

## POST-SOZIALISTISCHE TRANSFORMATION DER EINZELHANDELSSTRUKTUREN IN LEIPZIG

Mit 5 Abbildungen und 5 Tabellen

ULRICH JÜRGENS

*Summary:* Post-socialist transformation of retail structures in Leipzig

Within the few years since the opening of the borders of the German Democratic Republic and the subsequent unification of Germany, the influence of a market economy has completely changed the economic and social basis of East German cities and their inhabitants. As a consequence, the systems of wholesale and retail trade that were customary in the East German command economy have also changed. Leipzig will serve as our case study for an analysis of the retail trade structure. We will look at how the system for providing the population with groceries and services has been transformed in the post-socialist era and at the "new" problems resulting for the city. We will compare the commercial structure of the inner city in 1974, 1980 and 1994 respectively. The article analyses how the new developments have affected the manner in which the inhabitants satisfy their needs and what kind of reciprocity there is between the vitality of the inner city and the new shopping malls cropping up in the countryside, a thing that was unknown in East Germany.

### 1 Ziel der Darstellung

Seit der Grenzöffnung der DDR nach Westen und der nachfolgenden deutschen Wiedervereinigung haben marktwirtschaftliche Einflüsse die ökonomische und soziale Basis der ostdeutschen Städte und ihrer Bevölkerung binnen weniger Jahre vollständig verändert. Verschwunden sind Mechanismen wie Arbeitsplatzgarantien, festgesetzte Preise oder Zurückdrängung von Privatinitiative. Verändert haben sich die aus der DDR-Kommandowirtschaft bekannten Angebots- und Nachfragestrukturen im Groß- und Einzelhandel. Letzterer wird am Beispiel von Leipzig analysiert, um den Umfang post-sozialistischer Transformation im Versorgungsbereich mit Waren des täglichen Bedarfs und die sich hieraus ergebenden „neuen“ Probleme für die Stadt aufzuzeigen. Verglichen wird die Angebotsstruktur der Innenstadt für 1974 bzw. 1980 mit der Situation 1994 in ihrer Konkurrenzstellung zu großflächigen Einzelhandelsstrukturen, die „auf der grünen Wiese“ entstanden sind. Welche Konsequenzen ergeben sich aus dieser Veränderung für die Bedarfsdeckung der Bevölkerung? Welche Wechselwirkungen existieren zwischen der Innenstadt und neuen, in der DDR unbekannteren Verkaufsformen am Stadtrand?

### 2 Methodik und Hilfsmittel

Die Untersuchung basiert einerseits auf Literaturarbeiten, die im Sächsischen Staatsarchiv, in der Deutschen Bücherei sowie in der ehemaligen Handelshochschule Leipzig durchgeführt wurden. Noch bis Ende der 80er Jahre waren die eingesehenen Materialien vielfach nur für den Dienstgebrauch bestimmt und deshalb unter Verschluss. In der Regel sind sie bis heute nicht katalogisiert. Andererseits wurden empirische Arbeiten in Form von Kartierungen der Handelsstruktur (März 1994) und standardisierten Interviews mit Kunden (Juli 1993) an verschiedenen Orten der Stadt und des Umlandes vorgenommen. Expertengespräche mit Vertretern des Stadtplanungsamtes, in der Industrie- und Handelskammer sowie im Regierungspräsidium beleuchten die Thematik von der planerischen Seite.

### 3 Einzelhandel in Leipzig bis 1989

Nach Berlin ist Leipzig in bezug auf seine Wirtschaftskraft und Einwohnerzahl (1992: 496 647; Stadt Leipzig 1993) zweitwichtigste Metropole Ostdeutschlands und bildet zusammen mit dem Gebiet Halle-Bitterfeld eine der wichtigsten industriellen Agglomerationen Gesamtdeutschlands. Traditionell ist Leipzig eine Stadt des Handels und Handwerks, wovon die bauliche Physiognomie der Innenstadt bis heute geprägt wird. So existierten in den 1930er Jahren 44 Durchgangshöfe und Passagen in der Leipziger Innenstadt (HOCQUÉL 1987), deren Läden – gemessen an den Vorgaben des heutigen Einzelhandels – vielfach sehr klein und in ihrem Grundriß ungünstig geschnitten waren.

Trotz großer Zerstörungen während des Zweiten Weltkrieges blieben die charakteristischen Bauelemente der Innenstadt aufgrund ihrer Wiederherstellung in der frühen DDR-Zeit erhalten. Das geschah insbesondere deshalb, um das traditionelle innerstädtische Flair zu retten und hiermit die Leipziger Messe in ihrer internationalen Bedeutung wiederzubeleben. Weil seitdem jedoch keine kontinuierliche Gebäudeunterhaltung mehr erfolgte und Fassadenrenovierung im Vordergrund stand, war der innerstädtische Verfall letztlich schneller als die sog.

Rekonstruktion. Das mußte auch von höchsten Repräsentanten des Staates eingeräumt werden<sup>1)</sup>.

Der den DDR-Innenstädten eigene morbide Charme zeichnete schließlich auch Leipzig aus. Unter Zurückdrängung der Initiative von Privathändlern füllten verschiedene Formen sozialistischen Einzelhandels (Handelsorganisation, Konsumgenossenschaft, sonstiger sozialistischer Einzelhandel) die Gewerbeflächen aus. Die räumliche Verteilung von Ladengeschäften ergab sich dabei aus den politischen Vorgaben der Handelsnetzplanung, eine flächendeckende und wohnortnahe, auf quantitative Bedürfnisbefriedigung fixierte Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu erreichen. Auch speziellere Angebote sollten nicht allein auf die Innenstadt konzentriert bleiben, sondern über ein Magistralssystem den Verbrauchern bänderartig näherkommen. Doch hatte dieses System kurzer Versorgungswege in der DDR-Mangelwirtschaft nur theoretische Bedeutung. Langes Suchen über das gesamte Stadtgebiet, Warteschlangen sowie hohe Flexibilität, was das allgegenwärtig mitzuführende Geld und die Taschen anbelangte, zeichneten die Käufermentalität aus<sup>2)</sup>.

Weil jedoch ideologische Ziele keine wettbewerbliche Verdrängung vom Markt vorsahen, waren die Ambitionen der Anbieter für eine Marktprofilierung durch Laden- und Schaufenstergestaltung, Serviceangebote und Kundenfreundlichkeit eher gering. Strukturell konnte die Situation des Leipziger Einzelhandels folgendermaßen charakterisiert werden:

a) Die Ladengeschäfte waren bis Ende der 80er Jahre durch einen schlechten Bauzustand, starke Überalterung und durch eine mangelhafte infrastrukturelle Ausstattung (Wasser, WC, Heizungssystem, Elektrizität, Telefonanschluß) gekennzeichnet. 85,1% aller Läden waren in Gebäuden untergebracht, die bis 1945 errichtet worden sind (BÖHME ca. 1990).

b) Im Jahre 1972 existierten im Stadtgebiet von Leipzig 3383 Verkaufsstellen mit einer Verkaufsfläche (VRF) von 156 251 m<sup>2</sup>, so daß die durchschnittliche Größe der Läden nur bei 46,2 m<sup>2</sup> lag (Stadt Leipzig 1974, 11). Darunter befand sich ein hoher Anteil

von Kleinstverkaufsstellen. 49,2% aller Läden für Waren des täglichen Bedarfs und 52,6% aller Verkaufsstellen von Industriewaren waren kleiner als 26 m<sup>2</sup> (Stadt Leipzig 1974, 14). Im Vergleich zu 1966 war die Durchschnittsgröße der Läden bei gleichzeitiger Abnahme der Verkaufsstellenzahl um 21,3% gewachsen. Dieser „Konzentrationsprozeß“ im Handel setzte sich bis 1989 fort. 2276 Ladengeschäfte umfaßten nunmehr 157 048 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (BÖHME ca. 1990) (Tab. 1). Auf den eigentlichen Innenstadtbereich entfielen davon Mitte der 80er Jahre 41 411 m<sup>2</sup> (MÜLLER 1986, Anl. 4). Gründe für die staatlich verordnete Straffung des Handelsnetzes waren häufig der bedenkliche Bauzustand von Verkaufsstellen, 1972 wurden 33,7% aller Läden in ihrer Bausubstanz als ungenügend eingestuft (Stadt Leipzig 1974, 15), aber auch die Einführung großflächiger SB-Verkaufsformen wie der Kaufhallen. So existierten 1984 41 Einrichtungen dieser Art mit 22 112 m<sup>2</sup> VRF (MÜLLER 1986).

c) Die Versorgungsdichte war 1989 im Food-Bereich mit 2,3 Verkaufsstellen pro 1000 Einwohner in Leipzig sehr viel höher als in der alten Bundesrepublik (1,2 Läden/1000 Einwohner). Doch korrelierte dieser Überbesatz mit der Unterausstattung im Non-food-Bereich. Den 3,9 Läden in Westdeutschland standen hier nur 2,0 Verkaufsstellen/1000 Einwohner gegenüber (BÖHME ca. 1990; McKinsey u. a. 1990).

d) Die Rationalisierung im Handel zielte unter den ideologischen Vorgaben insbesondere auf die Zurückdrängung des privaten Einzelhandels. So nahm die Anzahl der Verkaufsstellen zwischen 1966 und 1972 um 451 ab. Allein 418 entfielen davon auf den privaten Sektor. Bis 1987 kam es in diesem Bereich nochmals zu einem Rückgang um 171 Betriebe.<sup>3)</sup> Das Eingeständnis umfangreicher Versorgungsmängel und die fehlende Flexibilität staatlicher Verkaufsstellen gegenüber Kundenwünschen führte jedoch noch vor der politischen Wende am 24. 3. 1988 zu einem Ministerratsbeschuß über „Maßnahmen zur weiteren Steigerung des Leistungsvermögens privater Einzelhändler und zur Erhöhung ihrer Versorgungsleistungen für die Bevölkerung“. Erhaltung und finanzielle Förderung privater Betriebe und sogar die Übergabe von Objekten sozialistischen Einzelhandels an Privatpersonen (1988: 5 Objekte in der Stadt Leipzig) bestimmten nunmehr das Bild<sup>4)</sup>. Insbesondere im Bereich des sog. privaten Handwerks mit Einzelhandel (v. a. Bäcker, Schlachter) bewahrten private Gewerbetreibende während der gesamten DDR-Zeit ihre große Bedeutung an den Gesamtumsatzzahlen.

e) Das Stimmungsbild der Bevölkerung zur Versorgungslage wurde insbesondere durch folgende

<sup>1)</sup> So betonte z. B. W. Jarowsky, Mitglied des Politbüros und Sekretär des ZK der SED, bei einem Rundgang am 5. 9. 1987 in der Innenstadt von Leipzig: „Es ist sicher nicht machbar, daß wir 1990 an einigen Stellen noch das Niveau von 1945 haben. Das muß geändert werden.“ (Staatsarchiv Leipzig BT/RdB 38 293).

<sup>2)</sup> Auszüge aus einem Beschwerdebrief vermitteln einen Stimmungsbericht: „Standen nicht in der Zeitung des öfteren Artikel über die Versorgung mit Gurken, Salat etc. beginnend ab März, oder dauert für Sie der März nur eine Messewoche lang zur Blendung ausländischer Gäste, oder bezog sich das auf ungewisse Verkaufszeiten am Vormittag in der Innenstadt?“ (Beschwerdebrief eines Leipziger Bürgers vom 7. 4. 1982 an die Vorsitzenden für Handel und Versorgung beim Rat des Bezirkes Leipzig und beim Rat des Kreises Leipzig (Staatsarchiv Leipzig BT/RdB 33 498)).

<sup>3)</sup> Staatsarchiv Leipzig BT/RdB 38 570.

<sup>4)</sup> Staatsarchiv Leipzig: Analyse vom 16. 2. 1989; BT/RdB 38 297.

Tabelle 1: Entwicklung des Verkaufsstellennetzes in Leipzig  
Development of the network of retail outlets in Leipzig

	Anzahl Verkaufsstellen		Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	
	insg.	tägl. Bedarf	insg.	davon City
1972 <sup>1</sup>	3383	1723	156 251	n. v.
1984 <sup>2</sup>	2296	1249	154 961	41 411
1989 <sup>3</sup>	2276	1236	157 048	n. v.
1993 <sup>4</sup>	n. v.		310 000 <sup>5</sup>	52 000
Ende 90er Jahre <sup>4</sup>	n. v.		n. v.	105 000
Zielgröße <sup>4</sup>	n. v.		598 376	179 513

Quellen: <sup>1</sup> Stadt Leipzig (1974, 11); <sup>2</sup> MÜLLER (1986, Anlage 4, 2 u. 13); <sup>3</sup> BÖHME (ca. 1990); <sup>4</sup> Unterlagen des Regierungspräsidiums Leipzig ca. 1993; <sup>5</sup> Schätzung Karstadt AG (1992, 6)

Probleme bestimmt; unfreundliche Bedienung, ungünstige Öffnungszeiten, stundenweise Schließungen, Wartezeiten sowie unzureichende Qualität und Quantität der angelieferten Mengen. Dabei konnte Leipzig gegenüber den Umlandkreisen noch von der politischen Sonderbehandlung als internationaler Messestandort profitieren, indem es in den staatlichen Plänen Sonderzuweisungen von Gütern erhielt<sup>5)</sup>.

#### 4 Spätphase der DDR (November 1989–Oktober 1990)

Die Öffnung der Staatsgrenze nach Westen sicherte dem Leipziger Einzelhandel entscheidende Umsatz- und Einkommenseinbußen, wodurch eine vollkommene Umstrukturierung der bisherigen Verkaufsorganisation eingeleitet wurde. Der „Einkaufstourismus“ der eigenen Bürger nach Westdeutschland und der gleichzeitige Wegfall osteuropäischer Konsumenten aufgrund fehlender Devisen infolge der Währungsreform im Juli 1990, die wachsende Bedeutung des westdeutschen Versandhandels für die Bedarfsdeckung sowie die Verbesserung des Versorgungsniveaus im Leipziger Umland führten 1990 für die Stadt Leipzig erstmals zu einem negativen Kaufkraftsaldo (IM Leipzig 1990). Die Explosion des ambulanten Handels, der i. d. R. westdeutsche Güter ausstellte und zu West-DM verkaufte, tat ein übriges, die Attraktivität einheimischer Läden und ostdeutscher Produkte zu reduzieren. Noch unter DDR-

Recht wurden darüber hinaus temporäre Gewerbegebiete ausgelegt, auf denen Verkaufsprovisorien wie Zelte und Container auf mehreren tausend Quadratmeter Verkaufsfläche (VRF) entstanden (HOCQUÉL 1990), weil sich westdeutsche Wettbewerber so schnell wie möglich auf dem ostdeutschen Markt etablieren wollten. So betrug z. B. der Anteil an Provisorien an der gesamten VRF in Leipzig-Grünau 40,9% (GWH 1991). HO- und Konsum-Läden, deren monopolistische Anbieterfunktion erst durch das Entflechtungsgesetz vom 6. 7. 1990 auf je 25% regionalen Marktanteil reduziert wurde, zogen nach, um ihrerseits Westwaren in Kooperation mit westdeutschen Filialisten gegen Ost-DM anzubieten<sup>6)</sup>. Hinzu kam ein Boom einheimischer Existenzgründungen, sei es in Hinterhöfen oder Garagen, sei es durch die Privatisierung von HO- und Konsum-Geschäften, so daß in der DDR erstmals auch völlig unbekannte Angebotsnischen besetzt werden konnten.

Noch vor der Wiedervereinigung sahen darüber hinaus Investoren die Möglichkeit, vom unzureichenden DDR-Baurecht zu profitieren und mittels Landkauf die Basis für die Errichtung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen zu bereiten und das bundesdeutsche Baurecht mit seinem Raumordnungsverfahren zu umgehen. Gute Beispiele sind die im Leipziger Kundeneinzugsgebiet gelegenen Einkaufszentren Saalepark und Sachsenpark, wodurch die Betreiber einen entscheidenden zeitlichen Vorsprung vor anderen Anbietern bekamen. Ausführlicher auf die Vorgeschichte dieser Planungen gehen DEN HARTOG-NIEMANN und BOESLER (1994, 291f.) ein.

#### 5 Der Umbau der Handelsstrukturen im wiedervereinigten Deutschland

Der Einzug marktwirtschaftlicher Mechanismen führte zu einer vollständigen Restrukturierung der ökonomischen Basis für Leipzig, die gekennzeichnet

<sup>5)</sup> „Stand der Vorbereitung der Versorgung während der Leipziger Herbstmesse 1985“ (Staatsarchiv Leipzig BT/RdB 34797). „Alles geht nach Leipzig – zwischen der Versorgung gegenüber den Kreisen ist ein Unterschied wie Tag und Nacht“ (Auffassungen der Bevölkerung im „Bericht der SED-Bezirksleitung vom 19. 10. 1984 zur Versorgungslage der Bevölkerung“; Staatsarchiv Leipzig BT/RdB 34798). So bekannte W. Jarowinsky, Mitglied des Politbüros, bei seinem Stadtrundgang am 5. 9. 1987, daß „alles kritischer als bisher zu sehen“ und dem „vorzufindenden Versagen einzelner Handelseinrichtungen“ besser zu begegnen sei (Staatsarchiv Leipzig BT/RdB 38 293).

<sup>6)</sup> Frankfurter Allgemeine Zeitung 30. 3. 1990: „Der erste Supermarkt in der DDR“.

Tab. 2: IHK-Gewerbeanmeldungen und Eintragungen in die Handwerksrolle für die Region Leipzig (Mai bzw. Juli-Dezember 1991)  
IHK trade registration and entries in the roll of tradesmen for the Leipzig region (May resp. July-December 1991)

	Gründungen (in %)	Gründerbetriebe pro 1000 Einw.	Gründungs- quote <sup>1)</sup>
Stadt Leipzig	35,3	2,8	13,6
Landkreis Leipzig	14,2	4,5	n. v.
- Kreis Geithain	n. v.	5,6	n. v.
- Kreis Borna	n. v.	3,4	25,0
- Kreis Grimma	8,1	n. v.	33,5
Region Leipzig	100,0	3,5	n. v.

<sup>1)</sup> Auf 100 bestehende Betriebe bezogene Anzahl von Gewerbeanmeldungen.

Quelle: HINZ (1993)

ist von Deindustrialisierung einerseits, aber auch Tertiärisierung des Wirtschaftslebens andererseits, ohne daß diese Entwicklung das freigesetzte Personal im verarbeitenden Gewerbe hätte kompensieren können. Hinzu kommt der Plan Leipzigs, sich mit einem neuen Messegelände international als Ausstellungsforum für Fachthemen zu profilieren. Das Image der „Boomtown“ ergibt sich aber insbesondere aus den umfangreichen Restaurierungsmaßnahmen und Neubauten im Bereich Handel und Gewerbe, wobei das Tempo der physiognomischen Umgestaltung der Stadt von den Interessen des nach dem DDR-Zusammenbruch entstandenen Immobilienmarktes bestimmt wird. Alteigentümer mit Restitutionsansprüchen (ca. 70% aller Grundstücke in der City: Müller International 1993) sowie westdeutsche „Immobilienlöwen“ bremsen oder forcieren dabei in sehr unterschiedlichem Maße den baustrukturellen Wandel in der Leipziger Innenstadt.

Eine Untersuchung betrieblicher Neugründungen in der Region Leipzig (HINZ u. SIEBENHÜNER 1992), bezogen auf Gewerbeanmeldungen der IHK von Mai bis Dezember 1991, zeigte den großen Nachholbedarf im Bereich Handel und Dienstleistungen in der ersten Phase nach der Wiedervereinigung auf. Dabei nivellierte das Gründergeschehen die Bedeutung Leipzigs als Versorgungsort gegenüber dem Umland (Tab. 2). Die Stadt realisierte nämlich gegenüber dem Umland mit 2,8 Betrieben pro 1000 Einwohner bzw. 13,6 Neugründungen auf 100 bestehende Betriebe die niedrigste Gründerquote (HINZ 1993). Die Möglichkeit, sich im Handel mit relativ wenig Eigenkapital selbständig zu machen, nahmen mehr Ostdeutsche als Westdeutsche wahr, wobei letztere auf dem Hintergrund einer bereits gesicherten Existenz häufiger Filialen bzw. Zweigstellen einrichteten. Doch zeigt sich eine hohe Fluktuation im Bereich Handel. Sie wird daraus ersichtlich, daß im Frühjahr 1993 23,3% der Anmeldungen aus den Monaten Mai bis Dezember 1991 schon nicht mehr existierten (HINZ 1993). Die Übersättigung des Marktes, unzureichende Kommunikationssysteme (Telefonnetz), um mit Lieferanten und Kunden Kontakte zu pflegen, und feh-

lende Betriebskenntnisse waren hier die entscheidenden Ursachen für den Wettbewerbsausstieg (HINZ u. SIEBENHÜNER 1992).

Kleinläden überlebten (bisher) vorwiegend dann, wenn sie als sog. Früh- oder Spätverkaufsstellen außerhalb der Ladenschlußzeiten oder in der Mischkalkulation westdeutscher Filialisten fungierten. Anstelle von HO und Konsum sind hier neue Monopole in der Form westdeutscher Handelsunternehmen entstanden (BIENERT 1991). Ladenketten und Franchise-Geber haben darüber hinaus sehr schnell zu der in Westdeutschland bekannten Uniformität auch der Leipziger City beigetragen (SPARSCUH 1992). Sind marktwirtschaftliche Anpassung und Profilierung der Stadt noch lange nicht abgeschlossen, entstanden parallel hierzu neue und aggressive Wettbewerber in Form „moderner“ großflächiger Handelsbetriebe in der Umlandregion. Gartencenter und Baumärkte, Möbel- und Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser wie auch ganze Einkaufszentren mit einer für das Jahr 1995 prognostizierten Einkaufsfläche von 843 913 m<sup>2</sup> im IHK-Kammerbezirk Leipzig (davon 677 292 m<sup>2</sup> auf der „grünen Wiese“) werden der Stadt dann jährlich ca. 900 Mio DM Einzelhandelsumsatz vorenthalten (Die grüne Wiese . . . 1994).

#### 6 Der Interessenkonflikt City-Umland

Nach Angaben des Regierungspräsidiums Leipzig waren im Frühjahr 1994 von 56 großflächigen Handelsbetrieben 26 fertiggestellt (darunter vier mit der Genehmigung zur baulichen Erweiterung), 13 im Bau und 17 weitere genehmigt<sup>7)</sup>. Stehen der Innenstadt nur ca. 52 000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche zur Verfügung, wobei aufgrund umfangreicher Restaurierungsarbeiten diese nicht in ihrer Gesamtheit genutzt werden kann, bietet allein das ca. 15 km westlich der Leipziger City gelegene Einkaufszentrum Saalepark auf einer mehr als doppelt so großen Fläche sein Sorti-

<sup>7)</sup> Leipziger Volkszeitung 8. 4. 1994; vgl. DEN HARTOG-NIEMANN u. BOESLER 1994, Abb. 2.

ment an. So wirkt sich die geringe Attraktivität der Innenstadt für Kunden und Anbieter, sei es durch die mangelhafte verkehrsmäßige Erschließung oder durch das fehlende Angebot an Koppelungspotentialen, auch in einer vergleichenden Untersuchung von 1a-Einzelhandelslagen aus. Unter den 40 größten deutschen Städten nimmt Leipzig den letzten Platz ein und weist hierbei ein besonders ungünstiges Verhältnis von (niedrigem) Nachfragepotential und (hohen) Ladenmietpreisen auf (Kemper's GmbH 1993).

Eigene im Juli 1993 durchgeführte Kundenbefragungen in den Einkaufszentren Saalepark und Sachsenpark (ca. 8 km nördlich der City) sowie in der Innenstadt gingen ebenfalls der Frage nach, wie die Standorte von den Besuchern beurteilt, aber auch wo bestimmte Güter hauptsächlich oder letztmalig eingekauft wurden. Die Interviews erfolgten mittels eines standardisierten Fragebogens ab 9 Uhr morgens bis zum Ladenschluß des jeweiligen Tages („langer Donnerstag“, Freitag, „kurzer Samstag“, Montag, Dienstag). Alle Ausgänge der Einkaufszentren sowie die vom Passantenaufkommen her sechs wichtigsten Zugänge in den Innenstadtbereich wurden mit Interviewern besetzt, die in Zweiergruppen arbeiteten. Diese sprachen in den Einkaufszentren nur solche Personen an, die das Center wieder verließen und hier eine Aktivität verrichtet hatten (vgl. BÜHLER 1990, 121). Ein analoges Verfahren lag den Befragungen in der Innenstadt zugrunde, so daß Interviews dann abgebrochen wurden, wenn Probanden die City nur durchquert hatten. Um eine willkürliche Auswahl der Interviewpartner auszuschließen, wurde – beginnend mit der fünften vorbeilaufenden Person – der jeweils dritte Passant nach jedem Interview angesprochen, bei Verweigerung jede folgende Person. 3742 Verweigerungen über alle Befragungsgebiete und 273 Abbrüche in der Innenstadt standen insgesamt 2077 verwertbare Fragebögen gegenüber.

Die Kunden gaben nur für den jeweils eigenen Einkaufsstandort Bewertungen ab (Tab. 3). Obwohl also keine vergleichenden Noten zwischen Innenstadt und Shopping Centern vergeben wurden, spiegeln sie doch den Zufriedenheitsgrad der Käufer mit der unterschiedlichen Angebotssituation wider. Bei neun befragten Kriterien schnitt hier die City nur ein einziges Mal besser ab als die „grüne Wiese“. Bedingt durch die Fußgängerentfernung zu innerstädtischen Wohnbereichen und die engmaschige Erschließung der Stadt mit Transportmitteln des ÖPNV wird die Erreichbarkeit der City positiver gesehen. Daß jedoch ansonsten selbst diejenigen Personen negative Bewertungen für die Innenstadt abgeben, die dort einkaufen, zeugt von schwerwiegenden Imageproblemen der Stadt. Die Kunden erwarten vor allem Verbesserungen im Parkplatzangebot, wodurch der sog. Autoeinkauf (Transport von Waren mit dem PKW) auch außerhalb der Einkaufszentren ermöglicht wird.

Tabelle 3: Kundenbewertung Leipziger Einkaufsstandorte, Juli 1993

Customer evaluation of retail locations in Leipzig, July 1993

Kriterium	Befragung Einkaufszentrum	Befragung City Leipzig
Auswahl	1,7	2,4
Qualität	1,9	2,4
Preis	2,3	3,0
Beratung	2,4	2,9
Atmosphäre	2,0	2,6
Erreichbarkeit	2,2	2,0
Parkplätze	1,9	4,2
Gastronomie	2,0	2,4
Freizeiteinrichtungen	2,2	3,2
Absolut	1647	430

(1: sehr gut; 2: gut; 3: befriedigend; 4: ausreichend; 5: mangelhaft; unberücksichtigt blieben bei der Mittelwertberechnung die Antworten „weiß nicht“ und „keine Angabe“)

Quelle: Eigene Erhebungen, Leipzig 1993

Darüber hinaus hat sich die Angebots- und Preisstruktur nach 1989 derart verändert, daß Waren des täglichen Bedarfs aus den Läden verdrängt wurden oder stark spezialisierten und teuren Geschäften gewichen sind. Existierten 1980 noch 41 Läden mit entsprechender Sortimentierung (Stadt Leipzig ca. 1981; ein Laden nicht lokalisierbar), waren es im März 1994 nur noch 27 Verkaufsstellen, die Lebensmittel in irgendeiner Form anboten. Unberücksichtigt blieb in der Untersuchung das ambulante Gewerbe (Abb. 1). So führt die Verdrängung des kurzfristigen Bedarfs dazu, daß Kunden die Innenstadt hierfür immer seltener aufsuchen müssen, sofern sie nicht in unmittelbarer Nähe wohnen, immobil sind oder das Einkaufen mit Wegen zur Arbeit oder zum Studium verbinden. Vielfach schöpfen Geschäftsinhaber aufgrund abnehmender Kundenfrequenz auch die Vorgaben des Ladenschlußgesetzes nicht mehr aus. Sie öffnen erst am späten Vormittag, schließen bereits vor 17 Uhr und sind samstags für die Kunden überhaupt nicht mehr präsent (Beispiel Karl-Liebnecht-Straße).

Der Trend zur Textilisierung der innerstädtischen Verkaufskultur – eine Folge der ehemaligen DDR-Unterausstattung in dieser Angebotssparte – tat ein übriges, um die wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln auszudünnen (Abb. 2). Kartierungen in der Innenstadt und entlang der Karl-Liebnecht-Magistrale, die südlich der City liegt, belegen diese Entwicklung deutlich (Abb. 3 u. 4). Ambulante Straßenverkäufe von Nahrungs- und Genußmitteln können hier nur in begrenztem Umfang Lücken im heutigen Verkaufstellennetz schließen. Weil z. B. die Ladenflächen des täglichen Bedarfs entlang der Karl-Liebnecht-Straße durchschnittlich nur eine

Größe von 30,5 m<sup>2</sup> haben (Stadt Leipzig 1975), sind Angebotsvielfalt, optisch ansprechende Warenpräsentation und günstige Preise nicht zu realisieren, so daß die Betriebe im Vergleich zu preisaggressiven Discountern nicht überlebensfähig sind. Deshalb versuchten in einigen Fällen Gewerbetreibende, mit Ladenzusammenlegungen oder der Nutzung eines benachbarten Geschäftes als Lagerfläche die Betriebsgröße und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu erhöhen. Ansonsten stehen Kleinstläden vielfach leer oder werden von stark spezialisierten Anbietern mit Modeboutiquen, Jeansläden oder Angeboten der Freizeit- und Schönheitsbranche (Video/CD, Kosmetiksalon) genutzt. Der Nachbarschaftsladen aus der HO- und Konsumzeit sowie der frühen Privatisierungswelle nach der Wiedervereinigung ist auf dem Rückzug. Auch das Angebot an Freizeitaktivitäten als Koppelungspotentiale zum Shopping ist begrenzt. Soll es Anfang der 20er Jahre allein innerhalb des Altstadtringes etwa 300 Gaststätten gegeben haben (HEISE u. LIPPOLD 1990), waren es 1987 ca. 39 (Deutsche Post 1987) und 1994 47 Einrichtungen (ohne ambulantes Gewerbe).

Die Einkaufszentren hingegen verbinden ihre Absatzstrategie mit dem Ziel, lange Anfahrtszeiten der Kunden durch Einkaufserlebnisse vergessen zu lassen. Der Mall-Charakter des Saaleparks und das Shop-in-the-shop-System im Sachsenpark reproduzieren Verkaufselemente der innerstädtischen Fußgängerzone und ihrer Warenhäuser in kompakter Form auf die „grüne Wiese“ (JÜRGENS 1994). (Fast food-)Gastronomie und ein Kinocenter im Saalepark eröffnen darüber hinaus für Personen unterschiedlichen Alters Freizeitangebote außerhalb der Einkaufswelt und sorgen für längere Verweilzeiten. Hierdurch werden die Kunden auch von außerhalb der Leipziger Region angezogen, wovon die Innenstadt jedoch nicht profitieren kann. Selbst die interviewten Personen in der Innenstadt fragen die Alternative „Einkaufszentrum“ (bereits?) in nicht unerheblichem Maße nach. Weil „alles unter einem Dach“ zu finden ist, wird die „grüne Wiese“ eher zum Globalkauf genutzt als die Innenstadt (Tab. 4). Zumindest in den kommenden Monaten werden auch über den ÖPNV erreichbare innenstadtnahe „Erlebniswelten“ ihre Pforten öffnen, die den Wochenendausflug auf die „Grüne-Wiese-Center“ überflüssig machen sollen (CAPOTOSTI 1994) bzw. Kunden ohne PKW erstmalig in die Lage versetzen, entsprechende Einrichtungen aufzusuchen. Der Wettbewerbsdruck von immer mehr und immer größeren Geschäftszentren um dieselbe Klientel löst jedoch nicht das Problem der ausgedünnten Nachbarschaftsversorgung.

Das Vergnügen „Einkaufspark“ zeigt sich deutlich in der demographischen Zusammensetzung (Erwachsene und Kinder) und dem ausgewogenen Verhältnis männlicher und weiblicher Besucher (Abb. 5). Kunden der Innenstadt sind hingegen häufiger allein

Tabelle 4: Antworten zur Frage „Wo haben Kunden der Leipziger Region letztmalig oder hauptsächlich eingekauft?“ (in %)

Answers to the enquiry: "Where did customers of the Leipzig region last go shopping, or do so predominantly?"

	Befragung Einkaufszentren	Befragung City Leipzig
<i>Lebensmittel/Drogerieartikel</i> (hauptsächlicher Einkauf)		
Orte der Bedarfsdeckung		
Einkaufszentrum allgemein	54,9	33,1
City Leipzig	3,9	19,3
Woanders	41,1	47,6
<i>Bekleidung</i> (letztmaliger Einkauf)		
Einkaufszentrum allgemein	59,7	15,6
City Leipzig	13,4	63,0
Woanders	26,8	21,3
<i>Schuhe</i> (letztmaliger Einkauf)		
Einkaufszentrum allgemein	47,3	12,6
City Leipzig	16,2	57,8
Woanders	36,5	29,5
<i>TV/Video/Radio</i> (letztmaliger Einkauf)		
Einkaufszentrum allgemein	38,4	25,8
City Leipzig	13,8	31,7
Woanders	47,8	42,5
<i>Uhren/Schmuck</i> (letztmaliger Einkauf)		
Einkaufszentrum allgemein	38,6	7,8
City Leipzig	16,1	59,6
Woanders	45,3	32,6
<i>Möbel</i> (letztmaliger Einkauf)		
Einkaufszentrum allgemein	52,3	47,5
City Leipzig	7,1	13,8
Woanders	40,6	38,7

Quelle: Eigene Erhebungen 1993

unterwegs, weiblich und darüber hinaus mit 41,5 Jahren im Durchschnitt sechs Jahre älter als diejenigen im Saale- und Sachsenpark. So ist der Anteil der über 60jährigen, nicht selten immobilen Bevölkerungsteile in der City mit 24,1% mehr als doppelt so hoch wie in den Einkaufszentren (11,9%). Auch in sozioökonomischer Hinsicht sind erhebliche Unterschiede in der Kundenstruktur auszumachen. So sind es im Gegensatz zum untersuchten Personenkreis der Innenstadt überwiegend Erwerbstätige (67,6% resp. 44,8% für die Innenstadt), die die Shopping Center aufsuchen. Im Vergleich der Haushaltsnettoeinkommen liegt ihre potentielle Kaufkraft monatlich um etwa 500,- DM höher als bei den City-Kunden (Tab. 5).

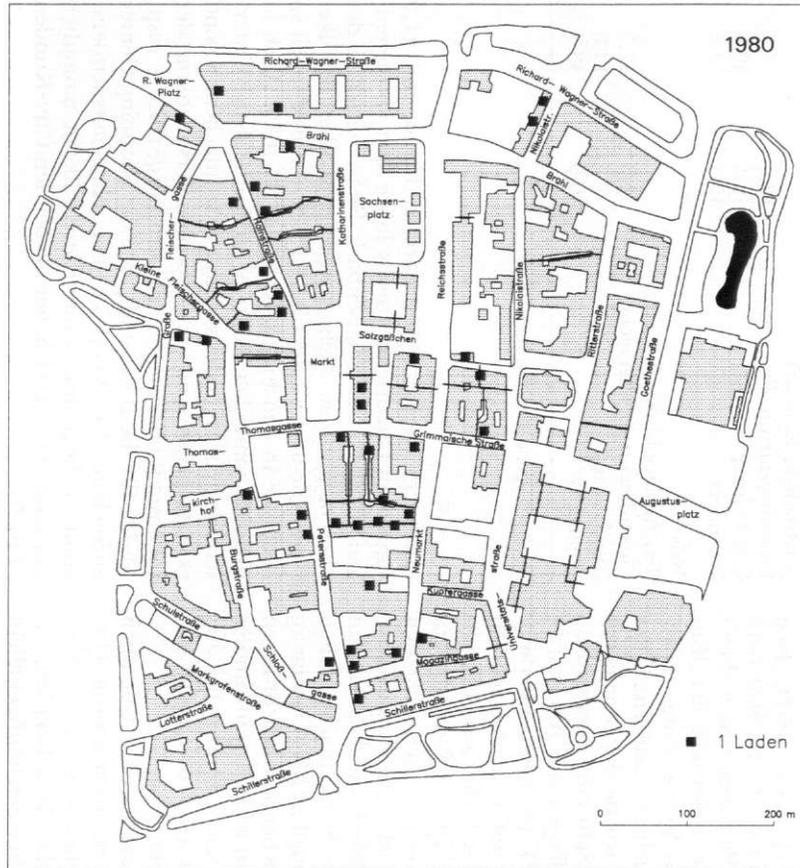


Abb. 1: Läden für Waren des täglichen Bedarfs in der Leipziger Innenstadt 1980 und 1994  
 Quelle: Stadt Leipzig (ca. 1981) und eigene Kartierung (März 1994)  
 Shops offering goods for daily use in the Leipzig city centre in 1980 and 1994

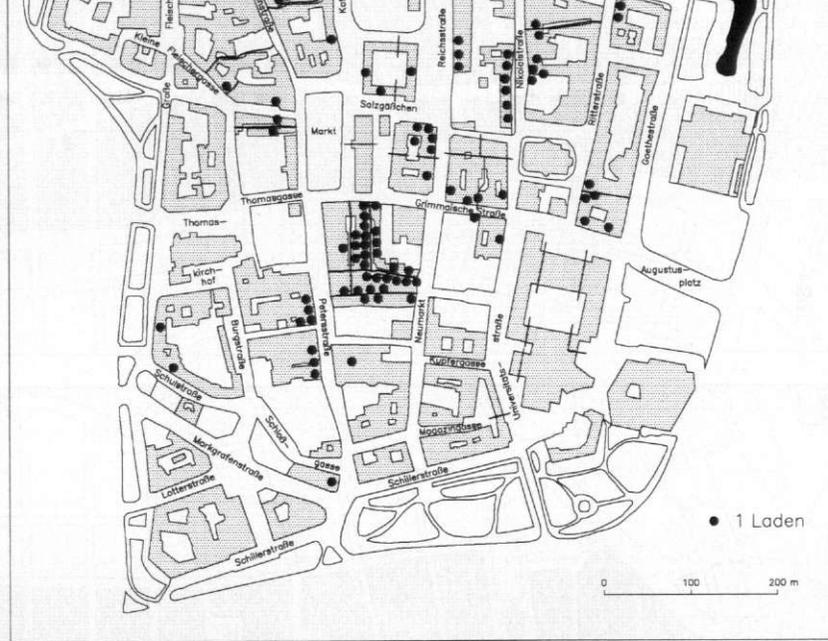
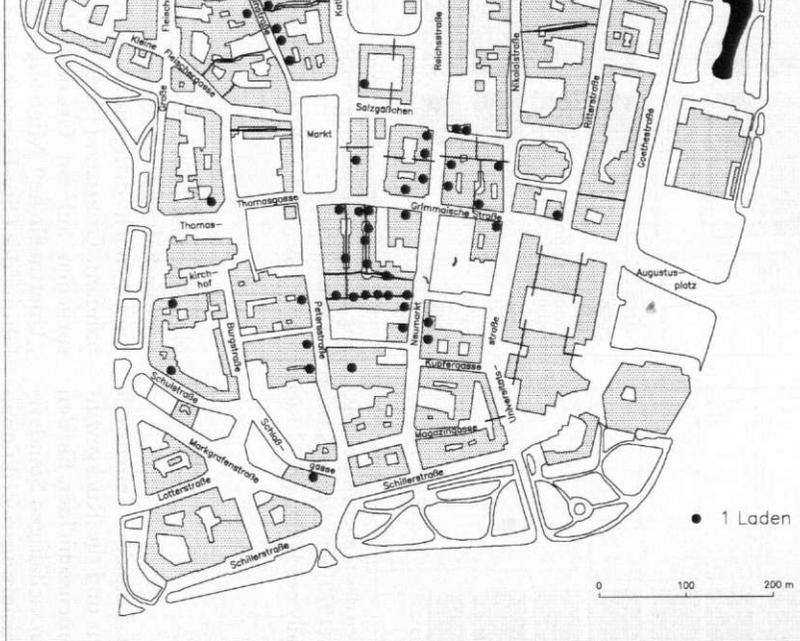


Abb. 2: Textilgeschäfte jeglicher Art in der Leipziger Innenstadt 1980 und 1994  
 Quelle: Stadt Leipzig (ca. 1981) und eigene Kartierung (März 1994)  
 Shops offering textiles of various sorts in the Leipzig city centre in 1980 and 1994

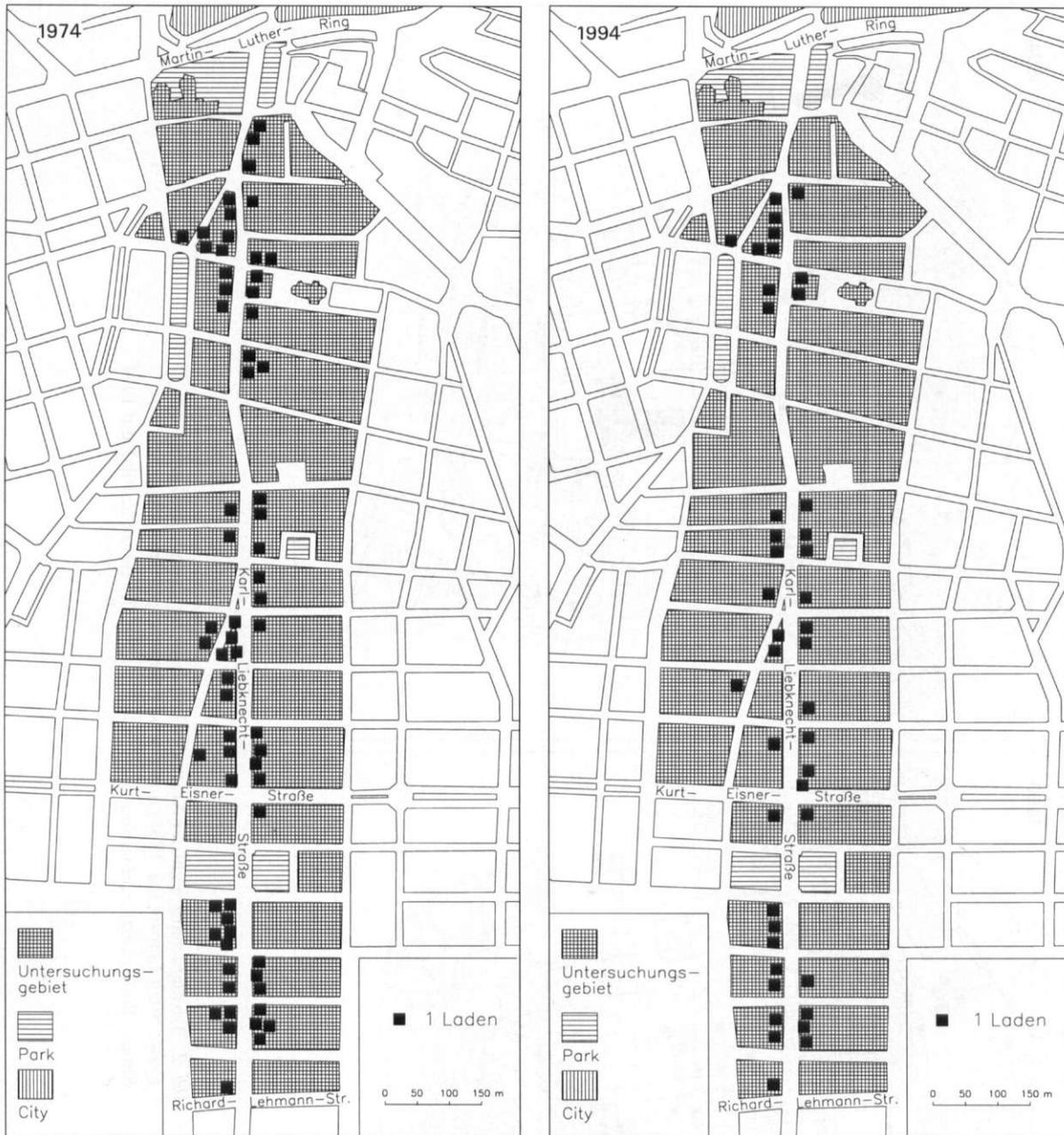


Abb. 3: Läden für Waren des täglichen Bedarfs entlang der Karl-Liebnecht-Straße 1974 und 1994

Quelle: Stadt Leipzig (1975) und eigene Kartierung (März 1994)

Shops catering for daily needs along Karl-Liebnecht-Straße, 1974 and 1994

### 7 Konsequenzen für die Innenstadt

Die Imageverbesserung der Leipziger Innenstadt gegenüber den Einkaufszentren und die Rückgewinnung kaufkraftstarker Einkommenschichten für den City-Handel scheitern bisher an vielfältigen Standorterschwernissen bzw. Modernisierungsrestriktionen

(vgl. NACKEN 1994). So verzögern ungeklärte Eigentumsverhältnisse an Grundstücken und Gebäuden immer noch dringend benötigte Investitionsmaßnahmen. GORMSEN (1994) spricht von bis zu 19 Ansprüchen auf ein Grundstück in der Innenstadt. „Unermessliche“ Mietsteigerungen stehen der Entfaltung des City-Handels dabei ebenso im Wege wie

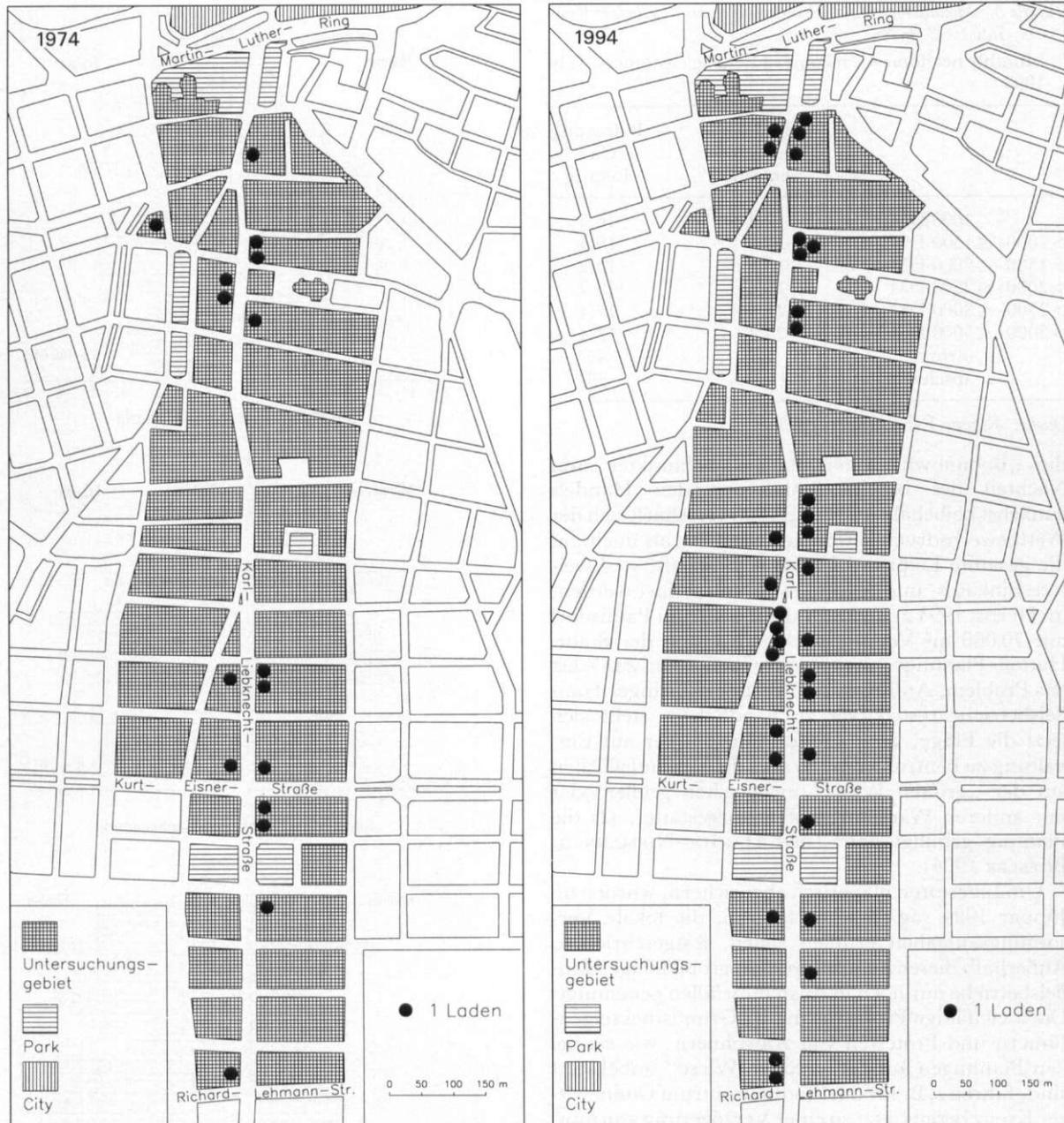


Abb. 4: Textilgeschäfte jeglicher Art entlang der Karl-Liebnecht-Straße 1974 und 1994

Quelle: Stadt Leipzig (1975) und eigene Kartierung (März 1994)

Shops offering textiles of every sort along the Karl-Liebnecht-Straße, 1974 and 1994

eine zügige Erreichbarkeit mit dem PKW und die fehlenden Kundenparkplätze. Zusätzlich zu den 2100 Stellplätzen im Stadtzentrum (zum Vergleich Einkaufszentrum Saalepark mit 6000 Parkplätzen) sollen Tiefgaragen mit 6100 und Parkhäuser mit 2800 Plätzen im Ringgebiet angelegt werden<sup>8)</sup>. Doch ist zumindest das größte Projekt hiervon durch den finan-

ziellen Zusammenbruch der landesweit engagierten Schneider Immobilien-Gruppe gestoppt worden. Zudem werden weitere mit dieser Gruppe verbundene repräsentative Großprojekte in der Innenstadt in ihrer Fertigstellung langfristig verzögert, wodurch

<sup>8)</sup> Leipziger Volkszeitung 23. 4. 1993.

Tabelle 5: Monatliches Haushaltsnettoeinkommen Leipziger Kunden, Juli 1993 (in %)

Monthly net domestic income of Leipzig customers, July 1993

	Befragung Einkaufszentren	Befragung City Leipzig
- 1000 DM	7,1	16,5
>1000-≤1500 DM	9,3	19,4
>1500-≤2000 DM	15,6	15,2
>2000-≤2500 DM	16,4	13,7
>2500-≤3000 DM	21,4	17,1
>3000-≤5000 DM	23,4	13,4
mehr	6,7	4,7
absolut	1428	387

Quelle: Eigene Erhebungen 1993

die „Boomtown“ ihren Baustellencharakter zum Nachteil des bereits funktionierenden Handels zunächst beibehält. 1994 und 1995 verschärft sich der Wettbewerbsdruck sowohl auf die City als auch auf die gesamte Leipziger Handelslandschaft, weil weitere Einkaufs- und Stadtteilzentren eröffnet werden, im Herbst 1994 z. B. das Einkaufszentrum Paunsdorf mit 70 000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche im Osten der Stadt. Hatten Planungs- und Kontrollbehörden zunächst das Problem, Anfragen zum Bau großflächiger Handelsbetriebe restriktiver zu handhaben, stellt sich jetzt die Frage, genehmigte Pläne stärker auf Einhaltung zu kontrollieren. So sind die Verkaufsflächen auf der „grünen Wiese“ nicht selten größer oder mit anderen Warenangeboten ausgestattet, als die Planung gebilligt hat<sup>9)</sup> (DEN HARTOG-NIEMANN u. BOESLER 1994).

Um Investoren planerisch abzusichern, wurden im Januar 1994 sog. Stadtteilzentren, die lokale Versorgungsaufgaben erfüllen sollen, festgeschrieben. Außerhalb dieser Zentren werden großflächige Handelsbetriebe nur noch in Ausnahmefällen genehmigt. Doch vielfältige Probleme mit 22 Grundstückseigentümern und Protesten von Anwohnern, wie sie bei den Planungen auf der „grünen Wiese“ unbekannt sind, führen z. B. für das Stadtteilzentrum Connewitzer Kreuz bereits jetzt zu einer Verzögerung von mindestens zwei Jahren bis Weihnachten 1996, ohne daß bisher ein einziger Spatenstich vorgenommen worden wäre<sup>10)</sup>. Daß es bereits jetzt für die Überlebensfähigkeit vieler mittelständischer Händler zu spät ist, zeigen die Erfahrungen von Mockauer Geschäftsleuten im Norden von Leipzig: „Großmärkte drücken uns die Luft ab“<sup>11)</sup>. Nicht zuletzt die mangelhafte Koordination von Planungsbehörden in Sachsen und Sachsen-Anhalt bei der Abwägung landesübergrei-

<sup>9)</sup> Leipziger Volkszeitung 9. 9. 1993.

<sup>10)</sup> Leipziger Volkszeitung 2. 9. 1994.

<sup>11)</sup> Leipziger Volkszeitung 16. 7. 1993.

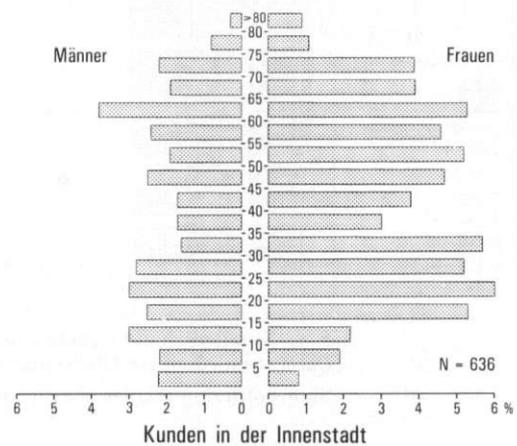
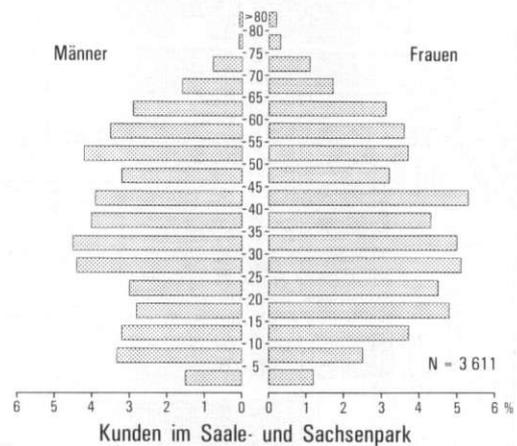
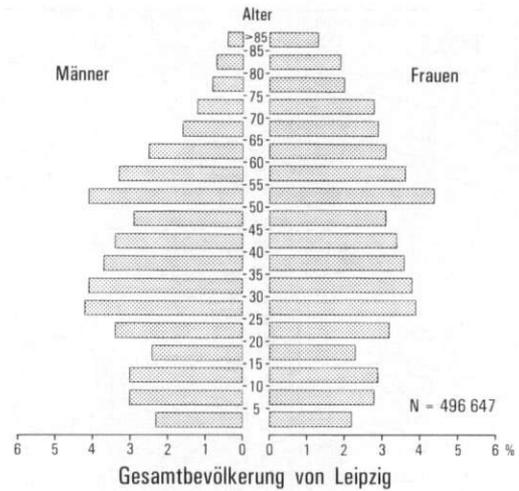


Abb. 5: Vergleich des Bevölkerungsaufbaus der Stadt Leipzig (1992) zur Kundenstruktur in Einkaufszentren der Region und in der City (1992)

Quelle: Stadt Leipzig (1993) und eigene Erhebungen (Juli 1993)

Comparison of the population pyramid of the city of Leipzig (1992) with the structure of customers in the shopping centres of the region and in the city (1993)

fender Auswirkungen großflächiger Handelsstrukturen hat zu der Überausstattung von Verkaufsfläche im Einzugsgebiet von Leipzig und seiner Nachbarstadt Halle geführt (WIEST 1993). Dabei kann es für diese Region nur ein schwacher Trost sein, daß sich die Problematik überdimensionierter Einkaufszentren im Umfeld von Magdeburg, Berlin oder Rostock wiederholt.

### 8 Ausblick

1. Verlierer des Umstrukturierungsprozesses im Handelsbereich sind all diejenigen einkommensschwachen und räumlich immobilien Bevölkerungsgruppen, die sich in den innerstädtischen Bereichen konzentrieren und sich nicht am Suburbanisierungstrend der ostdeutschen Städte beteiligen können. Diesen Kunden stehen in ihrer Nachbarschaft (und mit dem ÖPNV erreichbar) immer weniger, aber spezialisierte und teure Läden zu oftmals ungünstigen Öffnungszeiten zur Verfügung.

2. Der Wettbewerbsdruck im Handel wird sich durch die Eröffnung neuer großflächiger Einzelhandelsstrukturen in und um Leipzig, die i. d. R. mit westdeutschen Filialisten ausgelegt sind, weiter zu Ungunsten des einheimischen Mittelstandes erhöhen.

3. Konzentrierten sich die ersten Einkaufszentren darauf, sich schnell, pragmatisch und von ihrer Größe her massiv im Markt zu etablieren, zielen neuere Entwicklungen wie die „Erlebniswelt Elster-Park“ und das Einkaufszentrum Leipzig-Paunsdorf mit seinem geplanten „Spaßbad mit Erlebnissauna“ auf höher entwickelte Ansprüche der Erlebnis- und Shopping-Gesellschaft. Umsatzeinbußen, wie sie vom Saalepark-Management bereits konstatiert werden mußten, zeigen dabei an, daß im Nullsummenspiel um Kaufkraftanteile die „Großen“ nicht nur den Mittelstand dezimieren, sondern sich auch immer stärker die Kunden gegenseitig wegnehmen.

4. Der Citykern wird in der Auseinandersetzung mit der „grünen Wiese“ und den innerstädtischen Shopping-Centern im Gegensatz zu den Stadtteilzentren und Magistralen die geringsten Probleme haben, ein eigenes unverwechselbares Profil zu finden, das im Ambiente traditioneller Passagen und Hinterhöfe auf Exklusivität und Feinheit zielt. Die Grundsteinlegung des „Forum am Brühl“ am 23. 9. 1994 und die Eröffnung eines neuen Mode-„Einkaufstempels“ im Leipziger Zentrum<sup>12)</sup> sind die neuesten Symbole dieser Entwicklung.

### Literatur

- BIENERT, M. (1991): Neue Monopole in den neuen Bundesländern. In: *der handel* (9-10), 52-54.
- BÖHME, G. (Regierungspräsidium Leipzig) (ca. 1990): Statistiken zum Einzelhandel der Stadt Leipzig. Leipzig (unveröff.).
- BÜHLER, T. (1990): City-Center - Erfolgsfaktoren innerstädtischer Einkaufszentren. Wiesbaden.
- CAPOTOSTI, S. (1994): Die Nonnenstraße Leipzig-Plagwitz. In: *ImmoOst* (9), 16-27.
- Deutsche Post (1987): Fernsprechbuch Bezirk Leipzig, Ausgabe 1987. O. O.
- Die grüne Wiese ist ausverkauft (1994). In: *Leipziger Wirtschaft* (1-2), 80-81.
- GORMSEN, N. (1994): Planungsziele der Stadt Leipzig. In: PETERS, P. (Hg.): Leipzig: zwischen Planung und Investoren. Köln, 6-13.
- GWH (Gesellschaft für Wettbewerbs- und Handelsinformation Unternehmensberatung mbH) (1991): Planvorhaben „Einkaufszentrum Grünau“. Hamburg.
- HARTOG-NIEMANN, E. DEN U. BOESLER, K.-A. (1994): Einzelhandels-Standorte des Verdichtungsraumes Leipzig im Spannungsfeld zwischen kommunaler Entwicklung und räumlicher Ordnung. In: *Erdkunde* 48, 291-301.
- HEISE, U. u. LIPPOLD, N. (Hg.) (1990): Leipzig zu Fuß. Leipzig/Hamburg.
- HINZ, T. (1993): Handels- und Dienstleistungsfirmen dominieren im Gründungsprozeß. In: *Leipziger Wirtschaft* (11), 12-19.
- HINZ, T. u. SIEBENHÜNER, S. (1992): Betriebliche Neugründungen in der Region Leipzig. Leipzig/München.
- HOCQUÉL, W. (1987): Leipziger Kaufmannshöfe, Messehäuser und Passagen. Diss. Leipzig.
- (1990): Handelsvandalismus oder Stadtkultur? In: *Leo - Das Leipziger Stadtmagazin* Aug. (6), 18-19.
- IM Leipzig (Institut für Marktforschung) (1990): Kaufkraft, Einzelhandelsumsatz und Einzelhandelsnetz der Stadt Leipzig - Stand und Tendenzen bis zum Jahr 2000. Leipzig.
- JÜRGENS, U. (1994): Saalepark und Sachsenpark - Großflächige Einkaufszentren im Raum Leipzig-Halle. In: *Geographische Rundschau* 46, 516-523.
- Karstadt AG (1992): Die Einzelhandelsentwicklung im Marktgebiet Leipzig. O. O. (Manuskript).
- Kemper's GmbH (1993): Kemper's Frequenz-Analyse 1992. Düsseldorf.
- McKinsey & Comp., Handelshochschule Leipzig, Lebensmittel-Zeitung (Hg.) (1990): Handel DDR. O. O.
- Müller International (1993): Immobilien Report Leipzig. Düsseldorf.
- MÜLLER, T. (1986). Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsinfrastruktur - Bedingung und Gegenstand sozialistischer Intensivierung, dargestellt am Beispiel der Stadt Leipzig. Dipl. Arbeit Handelshochschule Leipzig. Leipzig (unveröff.).
- NACKEN, G. A. (1994): Erschwernisse - Standortfaktoren. In: *BAG-Handelsmagazin* (2), 30-32.
- SPARSCUH, R. (1992): Die Entwicklung des Einzelhandelsnetzes im Regierungsbezirk Leipzig. Manuskript v. 24. 8. 1992.
- Stadt Leipzig (1974): Das Verkaufstellennetz der Stadt Leipzig in seiner Entwicklung - Eine Dokumentation. Leipzig.

<sup>12)</sup> Leipziger Volkszeitung 28. 9. 1994.

- (1975): Dokumentation „Entwicklung und Gestaltung des Einzelhandelsnetzes der Stadtbezirksmagistrale Karl-Liebknecht-Str./Peterssteinweg“. Hg. Zentrale Arbeitsgruppe des Rates des Stadtbezirkes Süd der Stadt Leipzig, Abt. Handel und Versorgung. Leipzig.
- (ca. 1981): Ausgewählte Kennzahlen für das VSt-Netz des Kreises Leipzig-Stadt, Stand 31. 12. 1980. Leipzig.
- (1992): Statistisches Jahrbuch Stadt Leipzig 1992. Leipzig.
- (1993): Statistisches Jahrbuch Stadt Leipzig 1993. Leipzig.
- WIEST, K. (1993): Die Region Halle-Leipzig - Neugliederung und Kooperationsansätze. In: Europa Regional 1 (2), 1-11.

## BUCHBESPRECHUNGEN

RADTKE, ULRICH (Hrsg.): Schwermetalle. Untersuchungen zur Schwermetallverteilung und -dynamik in rezenten Böden, Paläoböden, Flußsedimenten, Mooren und Kinderspielplätzen. III u. 264 S., 136 Abb. und 72 Tab. Düsseldorf Geographische Schriften, Heft 31. Selbstverlag des Geographischen Institutes der Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf 1993, DM 39,50

Der Sammelband zur Thematik Schwermetalle vereinigt 15 Beiträge mit regionalem Schwerpunkt in den nördlichen Rheinlanden (mit 2/3 der Titel). Die Studien stehen in einem geökologischen Kontext und behandeln die Schwermetallverteilungen in Böden, Sedimenten, Mooren und anthropogenen Aufschüttungen unter besonderer Berücksichtigung methodisch-arbeitstechnischer Probleme und mit der Zielsetzung, Teilaspekte des Schwermetallkreislaufes zu erfassen und möglichst auch zu bilanzieren. Bemerkenswert sind auch die Aussagen zu Zeitreihen bzw. Chronosequenzen anhand datierbarer Ablagerungen, Paläoböden oder Moorhorizonte. Dabei ließen sich z. B. lokal mittelalterliche Schwermetallbelastungen weit oberhalb der aktuellen Grenzwerte nachweisen. Im Hinblick auf das Endziel einer umfassenden Bilanzierung im Rahmen des Landschaftshaushaltes sieht der Herausgeber in den vorliegenden Beiträgen freilich nur Vorstudien. Sein Einführungsartikel über Schwermetallmessungen im Rahmen geökologischer Untersuchungen bietet einen guten Überblick über Forschungsstand und Probleme nebst einem gedrängten Ausblick auf die Ergebnisse des vorliegenden Bandes.

PETER HÖLLERMANN

MEENE, J. W. H. VAN DE: The shoreface-connected ridges along the central Dutch coast. XX u. 256 S., 76 Abb., 28 Tab. und 1 Beilage. Nederlandse Geografische Studies 174. KNAG/Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen, Universiteit Utrecht, Utrecht 1994, Dfl 44,-

Die Dissertation behandelt mit dem Vorstrand verbundene lineare Sandkörper vor einem 50 km langen und 20 km breiten Küstenabschnitt der zentralen Niederlande, indem - gestützt auf den bisherigen Forschungsstand - eine sehr große Datenfülle erhoben und ausgewertet wurde, wie z. B.: alle hydrodynamischen Parameter, alle Beziehungen zwischen Sedimenttransport und geomorphologischen Prozessen, alle internen Sedimentstrukturen und

deren geologische Entwicklung einschließlich der Altersbestimmungen. Hinzu kommen Modellentwicklungen. Besondere Aufmerksamkeit wird der Trennung des Einflusses von Gezeitenströmungen und langperiodischen (Sturm-) Wellen gewidmet. Die Sandkörper begannen offenbar ihre Entwicklung ca. 3400 BP mit dem Verschluß von Gezeitenkanälen an der niederländischen Küste und Ausbildung der ersten Inselbarrieren, wobei der Meeresspiegel noch ca. 3 m tiefer als heute lag. Damals verbreiteten sich die Küstenbarrieren seewärts. Heute ist eine Umformungsphase erkennbar, die - bei steigendem Meeresspiegel - mit einer landwärtigen Verschiebung der Nehrungsinseln einhergeht.

Die Arbeit geht mit Benutzung mathematischer Modelle etc. weit über das gewöhnliche geowissenschaftliche Methodenspektrum hinaus und zeugt vom hohen Standard der niederländischen Küsten- und Sedimentforschung.

DIETER KELLETAT

Wissenschaftliche Mitteilungen aus dem Nationalpark Hohe Tauern, Band 1. 227 S., zahlr. Abb., Tab. und Photos. Herausgeg. vom Salzburger Nationalparkfonds, Salzburg 1993

Mit dieser neuen Schriftenreihe wurde für den Nationalpark Hohe Tauern ein Forum und Publikationsorgan für parkspezifische Forschungsergebnisse aller Disziplinen geschaffen. Der vorliegende erste Band enthält insgesamt 15 wissenschaftliche Originalarbeiten, Beiträge und Berichte. Dabei behandelt mehr als die Hälfte der Themen (8) biologische Fragestellungen, gefolgt von Untersuchungen zur Geologie-Petrologie (3). Mit jeweils einem Thema sind die Bereiche Pedologie, Geomorphologie, Meteorologie und Fremdenverkehr vertreten. Von besonderem geographischem Interesse erscheinen davon u. a. Studien über die Bodenformen im Pfiffkar, den Tauernfleck-Blockgletscher, den hypsometrischen Wandel der Avifauna, die Naturwaldreservate sowie über den „sanften Tourismus“. Als beachtenswerte Ergänzung ist der Teil „Wissenschaft für Jedermann“ hervorzuheben, der allgemeinverständliche Kurzfassungen der wissenschaftlichen Studien in eingängiger Aufmachung enthält und eine breitere Kenntnisnahme der Ergebnisse gewährleisten soll.

PETER HÖLLERMANN