Zeitschrift: Geographica Helvetica : schweizerische Zeitschrift für Geographie = Swiss journal of geography = revue suisse de géographie = rivista svizzera di geografia

Herausgeber: Verband Geographie Schweiz ; Geographisch-Ethnographische Gesellschaft Zürich

Band: 6 (1951)

Artikel: Miami : eine amerikanische Fremdenstadt als Geschäftszentrum

Autor: Martin, Richard

Kurzfassung: Miami (Florida)

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-35903

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: 12.12.2025

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

Fig. 3 und die ganze Arbeit beleuchten die Situation von 1949. Doch die Entwicklung geht rasch weiter. Heute werden schon wieder neue Zentren zweiter Klasse aufgetaucht sein. Ich konnte mit eigenen Augen verfolgen, wie sich ein solches Zentrum zweiter Klasse bildete: Als ich im Herbst 1948 in der Nähe einzog, standen an einem wichtigen Straßenkreuz, dessen Umgebung teilweise überbaut war, ein mittelgroßer Drug Store, ein kleiner Grocery Store, ein Radiogeschäft und eine Tanksäule. Plötzlich wurde eine ganze Reihe von Ladenlokalen gebaut und ein kleines Restaurant, eine Eisenwarenhandlung, ein Kinderbekleidungs-Geschäft, ein Spielzeugladen und ein Friseursalon eröffnet. Erst im Jahre 1949, als noch ein großer Food-Market eingerichtet wurde, zogen die erwähnten Geschäfte Kundschaft an, womit dieses Zentrum aus der dritten in die zweite Klasse aufstieg.

SCHLUSS

Die Methode, die einzelnen Geschäftszentren nach der Kaufkraft ihres Einzugsgebietes zu klassifizieren, ist wohl auf amerikanische Verhältnisse zugeschnitten, ließe sich aber gewiß auch auf europäische Großstädte anwenden. Nach meiner Meinung ist es für die Zentralität eines Ortes entscheidend, wieviel Kaufkraft er anzieht, und ob z. B. ein Lebensmittelgeschäft einen Jahresumsatz von 100 000 Franken oder von 1 Mill. Franken hat. Eine bloße Aufzählung der vorhandenen Geschäfte gibt noch keinen genauen Aufschluß über die Anziehungskraft des Zentrums. So diene diese Studie als Anregung für ähnliche Arbeiten in europäischen Verhältnissen.

QUELLEN

1. M. T. Bingham: La Floride du Sud-Est et la Ville de Miami. Extraits de Mélanges Géographiques, Grenoble, 1932. — 2. R. P. Wolff: Greater Miami Population and Housing Survey 1949, und: Studies of Tourisme, University of Miami, 1949. — 3. *Civil Aeronautics Board Docket* 3426, Volume II, 1948. — 4. *Miami Chamber of Commerce:* Miami key facts, Industrial Survey, Miami 1949. — 5. *Florida State Census 1945.* — 6. *Statistical Abstracts* of the United States 1948. — 7. Diverse Publikationen und Daten des U.S. Weather Bureau, Miami, und des U.S. Geological Survey, Miami.

MIAMI (Floride)

Miami est une ville magique qui est devenue, grâce à son climat modéré et son allure tropique, la métropole du tourisme au sud des E.U. Sa situation centrale dans la région Caribienne l'a désignée comme porte aérienne qui s'ouvre vers l'Amérique du Centre et du Sud. Cette ville, qui est esquissée dans la première partie de l'article, a développé de nombreux centres d'achat. Dans la deuxième partie, l'auteur expose le résultat d'une enquête sur l'importance et le rayonnement des centres de l'activité commerciale de la ville.

MIAMI (Florida)

La città di Miami, è diventata grazie al suo clima mite e al suo carattere tropicale la metropoli del turismo degli Stati Uniti meridionali. Situata nel centro della regione caraibica, essa era come predestinata a diventare il porto aereo dell'America centrale e meridionale. Sorta da un giorno all'altro, questa città ha visto svilupparsi numerosi quartieri specializzati nella vendita di articoli di consumo quotidiano. Nella 2a parte dell'articole l'autore ci fa conoscere il risultato della sua inchiesta sull'importanza e sulla delimitazione di questi diversi centri della città.

ZUM PROBLEM DER ALLGEMEINEN GEOGRAPHIE

Heinrich Schmitthenner

Die Frage nach der allgemeinen Geographie und ihrem Inhalt als geographische Disziplin ist ein Problem, um das besonders gerungen werden mußte, als die Geographie im Chorologischen, d. h. im Länderkundlichen ihre Aufgabe erblickt hat.