

# Miami (Floride)

Objekttyp: **Abstract**

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: **22.07.2024**

## **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.

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'articolo 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.