

## Megastädte: Moskau – innerstädtische Transformationsprozesse

Die Megastadt Moskau weist einige Besonderheiten auf: Nach schroffem Rückgang zu Beginn der 1990er Jahre stagniert die offizielle Bevölkerungszahl (2001: 8,64 Mio. Einw.), da der Zuzug wie zu sowjetischer Zeit administrativ kontrolliert wird. Im Zentrum erfolgte aufgrund kontinuierlicher Stadterweiterung – abgesehen von den spätstalinistischen Hochhäusern und denen des Novyj Arbat aus den 1960er Jahren – kaum Höhenwachstum; neue Büro- und Wohnhochhäuser entstehen abseits der inneren Zentren an den Hauptverkehrsachsen. Unter ihnen ist der „Dritte Ring“ hervorzuheben, der kurzfristig seit Mitte der 1990er Jahre entsteht. Trotz rasanter Motorisierung bilden aber öffentliche Massenverkehrsmittel weiterhin das Rückgrat des Personentransports.

Aus dem Zerfall der Sowjetunion ging Moskau gestärkt hervor: Wirtschaftliche Transformation als politisch gewollter und gelenkter Übergang von einer Zentralverwaltungszur Marktwirtschaft führte zur Entstehung von Märkten für Waren, Kapital, Arbeitskräfte, Dienstleistungen und Immobilien. Die Verschärfung von Disparitäten kam Moskau zugute. Folgende Transformationsprozesse können beobachtet werden:

### Citybildung und Tertiärisierung

Zu sowjetischer Zeit unterlag der Dienstleistungssektor der administrativen Standortvorgabe; die Einrichtungen waren den Wohngebieten zugeordnet und wiesen nur eine bescheidene Hierarchisierung auf. In Verbindung mit dem sozialistischen Planungsziel, die Wohnfunktion der Innenstadt zu erhalten, ver-

hinderte dies eine ausgeprägte Citybildung. Mit der Transformation setzte in der Kernstadt, vor allem um die Tversker Straße und den Novyj Arbat, ein erheblicher Verdrängungsdruck ein: Die bisherige Wohnbevölkerung wurde sukzessive in die Peripherien verdrängt, was sich aus dem Rückgang der Einwohnerzahlen von 789 000 auf 620 000 (1992–1996) ablesen lässt. Modernisierte Ladengeschäfte mit wachsender Spezialisierung und Büronutzung in Wohngebäuden zeigen die nachholende Citybildung an. Sanierungsvorhaben fördern die *gentrification*. Zusätzliche Nachverdichtung cityspezifischer Nutzungen erfolgt dadurch, dass finanzielle Engpässe große Unternehmen und Institutionen zwingen, kleine Privatfirmen in ihren Räumen aufzunehmen, um von deren Mietzahlungen laufende Kosten zu finanzieren.

### Immobilienmarkt und Wohnsegregation

Anders als zu Sowjetzeiten ist die Wohnung heute in Moskau ein Verkaufsgut. Zwischen 1989 und 1995 wurden 1,1 Mio. Wohnungen privatisiert, von denen jedoch nur ein geringer Teil dem neuen Immobilienmarkt zur Verfügung stand, weil bei allgemeiner Wohnungsknappheit die Verkaufsbereitschaft gering war. Zeitweise wurde Moskau zu einer der teuersten Metropolen der Welt, doch führten der schleppende Verlauf der Transformation, die Verringerung internationalen Engagements und ein Überangebot an Wohn- und Büroimmobilien zu Preissenkungen. Die durchschnittlichen Kaufpreise für Wohnraum hängen von Lagefak-

toren (bevorzugt: Zentrum, Westen der Stadt) und Baustandards ab (Fig. 1). Zugleich setzte eine Suburbanisierung durch die Aufwertung älterer Datschensiedlungen und die Entstehung neuer Eigenheimquartiere einschließlich abgeschlossener Wohnviertel (*gated communities*) ein.

### Ausdifferenzierung des Einzelhandels

In sowjetischer Zeit wurde der staatliche Einzelhandel durch Kolchosmärkte ergänzt, die ein Zusatzangebot an Nahrungsmitteln sichernten. Mit der Transformation erweiterte sich das Spektrum des Einzelhandels (Fig. 2). Es reicht vom ambulanten Straßenhandel über Kioske unterschiedlichen Entwicklungsgrades, Handel in Markthallen bis zum zunehmend spezialisierten Ladeneinzel- und Warenhaushandel sowie Handel in Geschäftspassagen und Luxusgeschäften. Zudem weitete sich der informelle Handelssektor einschließlich eines „Armutshandels“ aus: Die schockartige Preisfreigabe 1992, Währungskrisen und Rückstände bei Lohnzahlungen, Reduktion sozialer Leistungen ließen eine neue Armutsbevölkerung entstehen, deren Angehörige versuchten, durch den Verkauf gehorteter Waren, Haushaltsgegenstände oder Defizitgüter ein Einkommen zu erzielen. Begleitend zur Ausweitung von Einzelhandel und Konsum tritt Werbung als neues Element auf, die neben globalen Marken (Kleidung und Zigaretten) auch für die eigene Industrieproduktion wirbt.

### Literatur

- BRADÉ, I., & R. RUDOLPH (2001): Global City Moskau? Die russische Hauptstadt an der Schwelle zum 21. Jh. Osteuropa, **51** (9): 1067–1086.  
LENTZ, S. (2000): Die Transformation des Stadtzentrums von Moskau. Geogr. Rundsch., **52** (7/8): 11–18.  
STADELBAUER, J. (2002): Moskau: Hauptstadt einer Rest-Weltmacht. In: SCHNEIDER-SLIWA, R. [Hrsg.]: Städte im Umbruch. Berlin: 131–153.  
[www.megacities.uni-koeln.de](http://www.megacities.uni-koeln.de)

FRAUKE KRAAS (Köln) & JÖRG STADELBAUER (Freiburg)



**Fig. 1** Saniertes Wohnhaus aus der Stalinzeit, heute teilweise tertiärisiert und ergänzt durch die Smolensker Passage als Einkaufszentrum und Bürohaus (im Hintergrund; Foto: KRAAS 2001)

**Fig. 2** Halbformeller Straßenhandel vor den Bürohochhäusern des Novyj Arbat sowie Werbung mit westlich-kapitalistischer Symbolik (Foto: KRAAS 2001)

