

CHRISTOS NICOLAOU (München)

DIE BEDEUTUNG DER VERKEHRLAGE FÜR DIE STANDORTE DER PRODUZENTEN UND KONSUMENTEN

GLIEDERUNG

1. *Einleitung.*
2. *Die Standorte der Produzenten: ihre Transportorientierung.*
 - 2.1 Die Bedeutung des Problems in der Literatur.
 - 2.2 Die Bedeutung der Tarifgestaltung als Teil der Verkehrslage.
 - 2.3. Die Bedeutung der Verkehrslage für die Standorte der Produzenten bei schwerpunktmassiger Nachfrage.
3. *Die Bedeutung der Verkehrslage für die Standorte der Konsumenten.*
 - 3.1. Die Bedeutung des Problems in der Literatur.
 - 3.2. Standort der Konsumenten.**
 - a) Kriterien: Arbeitsort und Wohnort.
 - b) Kriterien: Umfang des Konsums.
 - 3.3. Bedeutung der Verkehrslage.
4. *Zusammenfassung und Vergleich.*

1. EINLEITUNG

1.1. In der Marktwirtschaft ist die Wahl der Betriebsstandorte am Erwerbssprinzip orientiert. Grundlage dieser Wahlentscheidung ist der Preis. Zur Ermittlung der günstigen (gewinnmaximalen) Standorte aus dem Kreis der produktionstechnisch möglichen Orte sind diejenigen kosten- und erlösbeeinflussenden Faktoren zu erfassen und gegeneinander abzuwägen, die an den verschiedenen Orten nachhaltig differieren:

1. Arbeits-, Boden- und Kapitalkosten,
2. Transportkosten für An- und Abfuhr der Güter,
3. Steuer, Zoll- und Sozialkosten
4. Fühlungs- und Verbundvorteile der Agglomeration.

1.2. Die einzelwirtschaftliche Standortwahl zielt in der Regel darauf ab, den Mittelpunkt eines Erzeugungs- oder Verbrauchsgebietes zu bestimmen. An geographischen Daten sind dazu notwendig:

Für die Standorte der Produzenten:

1. Die Lage der möglichen Produktionsmittel.
2. Die Lage der benachbarten Konkurrenz.
3. Die Lage der Verbraucher.

Für die Standorte der Konsumenten :

1. Die Standorte der benachbarten Verbrauchszentren.
2. Die Standorte der Erzeuger.

1.3. Der Zusammenhang zwischen der skizzierten Problemstellung und dem Thema dieses Referats ist offenkundig : Dem geographischen Tatbestand «Verkehrslage» entspricht der ökonomische der Transportkostenintensität. Je höher die Transportkosten zwischen Produktions- und Verbrauchsort, umso ungünstiger ist ihre Verkehrslage, jeweils von einem der Zielorte aus gesehen oder im Vergleich mit Konkurrenzunternehmungen.

1.4. *Verkehrslage.*

Unter Verkehrslage eines Wirtschaftssubjektes versteht man dessen geographische Lage zu seinen Beschaffungs- und Absatzmärkten unter Berücksichtigung aller technischen Hilfsmittel (Schiffahrt, Kraftfahrzeuge, Eisenbahn, Flugzeuge, Strassen, Kanäle) zur Überwindung des Raumes.

Im vorliegenden Referat geht es also um den Einfluss der Transportkosten als Standortfaktor, auf der Input- wie auf der Outputseite.

Dabei muss bei den Standorten der Produzenten im wesentlichen auf Forschungen von A. Weber, Engländer und Isard Bezug genommen werden, während die Bedeutung der Verkehrslage für den Standort der Konsumenten bisher in der Literatur nur ganz allgemein behandelt wurde.

2. DIE STANDORTE DER PRODUZENTEN : IHRE TRANSPORTORIENTIERUNG

Die allgemeine Formel für die Standortwahl hängt bekanntlich davon ab, von wieviel tatsächlich wirksamen Faktoren wir abstrahieren. Sehen wir von allem örtlichen ideellen Nutzen, von einem bestimmten Preisstand der Verbrauchsgüter und von einer bestimmten Ertragsentwicklung ab (indem wir eine vollkommen unelastische Nachfrage unterstellen) und schliessen wir endlich auch noch Unterschiede in den (örtlich beeinflussten) Erzeugungskosten aus, so bleibt nur noch das Problem, die Transportkosten zu minimieren. Ihre Untersuchung bildet das Kernstück der Standorttheorie bis August Lösch.

2.1. Die Bedeutung des problems in der Literatur.

Thünen hat sich in seinem Werk «Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie» (1826) erstmals bewusst mit dieser Frage auseinandergesetzt, als er den Nachweis führte, dass die Art der landwirtschaftlichen Bodennutzung nicht nur durch die natürlichen Bodenbeschaffenheiten bestimmt ist, sondern wesentlich von einem ökonomischen Tatbestand abhängt, nämlich von der Entfernung des Produktionsorts zum Konsumenten. Wert und Gewicht der Produkte müssen sich umsomehr zugunsten des Wertes verändern je weiter der Produktionsort vom Konsument entfernt ist, zugleich wird die absolute Transportkostenbelastung mit steigender Entfernung vom Konsumzentrum durch Senkung der Arbeitskosten, d.h. durch immer extensivere Bewirtschaftung auszugleichen versucht. Bodenverwehdung und Bodenbewirtschaftungsform ändern sich also von Entfernungszone zu Entfernungszone, es bilden sich um das Konsumzentrum «Thünen'sche Kreise» mit spezifischer Bebauung. Bei der Würdigung der Thünen'schen Ergebnisse dürfen die irrealen Voraussetzungen seines Modells nicht ausser Acht gelassen werden: Ein einziges Konsumzentrum, gleiche Bodenbeschaffenheit, kein hochentwickeltes Verkehrswesen, lineare Transporttarife. Die methodische Vorbildlichkeit der Thünen'schen Analyse wird davon nicht berührt.

Bei Alfred Weber gelten als primäre Elemente der Standortbestimmung die Transportkosten für den Bezug und Absatz sowie die Preishöhe der benötigten Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe an ihren jeweiligen Gewinnungsorten. Indem aber Weber Preisunterschiede der letzteren Art in Entfernungsverschiebungen zu den möglichen Produktionsorten umrechnet, kann er den Standort mit geringstem Kostenaufwand als Transportkostenminimum, bei einheitlichen Tarifen je Gewichtseinheit als «tonnenkilometrisches Minimum» definieren.

Je nach räumlicher Verteilung der Materiallager unterscheidet Weber zwischen lokalisierten (lageverbundenen) und überall verfügbaren (lagerfreien) Rohstoffen, und je nach dem «Materialindex», dem Verhältnis von Materialgewicht zu Produktgewicht, ergibt sich dann eine Standortorientierung entweder zum Material oder zum Absatz oder dazwischen.

In einem zweiten Gedankenschritt führt Weber als weitere Standortfaktoren die Arbeitskosten und die «Fühlungsvorteile» der Agglomeration ein, die bei einer Nettoersparnis zu einer Ablenkung von der reinen Transportkostenorientierung führen können.

Engländer baut diese Gedankengänge Webers noch aus :¹

Beim Standort eines Produzenten ist grundsätzlich zwischen.

1. unbedingt und bedingt lagergebundenen Materialien, und
2. lagerfreien Materialien (Ausgangsstoffen der Produktion)

zu unterscheiden.

Lagerfreie Güter haben überall den gleichen Preis, lagergebundene haben einen Preis der sich aus Preis am Gewinnungsort und Frachtkosten zusammensetzt.

Engländer stellt nun für jede mögliche Kombination verschiedener Rohstoffarten fest, wo sich für den Betrieb der kostengünstige Standort bestimmt. Dabei legt er den Transportkosten einen Entfernungs- und/oder einen Staffeltarif zugrunde. Sein Ziel ist wie das A. Webers : Das Transportkostenminimum zu verwirklichen. In der späteren Standorttheorie hat jedoch seine Klassifizierung keine grössere Bedeutung mehr gefunden.

W. Isard hat sich eingehend mit dem Einfluss der Verkehrslage (bzw. der Transportkosten) auf den Standort der Unternehmer beschäftigt².

Vereinfachend unterstellt er, dass ein Betrieb keinerlei Einfluss auf Frachtkosten, Rohmaterialpreise, Nachfragegebiet usw. hat, und dass seine Massnahmen keine Gegenmassnahmen anderer Produzenten hervorrufen.

Dann lassen sich für unterschiedliche Ausgangslagen hinsichtlich Art und Umfang des Rohmaterialeinsatzes, Konsumgebiet und Tarifgestaltung über den Einfluss der Transportkosten auf den Standort des Unternehmers treffen. Auch Isard trifft dabei eine Gliederung der Produktionsfaktoren ähnlich A. Weber (substitutionierbare -- nicht ersetzbare Stoffe; nur an einem Ort vorkommende -- überall vorhandene Stoffe; bewegliche -- nicht bewegliche Stoffe).

In neuerer Theorie (Palander, Isard, Hoover) werden die Probleme dieser Standortwahl u.a. mit Hilfe der Transformationsfunktion und der Transformationskurve erläutert³. Sie gestatten bei einer begrenzten Anzahl von Produktionsfaktoren verschiedener Lage und Art graphisch den besten Standort bzw. die Linie der optimalen Standorte (Transformationskurve) zu bestimmen.

Nach diesem Überblick wollen wir nun auf das eigentliche Problem

1. vgl. Engländer : Begriff «Standort» in Hd SW 1926, S. 865 ff.

2. vgl. Isard, W. : Location and Space Economy, New York 1956, US. 95 ff.

3. Vgl. Isard, W. : a.a.O., S. 96.

die Bedeutung der Verkehrslage und ihrer ökonomischen Pendanten für den Unternehmer eingehen.

Die Transportverhältnisse wirken auf die Produktionskosten verschieden ein⁴.

1. Auf Grund der *Zeit*, die der Transport in Anspruch nimmt.
2. Auf Grund der Schäden oder anderer *Wertminderungen* während des Transports.
3. Auf Grund der Transportkosten selbst.

Da die beiden ersten Faktoren meist nur in Sonderfällen von Bedeutung sind, wird im Folgenden nur auf den dritten Faktor Bezug genommen.

2.2. Die Bedeutung der Tarifgestaltung.

Ganz allgemein hängt der Materialpreis eines Produktes von dem Preis seiner Vorprodukte, dem «Nutzungsgrad» (= Qualität) dieser Produkte und dem Frachtsatz, der auf diese Rohstoffe entfällt, ab.

Welcher dieser 3 Faktoren nun aber relativ grösseres Gewicht für den Produzenten erhält, hängt wesentlich von der Tarifgestaltung ab. Deshalb muss zunächst kurz darauf eingegangen werden.

a) Häufig können die Transportkosten als proportionell zum Gewicht der Fracht und zur Weglänge angesehen werden. In diesem Fall sprechen wir von *Entfernungstarif*.

b) Nimmt mit steigender Entfernung die Transportkostenbelastung je km ab, steigen also die Transportkosten unterproportional, dann sprechen wir von *Staffeltarif*.

c) Eine gänzliche Vernachlässigung der Verkehrslage ermöglicht schliesslich der sog. «franko Stationstarif». Ein solcher von der Entfernung unabhängige Transportpreis hat u.a. bei Posttarifen grössere Bedeutung.

Innerhalb eines bestimmten Posttarifbezirks ist deshalb die Verkehrslage für ein Unternehmen, das auf Postversand seiner Rohmaterialien und seiner Fertigprodukte angewiesen ist, ohne Bedeutung.

d) Eine Mittelstellung zwischen Entfernung- und franko Stationstarif nimmt der «Zonentarif» ein, der bekanntlich für Entfernungszonen gewisser Breite gleiche Frachtsätze vorsieht. Je breiter die Zonen und je flacher die Tarifsprünge sind, umso mehr nähert er sich in seiner Wirkung dem franko-Stationstarif, je schmaler die Zonen und je höher das Tarifgefälle, umso mehr gleicht es dem Entfernungstarif.

4. Vgl. Palander, T.: Beiträge zur Standorttheorie, Stockholm 1935, S. 294.

Transportkosten verwandeln also geographische Entfernungen nur z.T. in ökonomische. Dementsprechend ist die Verkehrslage für den Produzenten — jedenfalls rein kostenmässig — nur dort von grösserer Bedeutung, wo er beim Transport seiner Rohstoffe auf die Entfernung berücksichtigende Tarife angewiesen ist.

Die Nähelage zum Materialursprungsort fällt umso weniger ins Gewicht, je schmaler die einer bestimmten Entfernungsdifferenz zugeordneten Transportkostendifferenz ist ⁵.

Von ähnlicher Bedeutung ist ferner die Produktionsstruktur des Betriebes: Materialintensive Untersuchungen werden in aller Regel gleichzeitig auch Transportkosten empfindlicher sein als arbeitsintensive Untersuchungen. Ebenso werden Untersuchungen mit mehreren Produktionsstufen am gleichen Ort gegenüber ihrer Verkehrslage zu ihren Ausgangsstoffen weniger empfindlich sein Betriebe mit geringerer Produktionstiefe.

Abschliessend muss noch ein Hinweis zur Geltung der für den Einfluss der Transportkosten aufgestellten Sätze erfolgen: Wann wir diesen Einfluss mit Hilfe des Begriffs der ökonomischen Entfernung zwischen Standort der Produktion und Standort des Faktorengebots beschreiben wollen, so setzt dies nicht nur voraus dass von seiten des Angebots keine den zu untersuchenden Einfluss neutralisierende Absatzpolitik getrieben wird (etwa die völlige Übernahme der Transportkosten durch die Grundstofflieferanten), sondern es bedingt vor allem auch, dass die Ausgangspunkte des Transports und der Transportkostenberechnung nicht auseinanderfallen, dass z.B. nicht das *Frachtbasis*system angewandt wird. In diesem Fall muss sich der Unternehmer, will er seine Transportkostenentwicklung unter Kontrolle halten, an der ökonomisch relevanten Distanz zwischen Standort und Frachtbasis orientieren.

2.3. Die Bedeutung der Verkehrslage für die Produzenten bei schwerpunktmässiger Nachfrage.

Wir haben bisher immer nur von der Verkehrslage hinsichtlich der Rohmateriallager gesprochen und damit unterstellt, die für die geplante Produktion zu erwartende Nachfrage sei gleichmässig über das mögliche Absatzbiet verstreut.

Wir geben nun die Beliebigkeit des Absatzes auf und bestimmen einige wenige Punkte innerhalb des ganzen Möglichkeitsbereiches zu ausschliesslichen Absatzorten. Diesses Problem ist von der Standort-

5. Meyer, W. Die Theorie der Standortswahl S. 163.

theorie als stets aktuell betrachtet worden und hat demgemäss zu Modellen, zu Standortfiguren geführt, in denen in der Regel einigen Materiallagern ein, freilich nur *ein* Konsumpunkt gegenüberstand. (Eine schwerpunktmässige Verlagerung der Nachfrage im Raum ist durchaus nicht selbstverständlich; jedenfalls darf eine gleichmässige Streuung auch aus theoretischen Gründen erwartet werden, wie besonders die Untersuchungen Lösch's über Wirtschaftsgebiete und Christaller's über die Lage «zentraler Orte» gezeigt haben und zwar unso eher, je grösser die Zahl der Nachfrage-Punkte ist.

Unter den nun geltenden Voraussetzungen hinsichtlich der geographischen Nachfragestreuung muss bei der Standortwahl auch der Transportweg des Fertigprodukt beachtet werden.

Dabei wird die Tarifgestaltung nochmals bedeutsam :

Der Übergang zum «Werttarif» führt zu einer relativen Begünstigung der Rohmaterialtransporte und rückt damit dem kostenminimalen Standort der Produzenten näher an die Konsumzentren heran als bei Mengentarif. Von ähnlicher Wirkung ist eine grössere Produktionstiefe : Der Preis je Tonnenkilometer wird durch den Werttarif umso stärker erhöht, je höher die Wertschöpfung; damit wirt ein weiteres Heranrücken an die Konsumzentren immer lohnender.

Das Optimum ist dann erreicht, wenn diese Kostenvorteile durch steigende Materialfrachtkosten gerade kompensiert werden.

Abschliessend muss noch ein Wort zu den «wegdiskontinuierlichen» «Kosten (Palander), den Umschlage-, Lade- und Löschkosten etc. gesagt werden : Ihre Wirkung auf die Standortwahl der Produzenten entspricht der Wirkung von Entfernungswerten zwischen Produktions- und Konsumerten, und die Realition der Unternehmungen entspricht in der Regel diesem Tatbestand : Man versucht den Standort so zu wählen, dass diese Kosten möglichst niedrig bleiben. Beispiele hierfür sind die amerikanische Mühlenindustrie, die sich vorwiegend an Bahn - Bahn - oder Bahn - Schiff - Umschlageplätzen niedergelassen hat ⁶; oder in jüngster Zeit, die deutsche Stahlindustrie an der Nordseeküste. Verkehrslage und sekundäre Transportkosten entsprechen sich also in ihrer Bedeutung für den Unternehmer.

6. Hoover, E. : Location of Economic Activity ; New York/London 1948, S. 39.
«APXEION» Δ. Ε. Καλιτσουδάκη, τόμ. 51ος (1971), τεύχ. Α'-Δ'

3. DIE BEDEUTUNG DER VERKEHRSLAGE FÜR DIE STANDORTE DER KONSUMENTEN

3.1. Die Bedeutung des Problems in der Literatur.

Innerhalb der Standortliteratur wurde bisher die Frage nach der geographischen Verteilung der Konsumenten kaum als ein Problem von selbständiger Bedeutung angesehen, die herrschende Meinung war, dass die Verbrauchstandorte da anzutreffen seien, wo Produktionsstandorte liegen. Die Produktionseinheiten seien ja gleichzeitig auch die Nachfrager der Konsumfertigen Waren und Dienste. Diese Auffassung ist insofern nicht ganz ohne Sinn, als zunächst der Einkommenserwerb tatsächlich die Voraussetzung jeder Einkommensverausgabung ist. Ferner weisen meist die Verbraucherpräferenzen im Raum geringere Unterschiede auf als die der Produzenten, weshalb es, so meint Hoover, gerechtfertigt sei, die Standortfrage zu behandeln «by investigating the factors, that determine the location of individuals and firms as producers»⁷. Schliesslich wird eine so einseitige Untersuchung auch durch das grössere Gewicht produktiver Standorteinheiten gegenüber konsumtiven Standorten gerechtfertigt.

3.2. Der Standort der Konsumenten.

Dennoch ist die Umkehrung — wo Verbrauchsstandorte, da Produktionsstandorte — in der Wirklichkeit nicht selten. Erinnerung sei hier nur an die verbrauchsorientierten Dienstleistungsbetriebe. Darüberhinaus besteht überall dort ein selbständiges Problem des Verbrauchsstandorts, wo es sich um die Verausgabung von Einkommen handelt, die nicht oder nicht mehr aus standortlich gebundenen äquivalenten Arbeitsleistungen stammen, wie etwa Kapitalerträge und Rentenbezüge. Ob wir den Standort der Konsumenten als selbständiges Datum ansehen müssen, hängt also von der Antwort auf die Fragen ab,

- a) ob Wohnort und Arbeitsort zusammenfallen, in diesem Fall gibt es kein selbständiges Problem der Konsumentenstandorte;
- b) in welchem Umfang das Einkommen an den Wohnorten der Einkommensempfänger verbraucht wird oder wo dies sonst geschieht⁸. Hier kommt die Verkehrslage als Standortbestimmungsfaktor ins Spiel. Dieser Sachverhalt hat bereits in den zwanziger Jahren zu der

⁷ Hoover, E. : a.a.O., S. 5.

⁸ vgl. Palander, T. : Beiträge zur Standorttheorie: Stockholm 1935, S. 35.

Forderung auch einer Standorttheorie des Verbrauchs geführt⁹. Gegen diese Forderung ist kaum das Argument stichhaltig, es sei berechtigt, Produktions- und Verbrauchsstandorte gleichzusetzen, weil das Lohn-einkommen über Zins- und Rechtenbezüge dominiere¹⁰, als der Umstand, dass die Theorie hier doch so rasch an jene ausserökonomischen Daten stösst, die eine wirtschaftswissenschaftliche Standorttheorie des Verbrauchs zumindest zweifelhaft erscheinen lassen. Die folgenden Ausführungen können deshalb nur als unvollkommener Versuch verstanden werden, einige Gesichtspunkte dieses Problems aufzuzeigen.

3. 3. *Die Bedeutung der Verkehrslage.*

Nach unserer Meinung muss bei der Frage nach der Bedeutung der Verkehrslage für die Standorte der Konsumenten unterschieden werden zwischen :

- a) transportabhängigen Konsumgütern,
- b) transportunabhängigen Konsumgütern,
- c) örtlich gebundenen, also nicht transportablen Konsumgütern.

Während zur dritten Gruppe u.a. Wohngrundstücke u.a. gehören, umfasst die zweite Kategorie solche Konsumgüter, die wegen ihres häufigen Angebots praktisch ohne Rücksicht auf die jeweilige Verkehrslage innerhalb eines Wirtschaftsgebietes erreicht werden können, z.B. gewisse Grundnahrungsmittel.

Weitaus die meisten Konsumgüter sind freilich als transportabhängig zur ersten Gruppe zu zählen. Ihnen gilt hier unser besonderes Interesse.

Das Problem wird noch klarer, wenn wir weiter unterscheiden zwischen konsumabhängiger und konsumunabhängiger Produktion, wobei zur ersten Gruppe vor allem die Dienstleistungen zu zählen wären. Für die Standorte der Nachfrager nach diesen Gütern hat die Verkehrslage nur insofern Bedeutung, als entweder von vorneherein von den entsprechenden Produzenten gewisse Anforderungen an ihren Standort gestellt werden müssen, z.B. Anschluss an das Eisenbahnnetz oder Wassernähe, oder diese Produzenten ihren Kunden gegenüber eine so starke wirtschaftliche Position haben, dass sie ihnen ihren eigenen Standort aufzwingen können. Der mögliche Standortbezirk der Konsumenten um solche Produktionszentren hängt dann einerseits ab von

9. vgl. z.B. Engländer, O. : Kritisches u. Positives zu einer allgem. reinen Lehre vom Standort: in : Zeitschr. f. Volksw. u. Stat. 1927, S. 479.

10. so Predohl, A. : Das Standortproblem in der Wirtschafts-Theorie, in : Weltwirtschaftliches Archiv. 1925, S. 298.

der Differenz zwischen dem fiktiven «Workspreis» (am Standort des Produzenten) und dem «kritischen» Preis, bei welchem die Nachfrageelastizität unendlich gross und die Nachfrage gleich Null wird, und andererseits von der Geschwindigkeit, mit der die anfallenden Wegekosten diese Spanne ausfüllen.

Ähnliches gilt für die übrigen transportabhängigen Konsumgüter. Hinzu kommt hier allerdings noch der Gesichtspunkt der Fahrtminderung während des Transports und der Zeitfaktor. Über diese drei Faktoren wirkt die Verkehrslage auf die Standorte der Konsumenten ein.

Zu beachten ist natürlich, dass der optimale Standort für die Konsumenten erst dann gefunden ist, wenn sich Transport- und Zeitaufwand etc. aller nachgefragten Güter als Summe minimieren und keine einseitige Übernahme der Versandkosten etc. durch Produzenten stattfindet.

4. ZUSAMMENFASSUNG UND VERGLEICH

Wenn man die wichtigsten Entscheidungsdeterminanten für die Wahl des Standortes vergleicht, bei Produzenten und Konsumenten, kann man sagen, dass beide zwischen Haupteinseitgrössen bezüglich der Wahl ihres Standortes entscheiden müssen, welcher von beiden als der wichtigsten der Ausschlag zu geben ist.

Der Bedeutung der kostenoptimalen Produktion beim Produzenten entspricht beim Konsumenten die Wahl des Standortes, wo sein Einkommen entsteht, quasi als seine Produktion, die er dann im Konsum verwertet, entsprechend dem Absatz der Produzenten.

Dem Konsum des Konsumenten kommt also für die Wahl des Standortes die gleiche Bedeutung zu, wie dem Absatz des Produzenten für dessen Standortwahl.

Der Produzent und der Konsument müssen nun versuchen, zwischen diesen beiden Determinanten ihre optimale Entscheidung auszurichten. Je nachdem welche von beiden für sie die grössere Bedeutung hat, werden sie die entsprechenden Entscheidung treffen. Überwiegen für den Produzenten die Einflüsse der Produktion (z.B. Material) wird er den Standort so wählen, dass diese Einflüsse möglichst kostengünstig gestalten kann. Ist er mehr absatzorientiert (z.B. Dienstleistungsbetriebe) wird er seinen Standort nach dem Standort der Konsumenten ausrichten. Kann also die Entscheidung des Produzenten über die Wahl seines Standortes noch weitgehend rational erfolgen, so ist das für den Konsumenten wohl weniger der Fall.

Natürlich könnte man auch reih theoretisch sagen, der Konsument habe sich eben auch nach der Bedeutung der seine Entscheidung begrenzenden Determinanten Arbeitsort (also Entstehung seines Einkommens) und Konsument (dort, wo er sein Einkommen verwerten will) auszurichten.

Ganz abgesehen davon, dass für die Vielzahl der Konsumenten der Standort der Entstehung ihres Einkommens nach wie vor der bedeutendste Einseitsfaktor ist, denn die Zahl der Konsumenten, deren Einkommen ohne Arbeit entsteht, ist vergleichsweise gering, wird er selbst diese Wahl nicht immer nach rationalen Gesichtspunkten treffen können. Hier beeinflussen sehr viele, nocht rationale Gründe seine Entscheidung, z.B. Verwurzelung in der gewohnten Umgebung, die er nicht verlassen möchte, Bequemlichkeit und Angst vor dem Neuen und vieles mehr, seine Entscheidung.

Wenn diese Untersuchung zwar auch weitgehend abstrahierend geführt wurde, scheint es am Schluss doch angebracht, auch auf die Bedeutung dieser kurz skizzierten nicht rationalen Gründe für die Standortwahl hinzuweisen.

Diese haben naturgemäss für den Konsumenten grössere Bedeutung, sollten aber auch bei der Standortwahl des Produzenten nicht ausser acht gelassen werden.

LITERATUR

1. Spandanopoulos I. : Allgemeine Privatwirtschaftslehre, Athen 1955.
2. Kalitsunakis D. : Verkehrspolitik, Athen 1957, S. 564, 565, 567, 568, 569, 570, 571.
3. Engländer, O. : Theorie des guten Verkehrs und Frachtsätze, Januar 1924, Artikel Standort im Handwb. der Staatsw. 4. Aufl. 1926, S. 857-69.
4. Hoover, M. : The Location of Economic Activity, New York 1948.
5. Isard : Location and space Economy, New York 1956.
6. Palander : Beiträge zur Standorttheorie, Stockholm 1935.
7. Predöhl, A. : Das Standortproblem in der Wirtschaftstheorie in : Weltwirtschaftliches Archiv 1925.
8. Sax, E. : Allgemeine Verkehrslehre B I, S. B II, S.
9. Weber, Alfred : Industrielle Standortlehre 1909.
10. Thunen : Isolierter Staat.
11. Mayer, Wolfg. : Die Theorie der Standortwahl, Berlin 1960.
12. Mekerowic, K. : Betriebswirtschaftlehre der Industrie : Freiburg 1958, B. II.