



Standortanalyse zu BOEING in den USA

Geographie
Sek. I/II

Übergeordneter Arbeitsauftrag:

Bestimmen Sie mit Hilfe der verschiedenen Informationsquellen begründet die Standorte in den USA, an denen Sie die gewählten Unternehmen am ehesten vermuten.

Partnerarbeit (8 Minuten):

- 1) Überlegen Sie sich zunächst kurz, welche Standortfaktoren für den US-amerikanischen Flugzeughersteller BOEING besonders wichtig sein werden.
- 2) Gleichen Sie Ihre Überlegungen mit den Aussagen in M1 ab, indem Sie die Standortfaktoren markieren, die wichtig für die Standortwahl von BOEING waren.



(Bildquelle: John Murphy - Vistas, CC BY-SA 2.0, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=31531468>)

Gruppenarbeit (10 Minuten):

- 1) Stellen Sie sich gegenseitig Ihre gewählten Unternehmen mit den Standortfaktoren, die für deren Standortwahl wichtig waren, vor.
- 2) Werten Sie gemeinsam die thematische Karte im Haack Weltatlas (2001) auf S. 188 im Hinblick auf die Standortbedingungen in den Hauptwirtschaftsregionen aus. Berücksichtigen Sie zudem die Kartenausschnitte auf S. 189 und nutzen Sie ggf. die Hilfe.
- 3) Suchen Sie für jedes der von Ihnen gewählten Unternehmen einen Standort, an dem Sie es am ehesten vermuten, und begründen Sie Ihre Entscheidung mit Hilfe der Texte und Atlaskarten. Informieren Sie sich dazu gegenseitig auch über die Inhalte der verschiedenen Informationstexte, die Sie während der Einzelarbeit gelesen haben.

M1: Standortbeschreibung des Flugzeugherstellers BOEING

Das Unternehmen Boeing ist der weltweit größte Hersteller von Flugzeugen, Hubschraubern und Weltraumtechnik. Das Hauptwerk von BOEING befindet sich an einem anderen Standort als der Hauptsitz. Für die Produktionsstätte sind nämlich teilweise andere Standortfaktoren von größerer Bedeutung. Die Produktionsstätte des Flugzeugherstellers befindet sich in der Nähe einer größeren Stadt mit guten Ausbildungsmöglichkeiten für die Familien der Mitarbeiter, liegt aber gleichzeitig auch günstig um über kurze Strecken Energie von Wasserkraftwerken zur Aluminiumgewinnung bzw. -verarbeitung zu beziehen. (Auch Sägewerke sind in der Nähe.)

Als weitere begünstigende Standortfaktoren können die Nähe zum asiatischen Absatzmarkt und die sogenannten Fühlungsvorteile zu Forschungseinrichtungen und anderen Maschinenbauunternehmen genannt werden.

Diese Fühlungsvorteile resultieren aus einem engen räumlichen Kontakt verschiedener Unternehmen ähnlicher Branchen, Behörden oder Forschungseinrichtungen und ermöglichen beispielsweise einen schnellen spontanen Wissensaustausch bei persönlichen Begegnungen.