäfte, wie die Befragung ergab (Fragen 3, 5), Berücksichtigung fand. Darauf soll die Entwicklung zur Branchenkonzentration, die sich mit dem zahlenmäßigen Anstieg der Käufer einstellte, im Sadr Bazar vor allem nach 1947 zurückzuführen sein.

- b) In der Grobgliederung des Sadr Bazars zeichnet sich ein zentral-peripher Wandel von der Konzentration über die Vergesellschaftung zur Mischung der Branchen ab. Die Elphinstone Street bildet darin eine Ausnahme!

Der zentral-periphere Wandel im Anordnungsmuster der Branchen hat sich mit der Ausbreitung der Geschäfte vom Mochi-Bohri-Bazar über den gesamten Sadr Bazar herausgebildet. Diese Ausbreitung, ausgelöst durch den zahlenmäßig enormen Käuferanstieg, der sich mit dem Bevölkerungszuwachs Karachis einstellte, verlief vor 1947 weitgehend ungeordnet und hatte eine für den gesamten Sadr Bazar mehr oder weniger ausgeprägte Branchenmischung zur Folge. In Mochi-Bohri-Bazar setzte sich mit einem gleichzeitigen Anstieg der Pachtzinsen für die Läden allmählich eine Sortierung auf die profitreicheren Branchen Bekleidung und Wohnen durch, deren Geschäfte sich nach den unter a) genannten Gründen zu echten Konzentrationen verdichteten. An der an das Bazarzentrum anschließenden und im Expandieren begriffenen Branchenvergesellschaftung läßt sich dieser Selektionsvorgang im status nascendi beobachten.

Die Branchenkonzentration in den peripheren Teilen der Elphinstone Street stellte sich in dem Maße ein, wie Mochi-Bohri-Bazar von der nach 1947 rasch anwachsenden mittleren z. T. auch unteren Käuferschicht erobert wurde und sich auf deren Niveau preislich und qualitativ einstellte. Die gehobenen Kundenkreise wandten sich infolgedessen den bis dahin wenigen in den „Prachtstraßen“ Elphinstone Street und Viktoria Road gelegenen Geschäften zu, die sich vornehmlich auf ausländische Käufer (Diplomaten, Kaufleute), deren Wohngebiete sich südlich an beide Straßen angeschlossen, eingestellt hatten. In dem Maße, wie nach 1947 Handel und Industrie in Karachi in den Vordergrund rückten und die Diplomatenfamilien nach Rawalpindi (seit 1959) abwanderten, wurden die europäisch ausgestatteten Läden in Elphinstone Street und Viktoria Road von der sich jetzt rasch erweiternden gehobenen pakistanischen Käuferschicht erobert. Das Ergebnis war e r s t e n s eine zahlenmäßige Zunahme und branchenmäßige Selektion und Konzentration der Geschäfte; für die Konzentration der Warengattung Bekleidung waren auch hier die unter a) geschilderten Steuerungsmotive verantwortlich. Z w e i t e n s stellte sich mit dem Bedeutungszuwachs der randlichen Geschäftsstraßen ein preislich und qualitativ peripher-zentrales Gefälle innerhalb des Sadr Bazars ein, das sich allerdings

durch den Kaufkraftanstieg der Mittelschicht Karachis und – so merkwürdig das auch klingen mag – mit der im vergangenen Jahrzehnt feststellbaren Zunahme ausländischer Kunden (vor allem Touristen) in Mochi-Bohri-Bazar<sup>10</sup>) allmählich verringern dürfte.

### III. Quetta

#### 1. Die Bedeutung Quettas als Markt

Verglichen mit Karachi nimmt sich die Bevölkerungsexpansion Quettas in den vergangenen 100 Jahren bescheiden aus (vgl. Tab. 1); dennoch wuchs Quetta innerhalb der Provinz Belutschistan (1961: 1,28 Mio. Einwohner) zur bedeutendsten Siedlung und – statistisch gesehen – zur einzigen Großstadt heran. Ihre Stellung inmitten dieser Gebirgsprovinz wird allein schon aus dem Vergleich ihrer Einwohnerzahl (1961) mit der der drei nachfolgend größten Städte ersichtlich: Quetta (106 633), Sibi (13 327), Loralay (5519), Kalat (5321).

Die städtische und wirtschaftliche Entwicklung Quettas ist einzig ein Verdienst der britischen Kolonialherren, die diese Stadt zu einer der bedeutendsten Militärsiedlungen (Cantonment, vgl. S. 48 im heutigen Pakistan ausbauten und sie dazu verkehrsmäßig (Eisenbahn, Straßen) einerseits mit den Städten im Industriefland und andererseits mit Süd-Persien und Süd-Afghanistan verbanden. Dies verhalf der jungen Gründung erstens zu einem lokalen Absatzmarkt und zweitens zur Funktion eines Hauptumschlagplatzes im Handel zwischen den indischen Städten und Kerman und Kandahar. Dafür richteten die Kolonialherren Märkte, Lagerhallen und Serais ein, gründeten Handelsunternehmen und erleichterten allmählich die Benutzungsbestimmungen im Eisenbahntransport. Auf diese Weise lief Quetta binnen weniger Jahre der um 1870/76 noch unbestrittenen Hauptstadt Belutschistans, Kalat, den Rang als Handelsmittelpunkt ab (SCHOLZ, 1970).

Neben diesem Aufstieg Quettas als Markt blieb die industrielle Entwicklung jedoch bescheiden. Zwar gab es 1970 einen pharmazeutischen Betrieb sowie sieben Getränke- und Nahrungsmittelfabriken, die „Coal-Mining-Industry“, einige Ziegeleien und zwei Textilfabriken, doch beschäftigten diese Unternehmen nicht mehr als 9500 Arbeiter (n. Schätzungen; SCHOLZ, 1970). Die steuernde Kraft für die Wirtschaftsentwicklung Quettas stellte der Handel dar. Für die innerstädtische Entwicklung des Geschäfts-

lebens allerdings ist die Funktion Quettas als Standort einer der bedeutendsten Militärbasen Pakistans, als Sommeraufenthalt (hill-station) der Bewohner des Industrieflandes (jährlich ca. 25 000 mehrmonatige Besucher), als Provinzhauptstadt und vor allem als überlokaler Verbrauchermarkt, eine Funktion, die sich mit der wachsenden Motorisierung (LKW-, Busverkehr) eingestellt hat, zu nennen. Einen sichtbaren Ausdruck dafür bildet die Fülle von Läden aller Warengattungen (n. Schätzungen des revenue officers April 1969: ca. 6000), die sich über die City (vgl. S. 48) zahlenmäßig regelmäßig verteilen, branchenmäßig jedoch ausgeprägte Häufungsgebiete aufweisen. Die größte Bedeutung fällt mit 60% aller Läden der Warengattung Nahrung zu (Abb. 2). Ihr gehören auch 72% der Grossisten sowie Im- und Exporteure der Stadt an. Sie handeln vor allem mit Obst, Trockenfrüchten, Nüssen aller Art, Getreide, Gemüse, Tee und sonstigen Lebensmitteln.

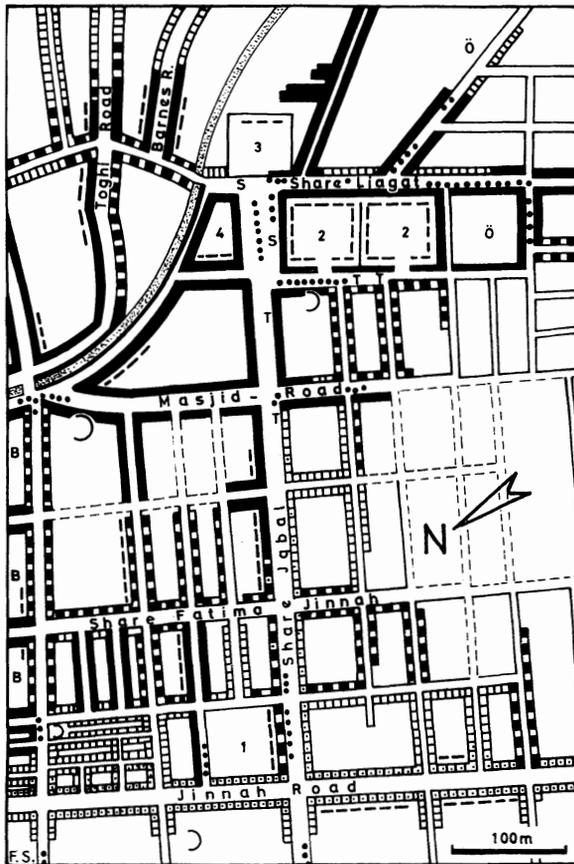
Ebenso wie in Karachi sind auch in Quetta beim Aufbau des Geschäftslebens Behörde und Privatleute in unterschiedlicher Weise aktiv geworden. Niederschlag fand die jeweilige Initiative auch hier in der Schaffung von Märkten einerseits und der Ausweitung der Geschäftsviertel andererseits. Da die Märkte in Quetta branchenmäßig und funktional eng mit ihrer Umgebung verflochten sind, erscheint die gemeinsame Betrachtung von Märkten und Geschäftsvierteln angebracht.

#### 2. Märkte und Geschäftsviertel

Um die Jahrhundertwende verfügte Quetta neben zahlreichen Serais und Stapelplätzen lediglich über je eine Markthalle für Gemüse (Ingle Market) und Fleisch (Mutton Market). Im Rahmen der nach dem Erdbeben von 1935 erfolgten Neugestaltung der City (Distr. Census Rep. 1961, Quetta-Pishin) kam es zum Bau von zwei Textilien-, drei Fleisch- und zwei Obst- und Gemüsemärkten, die im Gegensatz zu ersteren ausschließlich dem Großhandel vorbehalten blieben. – Diese Märkte wurden die Zentren ausgeprägter Branchenkonzentrationen, die nicht, wie in Karachi, nur auf den engeren Marktbereich beschränkt blieben, sondern die angrenzenden Straßen, ja ganze Straßenkomplexe mit einbezogen.

Die Gebäude des Obst- und des Gemüsemarktes (Abb. 6, Nr. 2), die in Form einer Dreikanterkonstruktion gestaltet sind, werden als Standorte des Großhandels von Lagerräumen eingenommen. Die geräumigen Innenhöfe, die über direkte Zufahrten für LKW's verfügen, bilden dagegen die Umschlagplätze, an denen die Waren ausgebreitet, verkauft und verladen werden. Unter der, die Gebäudeinnenseite begleitenden überdachten Passage haben sich Einzelhändler für Trockenfrüchte, Gewürze, Nüsse, Obst und Gemüse eingerichtet. An den Marktaußenseiten häufen sich Hawker mit gleichem Warenangebot

<sup>10</sup>) Auf die wachsende Zahl ausländischer Besucher ist die Einrichtung von sieben Läden im Bohri Bazar zurückzuführen, die ausschließlich pakistanische Handarbeiten (Baluchi-Kleider, Stickereien, Schnitzwerk, Einlegearbeiten u. a. m.) und afghanische Lederartikel (bestickte Pelzjacken, Taschen u. a. m.) anbieten. In den Läden wurden früher Textilien (Hemden, Unterwäsche, Schals u. a. m.) gehandelt.



- |  |                           |
|--|---------------------------|
| Branchenkonzentration<br>branch concentration        | Moschee                   |
| Branchenvergesellschaftung<br>branch association     | Öffentliche Gebäude       |
| Branchenmischung<br>branch intermixture              | B Busbahnhof              |
| Geschäfte europäischen Stils<br>European-style shops | Taxi-, Fahrradstand       |
|  | T Träger u. Karrenzieher  |
|  | Standort der Hawker       |
|  | Zählbereich m. Großhandel |
|  | nicht kartiert            |
- Märkte für: 1u.4 Textilien 2 Obst u. Gemüse 3 Fleisch

Abb. 6: Quetta – Verbreitungsmuster der Branchenordnung in der City  
Distribution pattern of the different branches of trade in the Central Area

sowie Händler für Kurz- und kleinere Haushaltswaren, die von der Marktkundschaft profitieren. In den besonders östlich und westlich anschließenden Straßen werden von Einzel- und Großhändlern ausschließlich Trockenfrüchte, Gemüse und Obst vertrieben. Dazu tritt noch ein „Heer“ ambulanter Händler, Träger, Karrenzieher und Gelegenheitsarbeiter, die ihre Standorte an den Toren der Märkte eingenommen haben. – Die an die Textilmärkte angrenzenden Straßen zeichnen sich durch Konzentration der Warengattung Bekleidung aus, und in einzelnen Zählbereichen werden z. B. jeweils nur Militärkleidung, Plastik- und Gummisandalen, Stoff-

reste oder Mützen angeboten. So schließen sich z. B. an den Al. Markas Market (Abb. 6, Nr. 4) westlich und nördlich Geschäftsstraßen an, in denen 25 Läden mit gebrauchten Kleidern und Mützen, 7 mit Militärwaren, 12 mit Stoffen, 14 mit Kurz- und 5 mit Schuhwaren handeln. – An den Beef-Market in der Kazi-Road (außerhalb des Ausschnittes von Abb. 6) grenzen drei Viehmärkte an. Drum herum gruppieren sich noch kleinere Märkte für Viehfutter, getrockneten Dung (Brennmaterial) sowie mehrere Teestuben. – Branchenkonzentrationen lassen sich auch bei der Warengattung Verkehr beobachten. Kristallisationskerne bilden dabei Busbahnhof und Taxisstände im Norden der City. – Die Haushaltswaren häufen sich in der Toghli Road nahe der Eisen- und Blechmärkte, die wiederum Ansatzstellen des Blechnereihandwerks bilden. Hier werden einfache Kanonenöfen (Quetta-Stove), Wasserboiler und Wasserbehälter aus Zinkblech sowie Kannen, Schalen und Töpfe aus Aluminium hergestellt. Der Einzelhandel hat sich am Erzeugerstandort angesiedelt.

Eine von einem Markt als Zentrum unabhängige Branchenkonzentration der Warengattung Bekleidung liegt in der südlichen Hälfte der Share Liaqat vor (nicht in Abb. 6 erfaßt). Hier treten Stoff-, Schuh- und Kurzwarenläden von Einzel- und Großhändlern mit z. T. ausgeprägter Spezialisierung (z. B. Kurzwaren, Futter-, Anzug-, Brokatstoffe oder Gummischuhe, Sandalen oder Tragetaschen) zusammen mit zahlreichen Schneiderwerkstätten auf. Aufschwung erhielt diese Geschäftsstraße durch die Entstehung von Innenhofbazaren, in denen neben Stoffen vor allem Schmuggelwaren aller Art gehandelt werden<sup>11)</sup>. Auf der nördlichen Seite der Share Iqbal häufen sich – von einem Marktzentrum gleichfalls unabhängig – die Läden der Warengattung Nahrung. Hier werden von Einzel- und Großhändlern sowie Exportfirmen vor allem Getreide, Tee und Lebensmittel angeboten. Von den 51 hier gezählten Getreideläden gehören 27 und von den 39 Tee- und Lebensmitteläden 10 dem Großhandel an.

Die Gliederung der City von Quetta nach den drei Verbreitungsmustern der Branchenordnung weist eine zentral-periphere Abfolge auf (Abb. 6). Branchenkonzentration<sup>12)</sup> ist in der Umgebung der Märkte im

<sup>11)</sup> Die Schmuggelwaren stammen aus Afghanistan, Persien oder werden über die Häfen am Arabischen Meer aus dem Mittleren Osten, Japan, Hongkong eingeführt: Elektroartikel, Perlon- und Nylonwaren, Schmuck, Tabak, Zigaretten, Pornographie.

<sup>12)</sup> Innerhalb der Branchenkonzentrationen liegen in Quetta fast stets einige Läden anderer Warengattungen. Sie profitieren von der Laufkundschaft und der anwohnenden Bevölkerung. Im statistischen Mittel treten sie zwar nicht hervor, bilden aber dennoch ein wichtiges Element, an dem deutlich wird, daß wirtschaftliche Überlegungen bei der Standortwahl eine ausschlaggebende Rolle spielen.

Zentrum der City festzustellen. Zur Peripherie hin schließt sich ein Gürtel mit Branchenvergesellschaftung an (vgl. Abb. 6), der ganz außen in Branchenmischung übergeht. Parallel dazu fällt die Qualität und Breite des Warenangebots ab, wie z. B. aus dem Vergleich der Anzahl angebotener Artikel von sechs Lebensmittelläden belegt werden kann, die sich entlang der Barnes Road vom Zentrum zur Peripherie aufreihen: 57, 44, 32, 29, 29, 11. – Eine Ausnahme in dem zentral-peripheren Gefälle des Warenangebotes bildet die Jinnah Road, die die City nach W gegen die Civil Agents begrenzt und in direkter Verbindung zum Cantonment und den Railway Colonies steht. In der Jinnah Road herrschen europäisch eingerichtete Ladenlokale (Theke, Schaufensterauslagen, Warenauszeichnung) vor, die über ein qualitativ gehobeneres und reichhaltigeres Warensortiment verfügen als die übrige City. Das bunte Nebeneinander der einzelnen Branchen sei am Beispiel eines Zählbereichs veranschaulicht: Spirituosen, Stoffe, Schuhe, Waffen, Stickereien, Büro der Fluggesellschaft, Bank, Bücher, Photoartikel, Kunstgewerbe, Herrenschneider, Optikwaren, Uhren, Lebensmittel, Fisch, Sportartikel, Bank.

Im Gegensatz zu Karachi lassen sich in Quetta zahlreiche Beweise für ein Expandieren der Branchenmischung erbringen. So entstanden z. B. in der Share Iqbal und in einigen kleineren Nebenstraßen der Jinnah Road seit 1965 25 neue Ladenlokale mit europäischer Einrichtung. Hier werden vor allem Waren für gehobeneren Ansprüche angeboten: Photoartikel, Kürschner-, Drogerie- und japanische Schuhwaren sowie Damenkonfektion. Außerdem richteten sich auch Banken, Handelsagenturen, Transportunternehmen und Versicherungen in modernen Räumlichkeiten ein.

Für die Gliederung der City in Quetta ergeben sich aus den Ausführungen folgende drei Feststellungen<sup>13)</sup>:

a) Die Märkte stellen die Ansatzpunkte ausgehnter Branchenkonzentrationen dar. Groß- und Einzelhandel treten nebeneinander auf!

Die Märkte in Quetta waren mit Ausnahme von Meat- und Beef-Market ausschließlich für den Großhandel bestimmt, der – im Gegensatz zu Karachi – nur zum Teil auf die Stadt selbst gerichtet war und noch heute ihre Wirtschaftsbasis bildet. Dadurch blieben die Märkte als Standorte des Großhandels erhalten, an denen es für Einzelhandelsläden keinen Raum gab. Diese siedelten sich daher außerhalb der Marktgebäude, aber in deren Nähe an. Dieser Vorgang vollzog sich seit der Jahrhundertwende und hat bis zur Gegenwart zur Branchenkonzentration geführt. Als übergeordnete Ursachen für die Branchenkonzentration

erbrachte die Befragung in Quetta ein ähnliches Ergebnis wie in Karachi (vgl. S. 55ff., Tab. 2), doch ließen sich für die Tatsache, daß sich die jeweiligen Läden gerade in den den Märkten benachbarten Straßen ansiedelten, noch zahlreiche individuelle Gründe erkunden. So soll die Ansiedlung der Obst-, Gemüse- und Textilläden in der Nähe der jeweiligen Märkte durch Großhändler eingeleitet worden sein, die im Markt selbst nicht unterkamen, als Grossisten aber dessen Nähe aufsuchten. In ihrem Gefolge fanden sich schließlich Einzelhändler ein und damit das Nebeneinander von Groß- und Einzelhandel. Diese Entwicklung wurde von einigen Kaufleuten auch damit begründet, daß bei Erbteilung das väterliche Unternehmen an einem Standort in Einzel- und Großhandel getrennt und an verschiedene Söhne vergeben wurde. – Auch richteten zahlreiche Großhändler an den Straßenseiten ihrer Gebäude Einzelhandelsläden auf Provisionsbasis ein oder es legten Grundbesitzer, denen ganze Blöcke der City gehörten, Läden an, in denen aus den schon erwähnten Gründen (vgl. Tab. 2, Frage 2, 3, 5) nur eine Warengattung gehandelt wird. In einem Zählbereich mit Häufung von Stoffgeschäften in der Share Liaquat ließen sich z. B. nacheinander der Vater, danach im Abstand von einigen Jahren seine vier Söhne und danach noch der Bruder des Vaters und dessen zwei Söhne in Läden nieder, die bislang anderen Branchen zugehört hatten. – Zahlreiche weitere individuelle Ursachen für die Branchenkonzentration könnten aufgezählt werden, doch sei darauf hier verzichtet, da sich daraus keine neuen Gesichtspunkte ableiten ließen.

b) Für die gesamte City gilt ausnahmslos der zentral-periphere Wandel von der Branchenkonzentration über Branchenvergesellschaftung zur Branchenmischung. In gleicher Weise fällt auch das Warenangebot quantitativ und qualitativ ab. Davon weichen aber Jinnah Road und die westliche Share Iqbal ab!

Die Branchenkonzentration bildete sich – von wenigen Ausnahmen abgesehen – um Märkte als Kristallisationskerne heraus. In den angrenzenden Zählbezirken mit Branchenvergesellschaftung deutet die Tatsache, daß die Warengattung, die im Konzentrationsgebiet dominiert, zur Peripherie hin zurücktritt, auf ein räumliches Expandieren derselben hin. – Von der peripheren Branchenmischung (Jinnah Road) aus setzt eine entgegengerichtete Entwicklung ein. Sie wird getragen von der Einrichtung moderner Läden mit gehobenem Warenangebot, die in der Jinnah Road keinen Platz mehr finden. – Sowohl die Ausdehnung der Konzentration als auch die der Mischung der Branchen wird einzig gesteuert durch die wirtschaftliche Entwicklung Quettas und durch die Kaufkraftsteigerung seiner Einwohner. Beiden Steuerungsgrößen dürften aber für die nahe Zukunft nur geringe Entwicklungsmöglichkeiten beschieden sein, obwohl die

<sup>13)</sup> Für die folgenden Ausführungen sei auf das Befragungsergebnis (Tab. 2) verwiesen!

verantwortlichen Stellen von der größeren Autonomie, die Belutschistan als selbständige Provinz seit Sommer 1970 genießt, neue wirtschaftliche Impulse erwarten.

- c) Die Jinnah Road weist das höchste Warenangebot bei Branchenmischung auf! (Darin besteht ein Gegensatz zur Elphinstone Street in Karachi)

Die Branchenmischung geht auf die ursprüngliche Planung der Briten zurück. Daß sich aber weder Konzentration noch Vergesellschaftung der Branchen in der Jinnah Road herausgebildet haben, dürfte auf die begrenzte und dazu noch saisonalen Schwankungen unterliegende Zahl anspruchsvollerer Käufer zurückführbar sein. So ergaben die Auskünfte (1970) der Inhaber von zwei Stoffgeschäften, daß die Läden nicht einmal in der Hauptsaison überlaufen seien. In der kalten Jahreszeit ziehen darüber hinaus noch ca. ein Drittel der gehobeneren Sozialschichten (Beamte, Landlords) und der gesamte Stab der Provinzregierung ins wärmere Tiefland von Sibi, wodurch die Käuferzahl erheblich reduziert wird. Ca. ein Fünftel (n. Kart. März 1969) der Geschäftsinhaber verlegt daher den Verkaufsstandort gleichfalls nach Sibi, Dadhar und Jacobabad, z. T. aber auch bis nach Sukkur, Haiderabad und Karachi. Die zahlenmäßig geringe Käuferschicht, auf die die Läden der Jinnah Road eingestellt sind, gestattet – sieht man von der Häufung von Andenken- und kunsthandwerklichen Läden, die von den sommerzeitlichen Besuchern Quettas profitieren, ab – aus einfachen wirtschaftlichen Erwägungen heraus keine Konzentration von Läden gleichen Warenangebots.

#### IV. Zusammenfassung

In einer abschließenden Bewertung der Entwicklung in den Geschäftsvierteln von Karachi und Quetta seien zwei Kennzeichen des traditionellen orientalischen Bazars mit den entsprechenden Verhältnissen in den beiden behandelten Städten verglichen und thesenartig zusammengefaßt.

1. Der traditionelle orientalische Bazar ist durch Branchenkonzentration gekennzeichnet, deren Ursachen in altüberkommenen zunftähnlichen Organisationen zu suchen sind.

Branchenkonzentration findet sich auch in den jungen Städten Karachi und Quetta und ist beiderorts als ein Entwicklungsergebnis der vergangenen 100 (insbesondere der letzten 30) Jahre zu betrachten. In Karachi tritt die Branchenkonzentration sowohl in den älteren Hauptgeschäftsvierteln als auch in deren modernen peripheren Geschäftsstraßen auf; in Quetta ist sie nur im Zentrum der City zu beobachten!

*These:* Die Entwicklungstendenz zur Branchenkonzentration spiegelt die Anpassung und Ausrichtung der Verkäufer auf den Kunden, dessen Kaufgewohn-

heiten, Kaufkraft und soziale Stellung wider. Das räumliche Ausmaß der Branchenkonzentration wird durch die wirtschaftlichen Verhältnisse beider Städte und die Zahl der Käufer gesteuert.

2. Der traditionelle orientalische Bazar ist durch ein zentral-peripheres Gefälle in Qualität und Quantität des Angebots gekennzeichnet.

In beiden Städten weist das Verbreitungsmuster der Branchenordnung einen zentral-peripheren Wandel von der Konzentration über Vergesellschaftung zur Mischung der Branchen auf. Parallel dazu fallen Güte und Reichhaltigkeit des Angebots ab. Die modernen peripheren Geschäftsstraßen bilden darin eine Ausnahme!

*These:* Branchenkonzentration, Branchenvergesellschaftung, Branchenmischung, das zentral-periphere Gefälle im Warenangebot und dessen Umkehrung (bezogen auf die peripheren Geschäftsstraßen) erweisen sich nach den Ausführungen über Karachi und Quetta weder als Ausdruck orientalischer Eigenprägbarkeit noch als Verwestlichung. Sie sind – unter Einbeziehung von Kaufgewohnheit und gesellschaftlicher Emanzipation des Kunden – vielmehr als eine einleuchtende Konsequenz nüchterner ökonomischer Überlegungen zu begreifen. Sie können als Fanale der wirtschaftlichen Entwicklungsphase angesehen werden, in denen sich beide Städte und das Land Pakistan befinden.

#### Literatur

- AWAN, J.: Urban growth and Pakistan, A Paper f. t. pacific Conference on "Urban Growth" to be held in Honolulu from 1st May to 12th May, 1967, Karachi 1967, 11 S.
- BAILLIE, A. F.: Kurrachee, Past, Present and Future 1890, zit. i. KDA, Rep. MP-7, 1961, 14 S.
- BROW, D. B.: The port of Karachi; outline history of its development 1843–1945, The Dock and Harbour Authority, Vol. XXVIII, Nr. 325, 1947.
- DETMANN, K.: Damaskus. Eine orientalische Stadt zwischen Tradition und Moderne, Erlanger Geogr. Arb., H. 26, Erlangen 1969, 124 S.
- , Islamische und westliche Elemente im heutigen Damaskus, Geogr. Rundschau, H. 2, 1969, S. 64–68.
- , Zur Variationsbreite der Stadt in der islamisch-orientalischen Welt, Geogr. Zeitschr. 58. Jg., H. 2, 1970, S. 95–123.
- FAROOQ, G. M.: The people of Karachi, economic characteristics, Monogr. i. t. econ. of developm. Nr. 15, Karachi 1966, 179 S.
- GHAUS, A. M.: Economy of Pakistan, A Review, Pakistan Inst. of Developm. Economics, Karachi 1961.
- GRUNEBaum, G. E. v.: Die islamische Stadt, Saeculum. 6, 1955, S. 138–153.
- HAHN, H.: Die Stadt Kabul (Afghanistan) und ihr Umland, Teil I und II, Bonner Geogr. Abh. H. 34 u. 35, Bonn, 1964, 88 S., 79 S.
- HUSSAIN, J. et al.: Social characteristics of the people of Karachi, Pak. Inst. of Dev. Econ., Karachi 1965.
- KHAN, M. Z. A.: Economic evolution of Karachi, The Karachi Geographers Ass., Publ. Nr. 5, Karachi 1968, 36 S.

- MASSON, CH.: Narratives of various journeys in Baluchistan, Afghanistan, the Punjab and Kalat, including a residence in those countries from 1826–38, 4 vols., London, Bentley, 1844.
- MATIN, A. K.: Wholesale Trade in Karachi; Karachi University, Karachi 1959.
- PITHAWALLA, M. B.: Introduction to Karachi, its environs and hinterland, Probsthain, 1952, Cummulative Book Index, 1949–1952, S. 1490.
- RUPPERT, H.: Die Geschäftsviertel Beiruts, Geogr. Rundschau, H. 2, 1969, S. 69–73.
- SCHOLZ, F.: Kalat und Quetta. – Der ehemalige und der gegenwärtige städtische und wirtschaftliche Mittelpunkt Belutschistans (W-Pakistan), Geogr. Rundschau, H. 8, 1970, S. 297–308.
- SIDDIQI, A. H.: The industrial Geography of the Karachi Area, Ind. Geogr. Journ., Calcutta, Vol. XXIX, 1954, S. 1–17.
- SMAILES, A. E.: The Indian City; A Descriptive Model, Geogr. Zeitschr., 57. Jg., H. 3, 1969, S. 177–190.
- SPATE, O. H. K.: India and Pakistan; A General and Regional Geography, London, 1. Abfl., 1954, 827 S.
- SPATE, O. H. K., ACHMAD, E.: Five Cities of the Gangetic Plain, Geogr. Rev., 40, 1950, S. 260–278.
- TEMPLE, B.: The Karachi Handbook and Directory, Karachi 1914.
- WILHELMY, H.: Karachi, Pakistans Tor zur Welt, Die Erde, 1968, H. 2, S. 132–162.
- WIRTH, E.: Die soziale Stellung und Gliederung der Stadt im Osmanischen Reich des 19. Jh., Konstanzer Vortr. u. Forsch., Bd. XI, Konstanz 1966, S. 403–427.
- , Damaskus–Aleppo–Beirut. Ein geographischer Vergleich dreier nahöstlicher Städte im Spiegel ihrer sozial und wirtschaftlich tonangebenden Schichten, Die Erde, 96. Jg., 1966, H. 2, S. 96–137, H. 3, S. 166–202.
- , Die orientalische Stadt in der Eigengesetzlichkeit ihrer jungen Wandlungen, Tagungsber. u. wiss. Abhdlg., Dt. Geographentag, Bad Godesberg, 1967, S. 166–181.
- , Strukturwandlungen und Entwicklungstendenzen der orientalischen Stadt, Erdkunde, Bd. XXII, 1968, S. 101–128.
- Karachee Harbour on the Coast of Sinde, by Lieut. T. G. CARLESS, Indian Navy 1838 (Karte), Abgedr. i. KMC, Rep. MP-7, 1961.
- Murray's Handbook of India, Burma and Ceylon, 1898.
- Baluchistan District Gazetteer Series, Vol. V, Quetta-Pishin District, Ajmer, 1907, 404 S.
- The Imperial Gazetteer of India, Vol. XV, Karachi to Kotayam, Oxford 1908, 426 S.
- Census of India, 1911, Vol. IV, Baluchistan, Calcutta 1913.
- Census of India, 1921, Vol. IV, Baluchistan, Calcutta 1923.
- Census of Pakistan, 1951, Vol. II, Baluchistan, Karachi 1951.
- Sample Survey of Karachi Population 1959, Pakistan, Ministry of Finance, Central Statistical Office, Karachi: Manager of Publications Govt. of Pak. 1959.
- Census Bulletin Nr. 2, Population Census of Pakistan 1961, Final Tables, Karachi 30. Nov. 1961.
- Karachi: Commercial Survey, K. D. A., Rep. Nr. MP-11, 1961; Bohri Bazar Existing Use Survey, K. D. A., Rep. Nr. MP-13, 1961, 62; Road Traffic and Transport Problems, K. D. A., Rep. Nr. MP-19, 1963; Population Growth and Composition, K. D. A., Rep. Nr. MP-23, 1964.
- Economic Survey of Pakistan 1964, Pakistan Ministry of Finance, Karachi 1965, Manager of Public.
- K. M. C. = Karachi Municipal Cooperation.
- K. D. A. = Karachi Development Authority.
- M. P. = Master Plan Section der K. D. A.

## THE PILGRIMAGE TO MECCA: SOME GEOGRAPHICAL AND HISTORICAL ASPECTS

With 2 Figures and 4 Tables

RUSSELL KING\*)

*Zusammenfassung:* Die Pilgerreise nach Mekka: Einige geographische und historische Aspekte

Die „haj“, die alljährlichen Pilgerreisen der Moslems nach Mekka, sind 13 Jahrhunderte hindurch die bedeutendste Bevölkerungsbewegung im Mittleren Osten und möglicherweise auch das größte regelmäßige Treffen von Angehörigen der verschiedensten Rassen und Sprachen in der Welt überhaupt gewesen. Mekka beherbergt in der Tat einen Monat lang mehr Besucher als jede Stadt in der Welt und bis zur Entdeckung des Erdöls (1938) sind die Einnahmen aus dem Pilgerverkehr die Haupteinnahmequelle Saudi-Arabiens gewesen.

Reiseberichte bieten, da verlässliche Statistiken aus frühe-

rer Zeit völlig fehlen, die wesentlichste Grundlage für die Rekonstruktion der Pilgerreisen, die hier nach Ursprungsgebieten, Reiserouten, Reisegewohnheiten, benutzten Verkehrsmitteln, Aufenthaltsdauer usw. über die Jahrhunderte hinweg verfolgt werden. Heute sind die Pilgerreisen keine beschwerlichen Unternehmungen mehr: Der Flugplatz und der Hafen von Jiddah sind die bedeutendsten Landeplätze für die vielen ausländischen Pilger, die vor allem aus der Türkei, dem Jemen, aus Pakistan, Irak, Nigerien, Syrien, Sudan, Indien, Iran und Libyen kommen.

Saudi-Arabien hat mit Hilfe seiner Ölgelder den Pilgerverkehr beträchtlich verbessert, vor allem durch hohe Investitionen im Verkehrs-, Gesundheits- und Beherbergungswesen, obwohl alle diese Einrichtungen den größten Teil des Jahres über ungenutzt bleiben. Die ihrem Umfang nach dauernd wachsenden Pilgerreisen bilden nach wie vor die Erwerbsgrundlage für etliche tausend Menschen, doch sind sie, dank des Ölreichtums, längst nicht mehr das wirtschaftliche Rückgrat Saudi-Arabiens.

\*) Thanks are due to Prof. John I. Clarke and Mr. John H. Stevens for helpful comments, and to Eisa Mustafa of the Saudi Arabian Ministry of Pilgrimage, Mecca, for statistical information.