

tiegel der verschiedensten Hochland-Stämme werden, ähnlich wie Port Moresby an der Küste, und dadurch auf seine Weise beitragen zur „Nationwerdung“, wenn diese Entwicklung überhaupt bei einem so verschiedenartigen und so stark gegliederten „Territorium“ erwartet werden kann (SCHWEINFURTH, 1968).

Von einer „Teelandschaft“ kann man noch nicht sprechen – aber: Tee und die Teeindustrie beginnen, die Physiognomie des Tales von Grund auf zu wandeln, größere Areale in der Talau des Wahgi sind bereits für weitere Ausdehnung der Teeanbaufläche vorgesehen.

Mount Hagen ist heute noch das Ende der Hochlandstraße i. e. S., die von Lae heraufführt; von hier aus strahlen „Sackgassen“ nach N, W und S in das Gebirgsmassiv hinein aus; der Ort hat in seiner „expatriate“-Bevölkerung echten Pioniergeist, und das macht den Aufenthalt dort zu einem so eindrucksvollen Erlebnis. In diesem Kernraum der „highlands“ verbinden sich jetzt subsistence-Landwirtschaft und plantagenmäßiger Anbau großen Stils mit dem Versuch der „small holder“-Projekte. Die Umwandlung der steinzeitlichen Landschaft hat längst begonnen, der früher unbetretbare Sumpf weicht der Ordnung der Teefelder und der Routine der Teeaufbereitung – wie immer, so auch hier, ruft der Mensch durch seinen Einbruch neue Probleme hervor: nur wenn das obere Wahgi-Tal ganzheitlich als Raum, als Lebensraum im umfassenden Sinne gewertet wird, wird es möglich werden, durch sinnvolle Planung diesen Standort des Menschen nicht nur für die Zukunft zu erhalten, sondern zum Kernraum der Zentralkordillere im östlichen Teil der Insel weiterzuentwickeln.

Literatur

- CHARLES, A. W.: Tea Processing in Garaina. Australian Territories 3, 1, Jan. 1963, 29–33.
- GRAHAM, G. K., CHARLES, A. W., SPINKS, G. R.: Tea Production in Papua and New Guinea. Papua and New Guinea Agric. Journ., Vol. 1, 16, No. 2–3, 1963.
- GRANT-COOK, M.: Tea Culture in the Highlands of New Guinea. Australian Territories, 6, 1, Febr. 1966, 13–19.
- HAANTJENS, H. A., MCALPINE, J. R., REINER, E., ROBBINS, R. G., SAUNDERS, J. C.: Lands of the Goroka – Mount Hagen Area, Territory of Papua and New Guinea. C.S.I.R.O.-Land Research Series, Melbourne, im Druck.
- JOHNSON, R. J.: Jonson's Note Book for Tea Planters. 4th enlarged edit. Colombo 1961.
- MARBY, H.: The ecology of tea. An attempt at a regional and temporal differentiation of the tea growing areas in Ceylon. Diss., Phil. Fak., Univ. Heidelberg, 1969.
- SCHWEINFURTH, U.: Die Teelandschaft im Hochland der Insel Ceylon als Beispiel für den Landschaftswandel. Heidelb. Geogr. Arb., H. 15, Heidelb. Studien zur Kulturgeogr. (Festgabe für G. PFEIFER), 1966, 297–310.
- : Australien und sein Entwicklungsmodell Ost-Neuguinea. Außenpolitik 1968, 12, 751–760.
- : Pyrethrum cultivation – an attempt at development in the Central Cordillera, Eastern New Guinea. Jahrbuch des Südasien-Instituts, Univ. Heidelberg, 1968/69, Wiesbaden 1969, 117–126.
- SHAND, R. T.: Trade Prospects of the Rural Sector – in FISK, E. K. (ed.): New Guinea on the Threshold. Canberra, A. N. U. Press 1966.
- SINHA, D. P.: The Wurup Project in New Guinea Highlands: strategies in planned change. Oceania XXXIX, 4, 290–297, June 1969.
- STRAUSS, M. N.: The Road to Madang. New Guinea, June/July 1968, 51–59.
- Territory of Papua and New Guinea: Grow good tea* – Planim Gupela Ti, Book 1–8 (o. J.).

BERICHTE UND KLEINE MITTEILUNGEN

DIE EINZUGSBEREICHE DES EINZELHANDELS IN ITALIEN

Einige methodische Überlegungen zur Carta Commerciale d'Italia unter besonderer Berücksichtigung Siziliens

Mit 2 Abbildungen

ROLF MONHEIM

Als eine für die italienische Wirtschaftsplanung neuartige Arbeit erschien 1960 „La Carta Commerciale d'Italia“ mit einführenden methodischen Erläuterungen, einem ausführlichen statistischen Teil und einem Kartenanhang. Das Werk fand ein vielfältiges Echo und war bald vergriffen. 1968 erschien eine zweite, verbesserte und erheblich erweiterte Auflage (33 S. Einführung, 321 S. Statistiken aus den Jahren 1951–1966, 16 Regionalkarten und eine gesonderte Übersichtskarte der Einzelhandelsregionen Italiens¹⁾).

Die Carta Commerciale ist zusammengestellt worden von der italienischen Union der Handelskammern unter Mitarbeit der Handelskammern der einzelnen Provinzen. Die Veröffentlichung entstand unter der

¹⁾ Unione Italiana delle Camere di Commercio Industria Artigianato e Agricoltura: La Carta Commerciale d'Italia con le sue 442 aree e subaree di attrazione del commercio al dettaglio e le relative quote di mercato. Giuffrè Ed., Milano 1968.

wissenschaftlichen Leitung von G. TAGLIACARNE und soll der Wirtschaft und vor allem dem Handel ein modernes Planungsinstrument bieten.

Es hat sich aber inzwischen herausgestellt, daß die Anwendungsmöglichkeiten erheblich darüber hinausgehen: Für alle öffentlichen und privaten Dienstleistungen sowie für die aufstrebende Regionalplanung ist es wichtig zu wissen, auf welche Zentren die Bevölkerung für ihre Einkäufe ausgerichtet ist, um so ein wesentliches Element der zentralörtlichen Gliederung zu erfassen²⁾.

Im folgenden sollen zunächst der Inhalt der Carta Commerciale und die theoretischen Grundlagen der Abgrenzung und Bewertung der Einzelhandelsregionen dargestellt werden³⁾. Anschließend werden zur Abgrenzungs- und Darstellungsmethode eigene Untersuchungsergebnisse aus Sizilien zur Diskussion gestellt sowie einige Auswertungsmöglichkeiten des statistischen Materials, ebenfalls am Beispiel Siziliens, angedeutet.

Gegenstand der Carta Commerciale sind die städtischen Geschäftszentren und ihre Einzugsbereiche für die Versorgung mit Gütern des nicht alltäglichen, gehobenen Bedarfs. Dabei werden nur die vorherrschenden Beziehungen berücksichtigt, nicht aber sporadische Einkäufe oder Einkaufsbeziehungen einer kleinen oberen Schicht. Es wird unterschieden zwischen Einzelhandelsregionen (212) und Einzelhandels-Subregionen (230) mit ihren jeweiligen Zentren. Die Bevölkerung der Subregion kauft gebräuchliche Güter in dem nähergelegenen Subzentrum, aufwendige Artikel dagegen in dem übergeordneten Zentrum ein. Gewisse Abgrenzungsprobleme ergeben sich im Gravitationsfeld der großen Metropolen (z. B. Mailand, Rom, Neapel); hier wird eine benachbarte Einzelhandelsregion dann als eigenständig bezeichnet, wenn der überwiegende Teil des gehobenen Bedarfs innerhalb dieser gedeckt wird. Die Gesamtzahl der Subregionen ist nach dieser Bearbeitung nur wenig größer als die der Regionen, obwohl man nach den theoretischen Vorstellungen des zentralörtlichen Modells ein Mehrfaches erwarten sollte. Die Subregionen sind überwiegend in den Randbereichen besonders ausgedehnter Regionen und in den stark gegliederten Bergräumen zu finden; bei der Mehrzahl der Regionen ist überhaupt keine Subregion ausgesondert.

Die Untersuchung geht von den jeweiligen Zentren aus. Als Zentren bzw. Subzentren werden alle diejenigen Orte eingestuft, die einen spürbaren Käuferstrom aus der Umgebung anziehen. Dabei wird eine bestimmte Größe und Ausstattung gefordert, doch zeigt es sich, daß verschiedene Zentren diese theoretischen Mindestwerte nicht erreichen, nichtzentrale Orte dagegen sie oft übertreffen (z. B. die selbstgenügsamen Agrostädte Apuliens und Siziliens).

Die Abgrenzung der Einkaufsregionen erfolgt zu-

nächst nach einem theoretisch abgeleiteten „Gesetz der Einzelhandelsgravitation“ (aufgestellt 1931 von W. J. REILLY⁴⁾), das an Hand von Entfernung und Einwohnerzahl die „Punkte der Indifferenz“ bestimmt, an denen ein gleich starker Einfluß benachbarter Zentren zu erwarten ist. Die endgültige Grenzziehung erfolgt dann mit Hilfe von Befragungen in diesen „Zonen der Indifferenz“.

Durch einen Vergleich mit der ersten Auflage der Karte wird die Dynamik der Einkaufsbeziehungen erhellt, die weitgehend aus zwei entgegengesetzten Einflüssen resultiert: Einerseits paßt sich die Ausstattung der kleineren Orte immer mehr den Bedürfnissen der Verbraucher an, so daß diese weniger auf die größeren Zentren angewiesen sind. Andererseits macht die durch die erhöhte Verkehrsmobilität und den Abbau psychologischer Schranken verbesserte Kommunikation die übergeordneten Zentren leichter erreichbar.

Der Berechnung des Marktpotentials der Zentren und ihrer Einzugsbereiche wird besonderes Gewicht beigemessen. Damit soll der Praxis ein Anhaltspunkt gegeben werden, wieviel in den einzelnen Bereichen im Verhältnis zu anderen verkauft werden kann.

An Hand der Indikatoren Konsum-, Familien- und Gebäudesteuern sowie Ausgaben für Tabak, Kino und Fernsehen⁵⁾ wird ein Indexwert ermittelt und als Anteil an den gesamtitalienischen Aufwendungen in diesen Bereichen ausgedrückt (indice del potenziale di acquisto). Dieser Kaufkraftindex ist auch als Grundfarbe in der Übersichtskarte der Einzelhandelsregionen dargestellt.

In der anschließend berechneten pro Kopf-Kaufkraft⁶⁾ zeigt sich der tiefgreifende Unterschied des Lebensstandards zwischen Nord- und Süditalien. Gegenüber dem gesamtitalienischen Mittel von 1 haben die Einkaufsregionen der Lombardei mit einem Durchschnitt von 1,38 die höchsten, diejenigen Calabriens und Siziliens mit 0,42 bzw. 0,58 die niedrigsten Indizes. Die Extremwerte einzelner Einkaufsregionen betragen 1,77 bzw. 0,26.

Die tatsächliche Kaufkraft einer Region wird an Hand des Kaufkraftindex als Anteil an den insgesamt in Italien verkauften Gütern des gehobenen Bedarfs errechnet (quota di mercato). Bei dieser Umrechnung bleibt allerdings unberücksichtigt, daß mit

⁴⁾ REILLY, W. J.: The Law of Retail Gravitation. New York 1931.

⁵⁾ Die Aussagekraft der einzelnen Indikatoren scheint mir allerdings sehr unterschiedlich zu sein, sowohl im Vergleich Land-Stadt (etwa Ausgaben für Lichtspieltheater) als auch im Vergleich Nord-Süditalien. Während im N die Höhe des Indikators stark durch die Steuern beeinflusst wird, haben im S Tabakwaren, Kino und Fernsehen ein relativ größeres Gewicht. Dies mag ein Vergleich von Verona und Catania veranschaulichen, die beide etwa den gleichen Kaufkraftindex haben: Die Steuern liegen in C. 17 % unter, in V. 15 % über dem mittleren Indexwert, die Ausgaben für Tabak, Kino und Fernsehen dagegen umkehrt in C. 11 % über, in V. 10 % unter dem Mittel.

⁶⁾ Die Pro-Kopf-Kaufkraft wird errechnet aus Kaufkraftindex zu Bevölkerungsindex, wobei die Summe für ganz Italien jeweils gleich 100 000 gesetzt wird, das italienische Mittel also gleich 1 ist.

²⁾ Eine allgemeine, kleinmaßstäbige Übersicht der zentralörtlichen Gliederung Italiens (mit Karte) bringt: MORI, A., CORI, B.: L'area di attrazione delle maggiori città italiane. In: Riv. Geogr. It., LXXXVI, fasc. 1, 1969, S. 3-14.

³⁾ Die methodischen Grundlagen wurden unverändert von der ersten Bearbeitung übernommen. Wesentlich erweitert wurden die ergänzenden statistischen Angaben.

sinkendem Lebensstandard sich der Anteil der über das Lebensnotwendige hinausgehenden Ausgaben am Familienbudget verringert, daß also bei gleichen Indexwerten der potentiellen Kaufkraft die tatsächlichen Einkäufe von Gütern des gehobenen Bedarfs in Südtalien wesentlich geringer sind.

In einem weiteren Arbeitsgang wird schließlich die Anziehungskraft des Zentrums selbst ermittelt, auch hier wieder ausgehend von einer allgemeinen Formel, die an Hand der Bevölkerungs- und Ausstattungsrelation und der Entfernung die Aufteilung der Verkäufe zwischen den in der Region ansässigen Geschäften und denen des Zentrums angibt. Außerdem wird berücksichtigt, daß bei zunehmender Einzelhandelsdichte in der Region (ohne das Zentrum) das Anziehungsvermögen des Zentrums bis auf die Hälfte der theoretisch möglichen Anziehungskraft abnimmt⁷⁾.

Am Beispiel von Pescara und Foggia wird gezeigt, wie die verschiedenen Faktoren die räumliche Verteilung der Kaufkraft innerhalb der jeweiligen Region beeinflussen. Beide Regionen verfügen über die gleiche Gesamt-Kaufkraft. Die Einwohnerzahl des Zentrums und auch der Region ist bei Foggia größer, die Pro-Kopf-Kaufkraft also geringer; durch den niedrigen Lebensstandard verringert sich der Anteil der Einkäufe im Zentrum. Außerdem übertrifft die Entfernung der Orte vom Zentrum und ihre Ausstattung mit Geschäften in der Region Foggia diejenige von Pescara, so daß ein noch geringerer Teil der im Einzelhandelseinzugsbereich lebenden Bevölkerung tatsächlich in Foggia einkauft.

Das reichhaltige statistische Material der Carta Commerciale ist vor allem praxisbezogen auf die Bedürfnisse des Einzelhandels abgestimmt, der sich rasch ein Bild der Marktstruktur und des bereits bestehenden Einzelhandelsnetzes machen möchte. Es vereinigt Angaben über die Bevölkerung (demographischer Aufbau, Beruf, Ausbildung), die allgemeinen wirtschaftlichen Verhältnisse und speziell über den Einzelhandel, bezogen auf die Einkaufsregionen und Subregionen und ihre jeweiligen Zentren. Die Zusammenfassung zu Index- und Mittelwerten erschwert allerdings oft räumlich detaillierte Aussagen.

Bei der kartographischen Darstellung sind leider die Möglichkeiten regional bezogener, differenzierter Aussagen nicht genutzt. So wird vor allem der Gegensatz zwischen Norden und Süden, der Italien entscheidend prägt, in der Karte nicht sichtbar, obwohl er im statistischen Material immer wieder auffällt.

Insgesamt gesehen enthält dieses für die Praxis bestimmte Werk zahlreiche fruchtbare Gedanken und Unterlagen, die auch der landeskundlichen Forschung mancherlei Ansatzpunkte bieten. Andererseits scheinen mir jedoch vom wissenschaftlichen Standpunkt aus einige Probleme zu sehr vereinfacht.

Die methodische Schwäche der Carta Commerciale besteht unter anderem darin, daß die unterste Stufe der zentralörtlichen Hierarchie nicht erfaßt wird

(weil sie wohl nach Meinung der Herausgeber für die praktischen Zwecke des Handels nicht bedeutend genug ist) und daß die Wettbewerbsgebiete zwischen den Zentren nicht berücksichtigt werden⁸⁾. Eigene Studien zur Siedlungsstruktur Mittelsiziliens (1965 und 66)⁹⁾ boten die Gelegenheit, einen anderen Gliederungsversuch zu entwickeln, der zur Auseinandersetzung mit der Carta Commerciale an einem konkreten Beispiel anregen soll (Abb. 1).

Die Einkaufsbeziehungen in Mittelsizilien sind das Ergebnis einer historisch, sozial und wirtschaftlich bedingten Siedlungsstruktur mit weit auseinanderliegenden, geschlossenen agrarischen Großsiedlungen von vielfach 6–18 000 E. bei gleichzeitig sehr niedrigem Lebensstandard. Sie weisen besondere Merkmale auf, die letztlich auf den Latifundismus als wirtschaftliches und gesellschaftliches System zurückgehen, die jedoch hier nicht näher besprochen werden sollen¹⁰⁾.

Hinsichtlich der Intensität, mit der die Einkaufszentren ihre Einzugsgebiete erfassen, werden drei Stufen unterschieden: Schwache, deutliche und übergeordnete Zentralität. Für jeden Ort werden primäre und sekundäre Ausrichtung durch Verbindungslinien dargestellt. Die Einzugsbereiche und ihre Überschneidungen werden noch einmal besonders hervorgehoben¹¹⁾. Die Zahl der im Einzelhandel (außer Lebensmittel) Beschäftigten soll für die abhängigen Orte den Grad der Selbstversorgung, für die Zentren die Unterschiede der Ausstattung bei u. U. gleichem Rang zum Ausdruck bringen; darüber hinaus werden bei dieser Darstellung die Zahl und Verteilung der insgesamt von einem Zentrum erfaßten Gemeinden sofort ersichtlich. Die hier für Mittelsizilien entwickelte Darstellungsweise läßt sich auch auf andere Regionen anwenden.

Die untergeordneten Zentren mit schwacher Zentralität liegen vor allem in den sehr ausgedehnten Einflußbereichen von Palermo und Catania; sie werden von der Carta Commerciale großenteils nicht erfaßt, z. T. aber auch in die höhere Stufe deutlicher Zentralität eingeordnet. In ihrer Ausdehnung vollkommen überschätzt scheint die Einzelhandelsregion von Enna, die großenteils in den Sog Cataniens gera-

⁸⁾ Wie sich auch „Bereiche abgeschwächter Zuordnung“ und „Wettbewerbsgebiete“ in derartige Darstellungen und Berechnungen einbeziehen lassen, zeigt BOBEK, H.: Aspekte der zentralörtlichen Gliederung Österreichs. In: Ber. z. Raumforsch. u. Raumplanung, 10. Jg., H. 2, 1966, S. 114–129.

⁹⁾ MONHEIM, R.: Die Agrostadt im Siedlungsgefüge Mittelsiziliens. Untersucht am Beispiel Gangi. Bonner Geogr. Abh., H. 41, Bonn 1969. Vgl. bes. S. 134–146.

¹⁰⁾ Siehe dazu LAURO, P.: Le aree di mercato nella Provincia di Palermo. In: Sintesi Economica, fasc. 2, 1960, S. 53–62, und MONHEIM, a.a.O., S. 141–143.

¹¹⁾ Die Wettbewerbsgebiete mit etwa gleicher Anziehungskraft übergeordneter Zentren sind durch unterbrochene Bereichsgrenzen gekennzeichnet; die abgeschwächte Zuordnung wird durch die gerissene Beziehungslinie zum Ausdruck gebracht. Die Bestimmung und Abstufung der Einkaufszentren erfolgten durch Befragung in allen Zentren, die Abgrenzung der Einzugsbereiche durch zusätzliche Befragungen in den meisten abhängigen Gemeinden.

⁷⁾ Die dabei ermittelten Werte der über den Eigenbedarf hinaus vom Zentrum angezogenen Kaufkraft liegen in der Lombardei zwischen 20 und 55 %, in Sizilien dagegen nur zwischen 5 und 34 %.

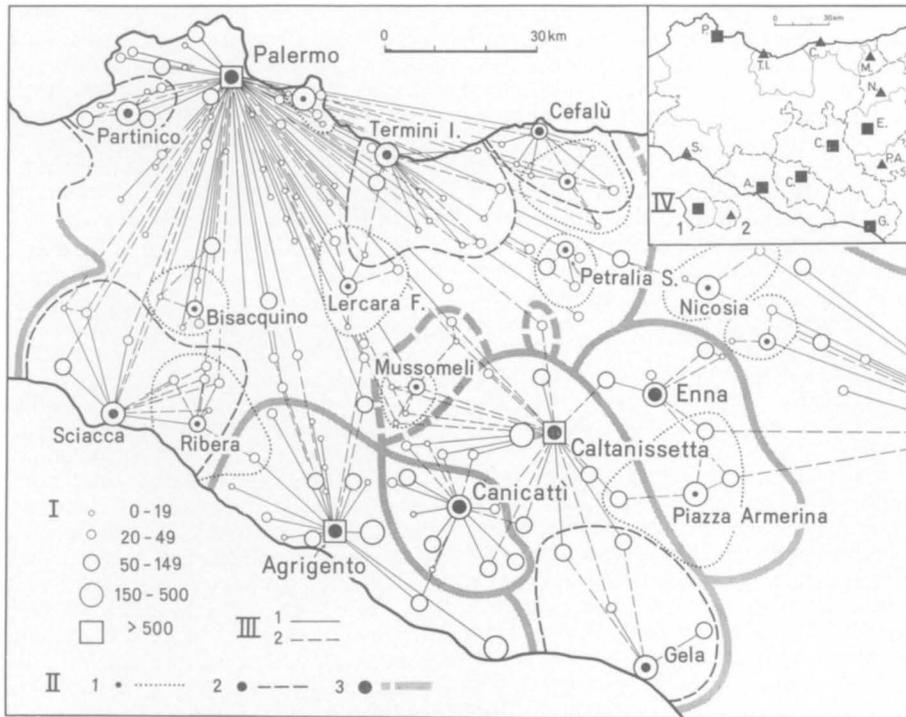


Abb. 1: Einzelhandelseinzugsbereiche in Mittelsizilien

I Beschäftigte im Einzelhandel außer in Lebensmittelgeschäften (1961); II Zentralität (Z) und Grenzen des Einzugsbereichs (1966): 1 schwache Z., 2 deutliche Z., 3 übergeordnete Z.; III Einkaufsbeziehungen: 1 starke, 2 schwache Ausrichtung; IV Einzugsbereiche des Einzelhandels nach der „Carta Commerciale d'Italia“: 1 Region mit Zentrum, 2 Sub-region mit Zentrum

ten ist¹²⁾. Das in der italienischen Karte als selbstständig eingetragene Gela hat sich bisher nicht voll gegen Caltanissetta durchsetzen können, da seine wirtschaftliche Entwicklung ins Stocken geraten ist. Gela ist zudem ein Beispiel für die problematische Definition kleinerer Zentren: Die von Gela unmittelbar erfaßte Kaufkraft wird zu 94 % durch die Einkäufe der Stadtbewohner selbst erbracht; das bedeutet, daß es sich um eine reine Selbstversorgerstadt handelt und nicht um ein übergeordnetes Regionalzentrum, zumal die Geschäftsausstattung für den gehobenen Bedarf sehr schwach ist. Gela bildet also ein Subzentrum der Region Caltanissetta¹³⁾.

¹²⁾ Diese Fehleinschätzung dürfte auf den Einfluß der bearbeitenden Handelskammer der Provinz zurückzuführen sein, wie überhaupt die Provinzgrenzen z. T. einen zu starken Niederschlag gefunden haben.

¹³⁾ Die Bestimmung des Ranges eines zentralen Ortes von der Rolle, die er für die Versorgung seines Umlandes spielt, und von seiner Reichweite her ist jedoch von BOBEK wiederholt abgelehnt worden. Er will Zentralität absolut als Gesamtbedeutung aller an einem Standort versammelten Einrichtungen verstanden wissen, gleichgültig, ob die Menschen am Ort selbst oder außerhalb wohnen. BOBEK hält allerdings auch die Erfassung von Stufen unterschiedlicher Reichweite für sinnvoll. Siehe dazu zuletzt BOBEK, H.: Die Theorie der zentralen Orte im Industriezeitalter. In: 36. dt. Geographentag Bad Godesberg 1967, Wiesbaden 1969, S. 199–207, bes. S. 202 f.

Das oben erwähnte zahlenmäßige Mißverhältnis von Zentren und Subzentren (212 : 230), das den herkömmlichen Modellvorstellungen zentralörtlicher Gliederung widerspricht, ist z. T. auf die Überbewertung derartig schwacher Zentren einerseits und die Vernachlässigung noch mäßig entwickelter Subzentren andererseits zurückzuführen. Dieses Mißverhältnis weist aber auch auf die allgemein zu beobachtende Schwäche des zentralörtlichen Systems vor allem im italienischen Süden hin, in dem die kleineren, vermittelnden Zentren oft fehlen¹⁴⁾.

Die Ortschaften um Mussomeli und Vallelunga bilden zur Zeit ein Wettbewerbsgebiet zwischen Caltanissetta, dem sie verwaltungsmäßig zugeordnet sind, und Palermo. Sie verdienen ein besonderes Interesse der Regionalplanung, da die geplante Autobahn Palermo – Catania hier zur Veränderung, voraussichtlich zugunsten Palermos, führen dürfte. Diese Schwächung Caltanissettas als ohnehin unterentwickeltes Zentrum Innersiziliens wäre für den gesamten Bereich von Nachteil.

Die Zahl der im Einzelhandel (außer Lebensmittel) Beschäftigten, die für jede einzelne Gemeinde dargestellt wird, läßt den hohen Anteil der „Selbstversorgungsorte“¹⁵⁾ (> 50 Besch.) besonders in Süd-

¹⁴⁾ Siehe dazu COMPAGNA, F.: La questione meridionale, Milano 1963, S. 93–103, und dgl.: La politica della città. Bari 1967.

¹⁵⁾ Vgl. BOBEK (1966), S. 121.

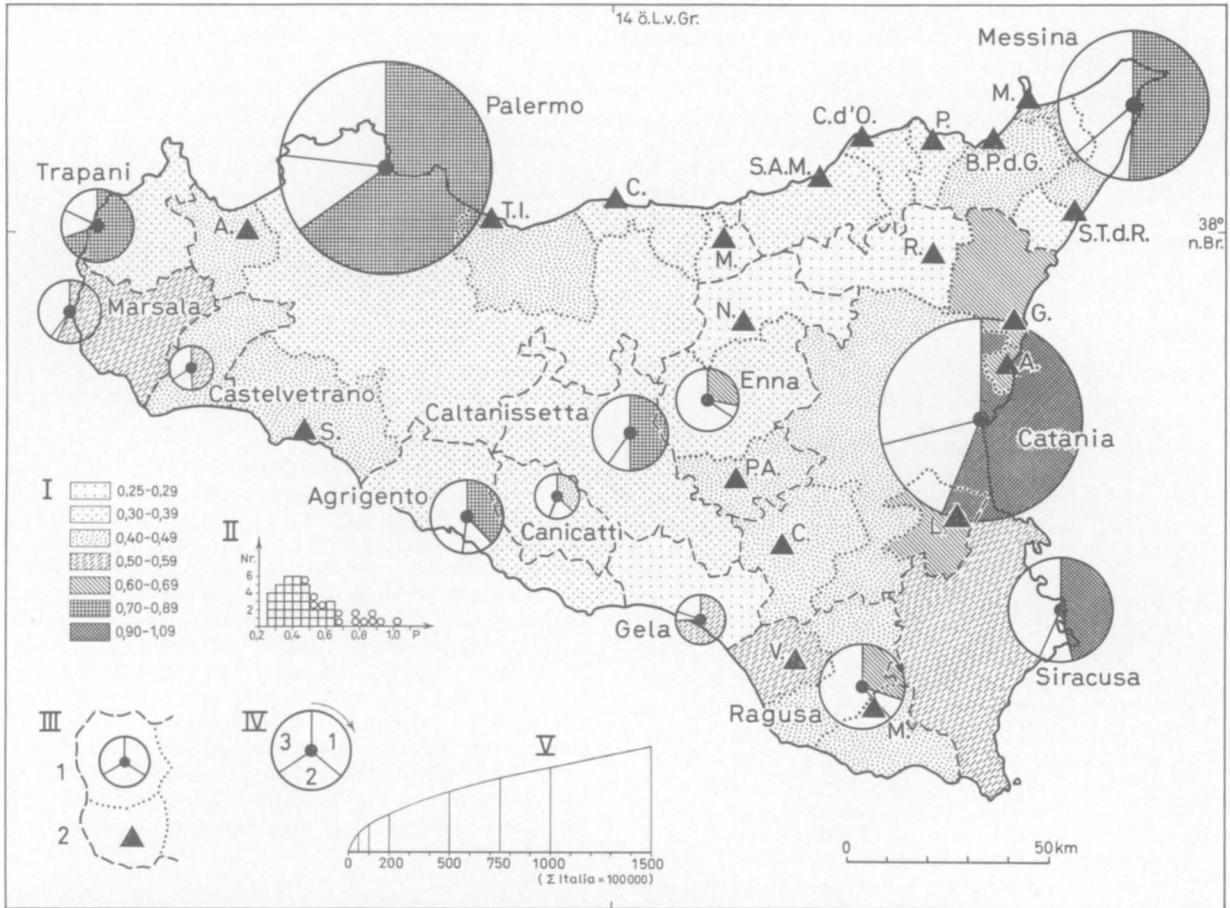


Abb. 2: Potentielle Pro-Kopf-Kaufkraft der Einzelhandelseinzugsbereiche Siziliens 1965/66 (nach Unterlagen der „Carta Commerciale d'Italia“)

I Potentielle Pro-Kopf-Kaufkraft $\left(\frac{\text{Kaufkraftindex}}{\text{Bevölkerungsindex}} \right)$, Durchschnitt Italiens = 1; II Verteilungsdiagramm der Pro-Kopf-Kaufkraft (P): Quadrat = Region ohne Zentrum und Subregionen bzw. Subregion mit Zentrum, Kreis = Zentrum einer Region; III Einzelhandelseinzugsbereiche: 1 Region mit Zentrum, 2 Subregion mit Zentrum; IV Verteilung des Kaufkraftpotentials (K) der Region einschl. Subregion (Kreisgröße s. V): 1 K der Bevölkerung des Regionalzentrums (Raster s. I), 2 vom Regionalzentrum erfaßter Anteil des übrigen K, 3 vom Handel der Region einschl. der Subregionen und ihrer Zentren erfaßtes K; V Indexwert des Kaufkraftpotentials der Regionen einschl. der Subregionen (Italien = 100 000) (Der festländische Einzugsbereich von Messina wurde ausgeschlossen)

und Innersizilien erkennen. Es handelt sich dabei um Agrostädte mit hinreichender Ausstattung an Geschäften des Grund- und einfachen Spezialbedarfs (jeweils mehrere Geschäfte für Möbel, Elektrogeräte, Haushaltswaren, zahlreiche Textil- und Schuhgeschäfte). Diese weitgehenden Versorgungsmöglichkeiten innerhalb der Region schwächen natürlich erheblich die Anziehungskraft der Einkaufszentren und sollten deshalb unbedingt gemeindeweise angegeben werden ¹⁶⁾.

¹⁶⁾ Die Verringerung der Anziehungskraft der Zentren durch den unterschiedlichen Grad der Selbstversorgung ihres Einzugsbereiches wird bei der Carta Commerciale zwar zusammen mit dem Einfluß der Entfernung berechnet, jedoch nicht im einzelnen dargestellt.

Wie das Untersuchungsbeispiel Mittelsiziliens zeigt, ermöglicht die auf Gemeindebasis zurückgehende, die stärkere Differenzierung der Zentren und ihrer Einzugsbereiche berücksichtigende Darstellungsweise wesentlich genauere Aussagen über Struktur und Dynamik der Einkaufsbeziehungen sowie über die besonderen sozialökonomischen Verhältnisse einer Region.

Selbst unter Beziehung des für die Carta Commerciale gewählten Grundkonzepts läßt sich jedoch eine größere Aussagekraft erzielen, wie folgender Versuch zeigen mag (Abb. 2). Die Karte der Einzelhandelsregionen soll dazu als Flächensignatur nicht die absolute Kaufkraft, sondern den Indexwert der Kaufkraft pro Kopf enthalten. Die absolute Kaufkraft der gesamten Region wird in Kreissignaturen dargestellt. Die Sektoren geben dabei den Anteil der Bevölkerung

des Zentrums selbst (I), der unmittelbar von diesem erfaßten Einkäufe der Bevölkerung aus der Umgebung (II) und der in den Geschäften der Region und Subregionen getätigten Einkäufe (III) an und bringen so den Grad der Konzentration der Kaufkraft zum Ausdruck. In Sektor I gibt die Flächensignatur die Pro-Kopf-Kaufkraft der im Zentrum ansässigen Bevölkerung an¹⁷⁾. Die Anwendung dieser Darstellungsweise auf Sizilien zeigt einige ihrer Auswertungsmöglichkeiten und Grenzen.

Als beherrschende Einzelhandelszentren fallen sogleich Palermo und Catania ins Auge, während das Volumen des peripheren Messina wesentlich geringer ist. Mittlere Zentren fehlen fast ganz, und die Zentren kleinerer Regionen liegen in den randlichen Bereichen bzw. zwischen den großen Zentren.

Die von der Bevölkerung des Zentrums selbst aufgebrauchte Kaufkraft macht in Palermo und Catania 65 % bzw. 56 %, darüber hinaus werden noch 12 % bzw. 14 % der Gesamtkaufkraft aus der Region angezogen. Bei den kleineren Zentren zeigt sich sehr deutlich der Unterschied zwischen solchen, in denen ein geringer und solchen, in denen der überwiegende Teil der Kaufkraft der Region auf die Zentrumsbevölkerung entfällt (Enna 28 %, Ragusa 30 %, Canicattì 37 %, Agrigento 38 %, Trapani 70 %, Gela 74 %). Noch aufschlußreicher ist der Anteil der darüber hinaus vom Zentrum angezogenen Kaufkraft als Anhaltspunkt dafür, wie stark die Verflechtung mit dem Umland ist bzw. wie weit dieses sich selbst versorgt. Die Extreme bilden dabei Marsala (3 %) und Gela (5 %) und Enna (6 %) als Orte mit geringen und Casteltermini (17 %) sowie Canicattì (19 %) mit relativ hohen Versorgungsfunktionen für ihren Bereich.

Bei der Betrachtung der Indexwerte der potentiellen Pro-Kopf-Kaufkraft fallen vor allem die Gegensätze

¹⁷⁾ Eine entsprechende Aussonderung der Subzentren aus ihren Subregionen ist nach dem vorliegenden Material nicht möglich, scheint aber ihrer geringeren Bedeutung wegen auch nicht unbedingt erforderlich.

zwischen den Zentren und ihren Regionen, der höhere Entwicklungsstand der Ostküste und der Bereiche um Marsala, Vittoria und Milazzo und die Benachteiligung des Inneren auf. Auch unter den Zentren übertrifft jedoch nur Catania (1,09) den italienischen Durchschnitt (Indexwert 1), während Canicattì (0,46), Marsala (0,51), Castelvetro (0,52) und sogar das durch seine Petrochemie bekanntgewordene Gela (0,56) ausgesprochen schwach erscheinen. Letzteres ist unter anderem durch den hohen Anteil in der Landwirtschaft Beschäftigter in diesen Städten bedingt (1961: Canicattì 46 %, Marsala 45 %, Castelvetro 40 % und Gela 30 % aller Erwerbstätigen). Die Indizes der Regionen spiegeln nicht den Anteil der Landwirtschaft, wohl aber ihren Entwicklungsstand und stellenweise die Entwicklung von Gewerbe und Fremdenverkehr.

Trotz aller Vorbehalte gegenüber derartigen globalen Indexwerten (s. o.) ermöglichen sie also Einblicke, die über die Aussagen der bisherigen statistischen Unterlagen hinausgehen. Bei einer Anwendung auf ganz Italien würde eine derartige Darstellung auch sehr gut die dualistische Struktur des Landes mit ihrem starken Nord-Süd-Gegensatz zum Ausdruck bringen, sowohl was die Kaufkraft pro Kopf betrifft als auch hinsichtlich der beträchtlichen Ballung von Kaufkraft in der Poebene¹⁸⁾. In entsprechender Weise bietet auch das übrige statistische Material Ansatzpunkte für weitere Fragestellungen, wobei sich vor allem auch die Methoden der Korrelationsrechnung und Faktorenanalyse anbieten. Damit erweist sich die Carta Commerciale als vielseitig auswertbares Arbeitsmaterial.

¹⁸⁾ Eine Darstellung für ganz Italien müßte allerdings stärker generalisieren. – Scheidet man jedoch bei der Berechnung der Pro-Kopf-Kaufkraft die Zentren nicht als Sondereinheiten aus, so ergeben sich durch ihr Übergewicht erheblich verzerrte Werte für die Gesamtregionen, deren Durchschnitt meist erheblich angehoben würde.

BERICHT ÜBER DAS INTERNATIONALE SYMPOSIUM DER IGU-COMMISSION ON HIGH-ALTITUDE GEOECOLOGY ÜBER DIE LANDSCHAFTSÖKOLOGIE DER HOCHGEBIRGE EURASIENS

Auf der 12. Generalversammlung der Internationalen Geographischen Union in New Delhi wurde die Commission on High-Altitude Geoecology (Kommission für Landschaftsökologie der Hochgebirge) gegründet und Herr Professor Carl Troll, Bonn, zu ihrem Chairman gewählt. Ausgangsbasis dieser Kommission war das von C. Troll organisierte Mexico-Symposium über die Landschaftsökologie der Gebirge des tropischen Amerikas, das von der UNESCO getragen und in zeitlicher Anlehnung an die Latin American Regional Conference der IGU im August 1966 veranstaltet wurde. Die Ergebnisse sind teils in englischer, teils in spanischer Sprache veröffentlicht („Geo-Ecology of the Mountainous Regions of the Tropical Americas. Proceedings of the UNESCO

Mexico Symposium, August, 1–3, 1966“. Colloquium Geographicum, Bd. 9, Bonn 1968. 223 S. DM 20.–).

Da es zu den Aufgaben der neuen IGU-Kommission gehört, vergleichende Studien zur Landschaftsökologie der Hochgebirge in den verschiedenen Klimazonen der Erde durchzuführen, galt das erste Symposium den Hochgebirgen der außertropischen Gebiete der alten Welt auf der Nordhalbkugel. Diese Veranstaltung konnte aus Mitteln der Kommission für Erdwissenschaftliche Forschung, die seit 1950 unter der Leitung von C. Troll an der Akademie der Wissenschaften und der Literatur in Mainz besteht, getragen werden und fand im Rahmen des Forschungsthemas „Die dreidimensionale Abstufung der Klimate, der Vegetation und des Landschaftshaushaltes der Erde“