Miami : eine amerikanische Fremdenstadt als Geschäftszentrum

Autor(en): **Martin, Richard**

Objekttyp: **Article**

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

Band (Jahr): **6 (1951)**

PDF erstellt am: **25.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-35903

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

goza 1950. — 11. La nueva Facultad de Derecho en la Ciudad Universitaria de Aragón (Universitad de Zaragoza, Secretariado de Publicaciones [sans date]). La *Revista Nacional de Arquitectura,* organe officiel du Consejo Superior de Colegios de Arquitectos de España a consacré son numéro de novembre 1949 à Saragosse.

IL PRIMO CONGRESSO INTERNAZIONALE PER LO STUDIO DEI PIRENEI
(22—26 settembre 1950)

Organizzato dallo Instituto de Estudios Pirenaicos de la Universidad de Zaragoza, il primo congresso per lo studio dei Pirenei riunì un gran numero di scienziati nazionali ed esteri nella bella e ospitale città di S. Sebastiano. Oltre alle conferenze di carattere generale, i diversi aspetti dei Pirenei vennero trattati nelle seguenti sezioni: 1. geologia, morfologia; 2. meteorologia, botanica; 3. preistoria, etnologia; 4. geografia, economia; 5. storia, arte, diritto; 6. filologia. Il nostro resoconto si sofferma in particolare sulle conferenze della quarta sezione e sulle escursioni fatte nelle Province basche e nella regione confinale sud dei Pirenei occidentali.

DER ERSTE INTERNATIONALE KONGRESS FÜR PYRENÄENFORSCHUNG
(22.—26. September 1950)

Der erste internationale Kongreß der Pyrenäenforscher, der vom Instituto de Estudios Pirenaicos de la Universidad de Zaragoza organisiert wurde, vereinigte eine stattliche Zahl in- und ausländischer Wissenschafter in der schönen gastfreien Stadt San Sebastian. Neben allgemeinen Vorträgen wurden in folgenden Sektionen ausschließlich die Pyrenäen betreffenden Referate abgehalten: 1. Geologie, Morphologie; 2. Meteorologie, Botanik; 3. Urgeschichte, Ethnologie; 4. Geographie, Wirtschaft; 5. Geschichte, Kunst, Recht; 6. Philologie. Unser Bericht befaßt sich eingehender mit den Vorträgen der 4. Sektion und den Exkursionen ins Baskenland und das südliche Randgebiet der Westpyrenäen.

F. NUSSBAUM

MIAMI

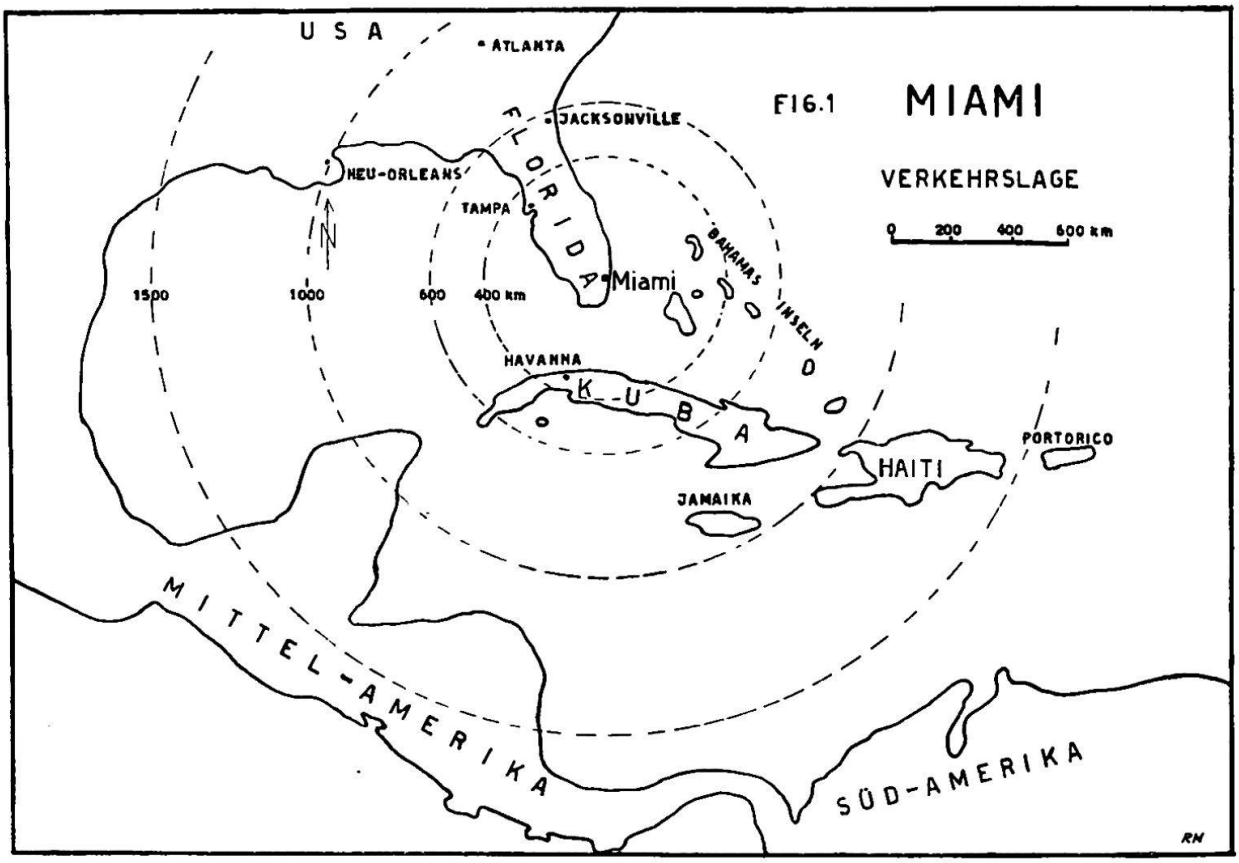
EINE AMERIKANISCHE FREMDENSTADT ALS GESCHÄFTSZENTRUM

RICHARD MARTIN

Die Stadt Miami wird dem Amerikaner als „City magic", als das zauberhafte Ferienparadies in den Tropen der USA angepriesen. Und die geschäftstüchtigen Chambers of Commerce von Miami und Miami-Beach haben es auch verstanden, den Namen ihrer Stadt in aller Mund zu legen, sodaß man heute nur mehr an Miami in Florida denkt und seine Namensvettern in Oklahoma, Texas und Arizona stillschweigend übergeht. Zwar haftet dem Namen Miami das Prädikat „teuer" an; trotzdem möchten viele Amerikaner einmal in ihrem Leben in Miami gewesen sein; denn diese Stadt besitzt wirklich magische Anziehungskraft. Die folgende Studie sucht davon eine Vorstellung zu geben und vor allem darzulegen, wie Miami entstehen konnte. Im besonderen soll sodann eine Komponente der Stadtbildung, die Entstehung von Geschäftsquartieren skizziert werden, wobei ich mich auf eigene Untersuchungen anläßlich eines einjährigen Aufenthaltes in der Stadt stütze.

LAGE UND ENTWICKLUNG

Nach ihrer Verkehrslage erscheint die Stadt Miami recht isoliert, besonders im Hinblick auf die Distanzen zu andern Städten und die Volksdichte Südfloridas (Fig. 1). Die Straßenentfernung von Jacksonville an der Nordgrenze Floridas beträgt 552 km, diejenige von New York 2180 m, von Chicago 2281 km. Hinsichtlich der Bevölkerungsdichte steht Florida mit rund 14 Einwohnern pro km² an letzter Stelle der Staaten des « südatlantischen » Distriktes (Delaware, Maryland, Virginia, West-Virginia, Nord-Carolina, Süd-Carolina und Georgia), deren durchschnittliche Dichte 26 beträgt. Zu Lande kann Miami nur aus 3 Verkehrsrichtungen erreicht werden. Im Südwesten, Westen und Nordwesten wird die Stadt vom verkehrsfeindlichen und von wenigen Indianern besiedelten Sumpfgebiet der Everglades umgeben. Auf künstlichem Trasse führen die Straßen von Tampa und aus dem Zentrum des Staates vom Lake Okeechobee her durch die Everglades nach



Miami. Die Hauptverkehrsrichtung mit Straße und Bahn von Jacksonville umgeht die Sumpfgebiete auf einem Strandwall am Meere. Miami stellt also für den Bahn- und Straßenverkehr keinen bedeutenden Knotenpunkt, sondern vielmehr eine Endstation dar. Günstiger ist die Verkehrslage zur See und im Luftverkehr, wie Fig. 1 veranschaulicht. Miami hat eine gute Ausgangslage für das karibische Gebiet.

Die Stadt liegt auf dem durchschnittlich 2,5 m hohen Hügelzug der « Atlantic Coastal Ridge », der von Jacksonville der Ostküste folgend sich in die Gegend von Miami hinzieht und langsam in den Sümpfen des Everglades National Parc untertaucht. Bei North-Miami löst sich ein Strandwall von der Atlantic Coastal Ridge und streicht nach Süden in den Atlantischen Ozean hinaus. Er ist durch zahlreiche Flut- und Ebbe-Öffnungen unterbrochen. Über diesen Inselkranz erstreckt sich die Hotelstadt Miami Beach. In ähnlicher Weise wird die Atlantic Coastal Ridge im Raume von Miami von jungtertiären Flußläufen durchschnitten, die auch einmal als Flut- und Ebbe-Ausgleichskanäle dienten. Heute strömt das Süßwasser durch dieses Entwässerungsnetz mit dem Miami River aus dem Lake Okeechobee über 1 m Gefälle langsam nach Süden und Südosten. Diesen Strömungsläufen folgen die Entwässerungskanäle aus den Everglades nach dem Ozean hin. Seit der Errichtung des Kanalsystems hat sich der Süßwasserspiegel der Everglades um rund einen Meter gesenkt. Dadurch drang Salzwasser aus dem Meere ein und zerstörte Kulturen südlich von Miami; ebenso wurde die Wasserversorgung der Stadt gefährdet. Durch künstliche Tore mußte man die Kanäle zeitweise schließen.

Trotz der natürlichen Einengung durch Everglades und Biscayne Bay (E) vermochte sich die Stadt sehr weitläufig auszubreiten. Ich habe 1949 in Greater Miami mit dem Planimeter 324 km² städtisch besiedelten Gebietes gemessen. Damals betrug die Bevölkerungsdichte bei 437 925 Einwohnern 1275 E/km² (Groß-Zürich rund 6549).

Abb. 2 Blick von S auf Miami Downtown, im Mittelgrund von rechts nach links: Bayfront-Park, Hotelfront, Geschäftsviertel, FECRR-Bahnhof. Im Vordergrund Miami River und Brücke der Miami Avenue, die sich nach N zieht. Im Hintergrund beim Hafen Miami die Mündung der beiden Causeway von Miami Beach

Das Stadtgebiet von Greater Miami schließt eine größere Reihe von Gemeinden ein, deren wichtigste sind:

	Fläche km²	Bevölkerung	Dichte km²
Miami	87,5	237 900	2718,8
Miami Beach	21,5	50 250	2337,2
Coral Gables	27,4	18 350	669,6
Hialeah	31,8	14 600	459,1
North Miami	16,7	10 000	598,7

Die Bevölkerungsdichte nimmt von Miami gegen Westen in Richtung der Everglades (Coral Gables und Hialeah) stärker ab als gegen Norden (North-Miami) (s. Fig. 3). Auf dem Nordufer der Mündung des Miami River erhebt sich das Geschäftszentrum von Downtown Miami mit einer Gruppe von Wolkenkratzern (s. Fig. 2). Gegen die Biscayne Bay blicken eine Reihe von Hotel - Hochhäusern in Downtown. Ähnlich ziehen sich die modernen Hotelbauten von Miami Beach wie eine Brandungsmauer über 10 km dem Strande entlang. Die Inseln zwischen Miami und Miami Beach sind zum Teil künstlich aufgefüllt. Dort liegen unter den im Winde wehenden Palmen die blendend weißen herrlichen Villensitze rings vom Wasser der Biscayne Bay umspühlt. Sie muten wie ein modernes Venedig an, und tatsächlich heißen die Inseln einer Gruppe Venetian Islands. Diese unendlich erscheinenden Wohnzonen um Miami Downtown geben der Stadt aus der Vogelschau das Aussehen einer ungeheuren *parkähnlichen Gartenwohnstadt.*

Noch vor 60 Jahren wucherte an ihrer Stelle undurchdringliches subtropisches Dickicht. Wie konnte sich hier in ungünstiger Lage und ohne nennenswerte Industrie eine so bedeutende Siedlung entwickeln? Primär mag wohl der durch den Miami River gegebene natürliche Eingang vom Meer ins Landesinnere als Ansiedlungsmoment gewirkt haben. Schon die Indianer kannten ihn und hatten sich lange vor der Gründung der Stadt 1896 dort angesiedelt, dem Fluß den Namen Miami, d. h. „Süßwasser" gebend. Die ersten Weißen, die sich 1567 in Coconut Grove, im S der heutigen Stadt, niederließen, waren spanische Jesuiten. Von der Zeit der Spanier zeugt noch ein Leuchtturm auf der Insel Biscayne Key. Nachdem 1819 Südflorida von Spanien an die USA verkauft worden war, errichteten sodann die Amerikaner einige Plantagen bei Miami, dem damaligen Fort Dallas, das in den Indianerkriegen von 1835 als Stützpunkt der Bundestruppen diente. Im Jahre 1896 endlich, verlängerte der Eisenbahn-Spekulant HENRY M. FLAGLER seine Bahnlinie bis hinunter nach Miami. Und plötzlich entdeckte man das günstige Klima der Region, als in den Jahren 1894/95 starke Fröste die Orangenernte in Mittelflorida zerstörten, die Plantagen bei Miami aber unversehrt blieben.

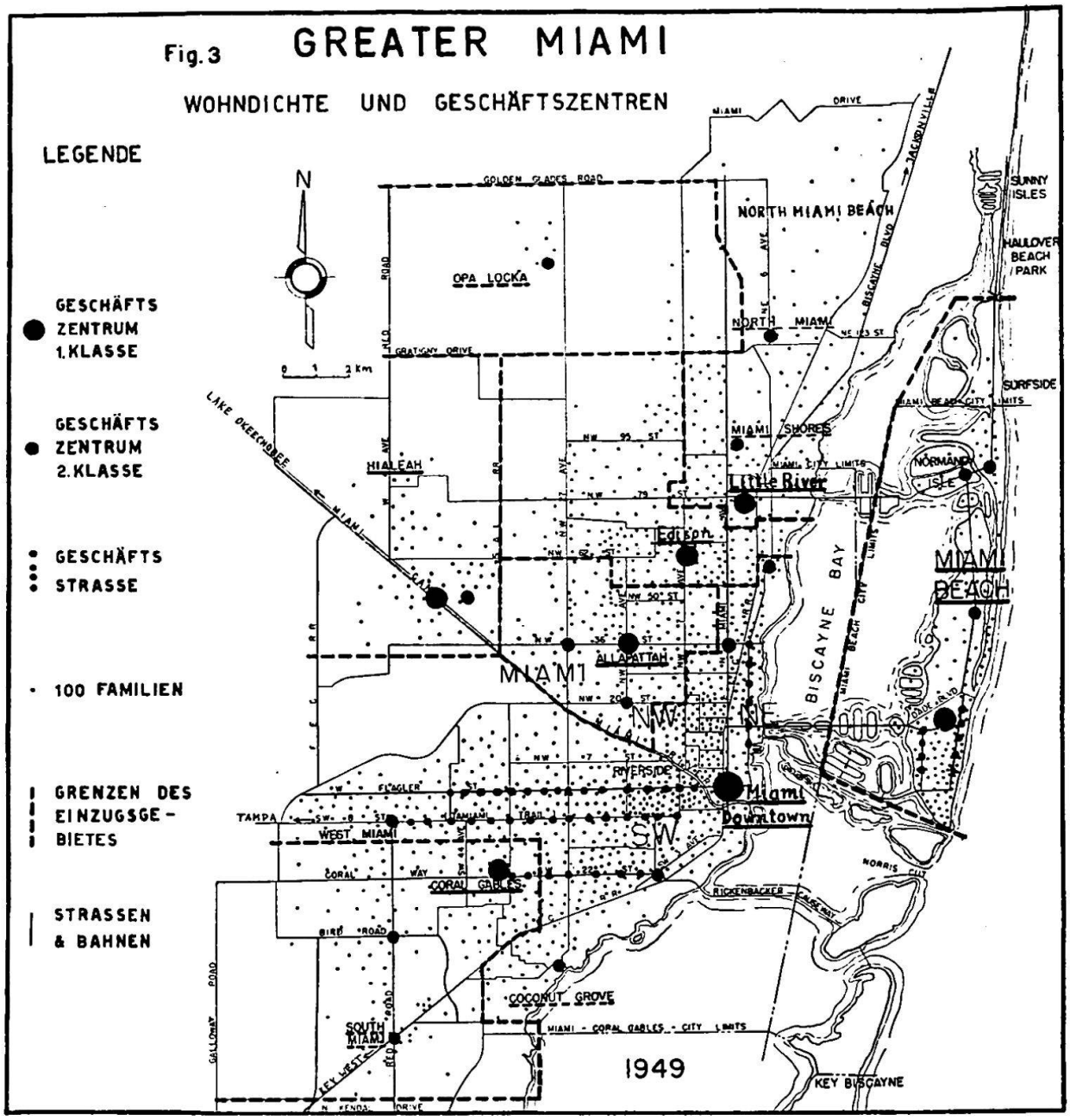
Für die rasche *Entwicklung* der Stadt, seit etwa 1900, dürfte die bedeutende Klimagunst ausschlaggebend gewesen sein. Der an der Ostküste Floridas vorbeiziehende Golfstrom bewirkt sehr ausgeglichene Temperaturen in Miami. Die mittlere Jahresschwankung beträgt nur 8,2° C (Januarmittel 19,8° C, Augustmittel 28° C, Jahresmittel der letzten 51 Jahre 24° C). Doch können im Winter hie und da Kaltluftmassen aus dem Norden das Thermometer unter Null Grad sinken lassen. Die 150 cm Niederschläge pro Jahr fallen großenteils in den Sommermonaten, d. h. also bei Hochstand der Sonne, als kurze, heftige Regen. Zu jeder Jahreszeit und fast ohne Unterbruch wehen in Miami Meerwinde, die im heißen Sommer angenehm abkühlen. Ein nachteiliges Witterungselement sind die berüchtigten Hurrikane. Diese Wirbelstürme entstehen an der Berührungsschicht kalter und warmer Fronten im Atlantischen Ozean östlich der Antillen. Die Mehrzahl von ihnen dreht vor Erreichen des Festlandes von Florida gegen Nordosten ab und läuft sich im Meere tot. Aber im Jahresmittel treffen zwei der Hurrikane bei Miami auf das Festland und hinterlassen eine oft 20 km breite Bahn der Verwüstung. Die 150—250 km Stundengeschwindigkeit erreichenden Winde sind von sintflutartigem Regen begleitet. Heute weiß man sich freilich gegen sie zu schützen. Die Bauordnung schreibt hurrikansichere Häuser vor. Außerdem werden die Stadtbewohner schon 10 Tage vor Eintreffen des Sturmes gewarnt und über den Verlauf des Hurrikans am Radio unterrichtet. Aber bevor das Warnsystem mit Hilfe der Flugzeuge und Schiffe ausgebaut war, bedeuteten diese Katastrophen für die Entwicklung der Stadt schwere Rückschläge. Dennoch nahm die Einwohnerzahl von Greater Miami rapid zu: 1896 wurde die Stadt mit 400 Einwohnern als Gemeinde anerkannt; 1950 hatte ihre Bevölkerungszahl 430 000 bereits überschritten.

Bald nach 1910 entwickelte sie sich als Winterferienort und in Miami Beach schossen die ersten Hotels auf. Aber die Stadt wurde nicht nur ein bedeutendes Fremdenverkehrszentrum für den Nordosten der Vereinigten Staaten; im Florida-Boom der Jahre 1925/27 entstanden auch ausgedehnte *Wohnquartiere*. Ganze Heere von Spekulanten trieben die Bodenpreise der aufstrebenden Stadt in die Höhe. Das waren die Zeiten, da an der New Yorker Börse die Makler Baulose von Miami anboten. Wenn die Käufer solcher Lose ihr Land an Ort und Stelle besichtigen wollten, wurden sie in einem Ruderboot in den Sumpf der Everglades oder in die Biscayne-Bay hinausgeführt. Diese ungesunde Entwicklung nahm 1926 ein jähes Ende, begleitet von einem verheerenden Hurrikan, und die Einwohnerzahl ging vorübergehend zurück. Im Jahrzehnt 1930—1940 erholte sich Miami langsam. Während und nach dem zweiten Weltkrieg erlebte die Stadt eine Art zweiten Booms, der heute noch andauert, aber wirtschaftlich gesündere Grundlagen aufweist. Während des Krieges wurde Miami nämlich ein wichtiger Stützpunkt der Luftwaffe und Flotte. In ganz Florida wurden die meisten Pilotenschulen der Luftwaffe errichtet. In Miami kann man an 354 Tagen im Jahr fliegen. Eine große Zahl der ehemaligen GI's haben sich nach dem Kriege in Miami niedergelassen.

Heute ist Miami eine Ferien- und Erholungsstadt ersten Ranges. Ende 1948 zählte Greater Miami 528 Hotels mit 35 793 Zimmern. Im gesamten liegen im Stadtgebiet 6443 Unterkunftsbauten für den Fremdenverkehr (Hotels, Pensionen, Ferienwohnungen u. a. m.) mit 159 586 Zimmern. In den Jahren 1947 und 1948 wurde die Zahl der jährlichen Touristen, die in Miami Aufenthalt machten, auf 1,8 Mill. geschätzt. Sie haben insgesamt 24 Millionen Logiernächte verbracht (Logiernächte in Hotels und Pensionen der Schweiz 1947: 19,23 Mill. ohne Ferienwohnungen).

Miami ist das Ferienzentrum für jedermann. Auch der einfache Arbeiter kann mit seinem Wohnwagen dorthin ziehen oder sich eine bescheidene Wohnung mieten. Viele der Besucher zogen es vor, sich für die Winterferien ein Haus in Miami zu bauen. So wurde Miami buchstäblich zum «Winterquartier der Zugvögel», die im Sommer im Norden leben.

Die große *Wohnstadt* hat alle Zweige der Versorgungsindustrie (Lebensmittel, Kleidung usw.) gefördert. In Carol Gables hat sich die University of Miami von



einem unbedeutenden College mit 900 Studenten vor dem zweiten Weltkriege zu einer heute weit bekannten Universität mit 10 000 Studenten erhoben.

Ist Miami damit aber auch zentraler Ort für seine Umgebung? Im Norden wie im Süden der Stadt liegen große Plantagenbezirke mit Agrumen, Tomaten und andern Früchten und Gemüsen des Südens. Merkwürdigerweise ist Miami durchaus kein Markt- und Versandzentrum für diese Landesprodukte. Außer dem Eigenbedarf der Stadt werden nur einige Qualitätsfrüchte für Geschenkzwecke in Miami an die Touristen abgesetzt. Die Mehrzahl der Produkte werden auf den großen « State Farmers Market », den öffentlichen Großisten-Märkten in kleinen Ortschaften nördlich und südlich der Stadt nach dem Norden der USA verkauft. Die Milchfarmen der Umgebung liefern ihre Produkte nach Miami. Nur 38,4 km nördlich von Miami liegt Fort Lauderdale, eine Stadt, die 1945 26 185 Einwohner zählte; sie zieht bereits Käufer aus North-Miami-Beach an. Auch die Autobus-Verbindungen der Stadt mit der Umgebung sind schlecht ausgebaut. Dafür aber sind die Fernverbindungen nach dem Norden der USA umso besser. Die Fremden- und Wohnstadt Miami hat sich also eigentlich wie eine zweite Besie-

delungsschicht über die erste der Plantagen gelegt. Sie ist *kein* zentraler Ort für ihre Umgebung; ihre Beziehungen sind *Fernbeziehungen* mit dem Touristen-Reservoir der Großstädte des Nordens und Mittel- und Südamerikas.

Die Fluggesellschaften erkannten die günstige Fernverkehrslage von Miami und die Vorteile des Klimas. Sie beschäftigen heute 15 221 Personen. Miami, das *Luft-tor nach Mittel- und Südamerika,* hatte in den Jahren 1946 bis 1948 einen Anteil von 47,12 % an der Einreise sämtlicher ausländischer Fluggäste in die USA, New York einen solchen von 32,26%. Der Hafen von Miami mit einem Jahresumschlag von 1,6 Mill.t dient den lokalen Bedürfnissen. Miami will seine wirtschaftlichen und kulturellen Beziehungen zu den mittel- und südamerikanischen Staaten ausbauen. Schon heute spricht man in den meisten Geschäften Spanisch als zweite Sprache. Damit hofft Miami, dereinst das Handels- und Geschäftszentrum der USA für das karibische Siedlungsgebiet, die amerikanische Mediterranis, zu werden. In diese Richtung zielen auch seine Bestrebungen, den Sitz der Panamerikanischen Union zu gewinnen. Kein Wunder, daß Miami eine impulsive, vorwärtsdrängende, kurz, eine wahre City magic geworden ist. In diesem Zusammenhang vor allem hat denn auch die Bildung von besondern Einkaufs- und Geschäftszentren eingesetzt, die im folgenden dargestellt sind.

DIE BILDUNG VON EINKAUFSZENTREN

Die großen Distanzen (z. B. Coral Gables — Downtown 12 km), der dichte Verkehr und die überfüllten Parkplätze halten die Leute davon ab, für alle Einkäufe nach Downtown zu fahren. Ebenso wünscht der Bewohner von Miami, die Geschäfte per Wagen leicht erreichen zu können. Aus diesem Bedürfnis entstanden vor allem in den Außenquartieren und Vorstädten selbständige Einkaufszentren. Diese und sogar die größern Geschäfte haben ihre eigenen Parkplätze für ihre motorisierten Kunden. Das Streben nach Konzentration einer Serie von Branchengeschäften und nach der Anlage genügender Parkierungsmöglichkeiten haben in Miami somit rasch zu einer Auflockerung und Dezentralisation des Geschäftszentrums von Downtown geführt. Diese Entwicklung konnte ich während meines Aufenthaltes in Miami 1949 studieren.

Ich hatte nämlich Gelegenheit, mit Dr. R. P. WOLFF, Professor of Economics an der Universität Miami, an einer Untersuchung über die Einzugsgebiete der verschiedenen Geschäftszentren mitzuwirken, deren Gang skizziert sei. Schon anfangs stellte sich heraus, daß in einem vornehmen Quartier im Verhältnis zur Zahl der Bewohner mehr Spezialgeschäfte vorhanden sind als in einem Arbeiterquartier. Eine bloße Aufzählung der Geschäfte und der übrigen zentralen Dienste ist also noch kein einwandfreier Gradmesser für die Bedeutung eines Geschäftszentrums. Deshalb beschritten wir bei unserer Untersuchung einen andern Weg. Wir grenzten zunächst die Einzugsgebiete der verschiedenen Einkaufszentren gegeneinander ab. Zu diesem Zwecke schickten wir eine Anzahl Studenten in die Abstimmungsbezirke der fraglichen Grenzgebiete, um von den Bewohnern folgende Fragen beantworten zu lassen:

a) Wo kaufen Sie Ihre Lebensmittel?
b) Wo kaufen Sie Ihre Kleider?
c) Wohin geben Sie Ihre Wäsche zum Waschen?
d) Wo lassen Sie Ihre Kleider reinigen?
e) Wo kaufen Sie Ihre Geschenke ein?
f) Wo kaufen Sie kleine Gebrauchsgegenstände der Haushaltung (Geschirr, Eisenwaren)?
g) Wo kaufen Sie die teuren Artikel Ihrer Haushaltung (Elektr. Einrichtungen usw.)?

Sofern jemand Lebensmittel und Kleider an mehreren verschiedenen Orten kaufte, wurde das berücksichtigt, z. B. $^1/_2$ Kleider im Zentrum X, $^1/_2$ Kleider im Zentrum Y. Zusätzlich machten wir eine große Anzahl von ebensolchen Umfragen telefonisch. Die Auskünfte ermittelten uns ein genaueres Bild der Grenzen zwischen den einzelnen Zentren. Für die Berechnung der Kaufkraft waren wir auf Angaben aus den 108 Abstimmungsbezirken angewiesen; bei der Grenzziehung ließen wir die Abstimmungsbezirke aus Fragen der Berechnung intakt. Wir sind uns natürlich bewußt, daß eine feste Grenzziehung nicht möglich ist, und es sich in jedem Fall nur um Grenzzonen handeln kann. Dabei stellten wir fest, daß in mehreren Fällen verkehrsreiche Straßen die Einkaufszentren trennen.

Die weißen Bewohner fahren überdies nicht gerne mit ihren Autos durch die Negerviertel; diese stellen also ein Hindernis dar. Im übrigen folgen die Grenzlinien den natürlichen Gegebenheiten, z. B. dem Miami River mit seinen verkehrshemmenden Zugbrücken. Mit Vorliebe verlaufen die Grenzen durch wenig besiedelte oder unbewohnte Gebiete. Nach der Abgrenzung berechneten wir die *Kaufkraft* der verschiedenen Zentren. Zu unserer Verfügung standen genaue Angaben über die Häuserwerte und die Mietzinse in den 108 Abstimmungsbezirken des Stadtgebietes. Nach statistischen Angaben des U.S. Department of Labour belaufen sich sämtliche Ausgaben einer amerikanischen Familie oder Einzelpersonen auf 50% des Wertes ihres Hauses oder ihrer Wohnung. Dieser Wert beträgt für Miami im Mittel 10 100 Dollars pro Familie mit 3,3 Personen oder den entsprechenden Bruchteil pro Einzelperson. Die totale Kaufkraft von Greater Miami beträgt dementsprechend 129 700 Familien à 5050 $ = 678 Mill. $ Kaufkraft. Die Bewohner von Miami haben einen hohen Lebensstandard.

In gleicher Weise haben wir die Kaufkraft jedes Abstimmungsbezirkes ausgerechnet und den betreffenden Geschäftszentren zugeteilt. Dabei haben wir nach einem Verteilungsschlüssel der Kaufkraft für die einzelnen Warengattungen weitgehend berücksichtigt, daß aus einem Einzugsgebiet die Kaufkraft für besondere Artikel (Kleider) von einem andern Zentrum angezogen wird.

Unsere Untersuchung über die Einzugsgebiete und die Kaufkraft der Geschäftszentren Greater Miamis führte zu folgenden Resultaten: Das Stadtgebiet läßt sich in sieben Einkaufsgebiete mit sieben Zentren erster Klasse einteilen. Letztere bieten lückenlose Versorgungsmöglichkeit mit mannigfachen Spezialgeschäften. In den 7 Einkaufsgebieten liegen außerdem 16 Zentren zweiter Klasse, die nur wenige oder gar keine Spezialgeschäfte beherbergen, und wo man nicht mehr alle Bedürfnisse decken kann. Sie umfassen mindestens einen großen Food-Market (Lebensmittelgeschäft), einen Drug Store und kleine Geschäfte für tägliche Bedürfnisse, wie Eisenwarenhandlung, Friseursalon, Schuhmacher, Wasch- und Reinigungsanstalt. Weiter sind Zentren dritter Klassse mit einem Drug Store und einem Grocery Store festzustellen, die wir nicht mehr untersucht haben.

Die gesamte Kaufkraft von Greater Miami verteilt sich auf die sechs Einkaufsgebiete wie folgt:

	Angezogene Kaufkraft	% Anteil an Kaufkraft von Greater Miami
Downtown Miami	253 Mill. $	37
Miami Beach	163 „	24
Coral Gables	84 „	12,5
Little River	59 „	9
Edison	50 „	7,5
Allapatah	48 „	7
Hialeah	21 „	3

Darnach ist das Hauptgeschäftszentrum mit mehrstöckigen Warenhäusern und zahlreichen Spezereigeschäften *Downtown Miami*. Dort konzentrieren sich auch die Niederlagen der großen Firmen des Nordens, die Reisebureaux, die Großbanken, die Verwaltungen der großen Gesellschaften (Eisenbahn, Elektrizität, Telephon). Downtown Miami beherbergt die Stadtverwaltung und die County-Administration. Es werden verhältnismäßig wenig Lebensmittel feilgeboten. Die Department-Stores (Warenhäuser mit verschiedenen Abteilungen) sind auf Bekleidungsartikel spezialisiert. So kauft der größere Teil der Bewohner seine Kleider in Downtown Miami. Hier und in Miami Beach werden auch die meisten Geschenkartikel an den Kunden gebracht.

Der Kern des Geschäftszentrums von Downtown Miami liegt an der Straßenkreuzung der Flagler Street und der North Miami Avenue. Von dort aus führen die Flagler Street und der Ta-Miami-Trail in westlicher Richtung und das Biscayne Boulevard in nördlicher Richtung als Geschäftsstraßen in die Vorstädte. Die Schwerpunkte dieser lückenhaften Geschäftsstraßen liegen wiederum an Straßenkreuzen. Coconut Grove ist ein altes Siedlungsviertel von Miami und besitzt sein eigenes kleines Geschäftszentrum, das man fast in die Zentren erster Klasse einreihen könnte.

Abb. 4 Einstöckige Holzhäuser und ein Wirrwar von Telefon- und Kraftleitungen inmitten von Miami Downtown sind Zeugen der stürmischen Entwicklung

Miami Beach steht mit seinen Umsätzen an zweiter Stelle. Die rund 50 000 Bewohner von Miami Beach (1/8 der Gesamtbevölkerung) besitzen 1/4 der gesamten Kaufkraft. Darin sind die 70 000 Touristen, welche Miami Beach in der Wintersaison bevölkern, nicht eingeschlossen, wie auch die ganze Untersuchung nur mit der ortsansäßigen Bevölkerung rechnet. Die Zentren von Downtown Miami und Miami Beach haben den größten Anteil an den Ausgaben der Touristen. — In Miami Beach gibt es keine mehrstöckigen Warenhäuser. Höchstens zweistöckige Ablagen derselben und zahlreiche einstöckige Spezial- und Luxusgeschäfte säumen die Geschäftsstraßen. Auch handelt es sich nicht mehr um einen geschlossenen Geschäftskern, wie in Downtown Miami, sondern um reihenförmige Entwicklungen an mehreren Hauptstraßen. Im mittleren und nördlichen Teil der Inseln liegen drei weitere Zentren zweiter Klasse.

Das Geschäftszentrum von *Coral Gables* stützt sich auf die Kundschaft aus den vornehmen Wohnquartieren der Stadt mit überdurchschnittlicher Kaufkraft. Coral Gables wird weniger vom Touristenverkehr berührt. Der Coral Way verbindet als Geschäftsstraße die Stadt mit dem Geschäfttszentrum von Downtown. Interessant ist, daß fast keine Leute aus Coconut Grove in Coral Gables einkaufen, da ein Negerviertel dazwischenliegt. Im übrigen zieht Coral Gables die ganze Kaufkraft aus dem Südwesten des Stadtgebietes an.

Im Norden von Downtown Miami liegen in regelmäßigen kurzen Abständen drei Zentren:

Little River hat aus dem raschen Wachstum der Stadt gegen Norden großen Nutzen gezogen. Jedoch treten die Zentren zweiter Klasse von Miami Shores und North Miami mit ihm in Konkurrenz und könnten Little River eines Tages überflügeln, da dieses Zentrum vom nächsten Zentrum Edison wenig Abstand hat.

Edison zieht eine große Zahl von Lebensmittelkäufern aus andern Einzugsgebieten an; denn in diesem Zentrum liegen die beiden größten Food Markets des ganzen Stadtgebietes. Der moderne Frederiks Market, den ich besuchte, bietet Parkplätze für 1200 Autos. In den Verkaufshallen haben abends sechs Uhr über 1000 Personen ihre Käufe getätigt.

Allapatah ist eines der ältesten Zentren außerhalb Downtown Miami und hat auf Kosten von Edison und Hialeah bereits etwas eingebüßt.

Das jüngste Zentrum ist dasjenige von *Hialeah* und *Miami Springs*. Miami Springs ist die ältere Gemeinde und besaß schon ein kleines Zentrum, das sich mit dem Bau der neuen Wohnsiedlung Hialeah für die Angestellten der Fluggesellschaften zu einem Zentrum erster Klasse entwickelte. Ein interessanter Fall ist das Zentrum zweiter Klasse östlich von Hialeah. Dort wurde die geschlossene Siedlung Essex Village mit einem eigenen Zentrum an einer Straßenkreuzung gebaut. Es ist ein vorbildlich geplantes, modernes Einkaufszentrum mit guter Zufahrt und einem großen Parkplatz. Die Front der einstöckigen Ladenlokale verläuft ausnahmsweise schräg zum Straßenkreuz.

Opa Locka, die Siedlung des Militärflugplatzes, stellt infolge der großen Distanz von Downtown ein Einzugsgebiet für sich dar, dessen Zentrum jedoch keine lückenlose Versorgung bietet.

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.