

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Abkürzungen	13
Abbildungen	15
1 Wirtschaftspolitik auf Länderebene: Zu Fragestellung, Forschungsstand und Konzeption der Arbeit	17
2 Theoretischer Rahmen	21
2.1 Grundzüge der Politikfeldanalyse	21
2.2 Politische Steuerung	22
2.2.1 Begriff und Probleme politischer Steuerung	22
2.2.2 Instrumente und Programmtypen	23
2.2.2.1 Instrumente	23
2.2.2.2 Programmtypen	25
2.3 Das Politikfeld Wirtschaftspolitik	28
2.4 Standortfaktoren	33
3 Der Automobilstandort Deutschland – Eine Inspektion	37
4 Der ‚Bayerische Weg‘: Fallbeispiel Bayern	47
4.1 Der Wirtschaftsstandort Bayern	47
4.1.1 Die Wirtschaftsentwicklung Bayerns bis Anfang der 1990er Jahre	47
4.1.2 Die Wirtschaftsentwicklung Bayerns im Untersuchungszeitraum	49
4.1.3 ‚Laptop und Lederhose‘: Der Wirtschaftsstandort Bayern heute	53
4.1.4 Zur Rolle der Automobilindustrie für die Wirtschaft in Bayern	58
4.1.5 Zusammenfassung	60
4.2 Programmatischer Rahmen: Die Grundzüge bayerischer Wirtschaftspolitik	61
4.2.1 Die Schwerpunkte bayerischer Wirtschaftspolitik im Überblick	62
4.2.2 Regionale Strukturpolitik	64
4.2.3 Technologiepolitik	67
4.2.4 Mittelstandspolitik	69
4.2.5 Außenwirtschaftsförderung, Investorenbetreuung und Standortmarketing	72
4.2.6 Umweltpolitik	73

4.3 Der ‚Bayerische Weg‘: Wirtschaftspolitische Programme des Freistaats Bayern zur Förderung der Automobilindustrie	75
4.3.1 Die Bayerische Forschungsstiftung	75
4.3.1.1 Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit der Bayerischen Forschungsstiftung	75
4.3.1.2 Bewertung	78
4.3.2 ‚Fitnessprogramm‘ für den Standort: Offensive Zukunft Bayern (OZB) I und II	78
4.3.2.1 Ursprung, Ziele und Inhalte der Offensive Zukunft Bayern I	80
4.3.2.2 Ursprung, Ziele und Inhalte der Offensive Zukunft Bayern II	82
4.3.2.3 Die Bayern Innovativ GmbH	84
4.3.2.3.1 Struktur, Zielsetzung und Tätigkeit der Bayern Innovativ GmbH	84
4.3.2.3.2 Die Bayerische Innovations- und Kooperationsinitiative für die Automobilzulieferindustrie (BAIKA)	87
4.3.2.4 Die Bayern International GmbH	90
4.3.2.5 Bewertung	92
4.3.3 Offensive Zukunft Bayern III – Die High-Tech-Offensive (HTO)	97
4.3.3.1 Ursprung, Zielsetzung und Inhalte der High-Tech-Offensive	97
4.3.3.2 Invest in Bavaria	101
4.3.3.2.1 Struktur, Zielsetzung und Tätigkeit von Invest in Bavaria	101
4.3.3.2.2 Die Bewerbung des Standorts Hochfranken um die Ansiedlung des BMW-Werks 2000-2001	102
4.3.3.3 Automobilzulieferpark ‚Pole Position‘ und Automobiltechnikum Bayern	107
4.3.3.4 Der Leichtbau-Cluster	109
4.3.3.5 Bewertung	111
4.3.4 Allianz Bayern Innovativ	115
4.3.4.1 Ursprung, Zielsetzung und Inhalte der Allianz Bayern Innovativ	115
4.3.4.2 Cluster-Offensive Bayern	117
4.3.4.2.1 Zielsetzung und Inhalte der Cluster-Offensive Bayern	117
4.3.4.2.2 Der Cluster Automotive	119
4.3.4.3 Bewertung	121
4.3.5 Neue Wege in der Umweltpolitik: Der Umweltpakt	122
4.3.5.1 Umweltpakt Bayern (Umweltpakt I)	122

4.3.5.1.1	Ursprung, Zielsetzung und Inhalte des Umweltpakts I	122
4.3.5.1.2	Bewertung	127
4.3.5.2	Umweltpakt Bayern – Nachhaltiges Wirtschaften im 21. Jahrhundert (Umweltpakt II)	128
4.3.5.2.1	Ursprung, Zielsetzung und Inhalte des Umweltpakts II	129
4.3.5.2.2	Integrierte Produktpolitik (IPP) – Pilotprojekt Automobil	131
4.3.5.2.3	Bewertung	135
4.3.5.3	Umweltpakt Bayern – Umweltverträgliches Wirtschaftswachstum (Umweltpakt III)	136
4.3.5.3.1	Ursprung, Zielsetzung und Inhalte des Umweltpakts III	137
4.3.5.3.2	Bewertung	139
4.3.5.4	Der Umweltpakt Bayern – Ein Resümee	139
4.4	Fazit: Der ‚Bayerische Weg‘ der Wirtschaftspolitik – Errungenschaften und Entwicklungspotenziale	141
5	Auferstanden aus Ruinen: Fallbeispiel Sachsen	145
5.1	Der Wirtschaftsstandort Sachsen	145
5.1.1	Die Wirtschaftsentwicklung Sachsens bis zur Wende	145
5.1.2	Die wirtschaftliche Entwicklung Sachsens im Untersuchungszeitraum	147
5.1.3	Der Wirtschaftsstandort Sachsen heute	153
5.1.4	Zur Rolle der Automobilindustrie für die Wirtschaft in Sachsen	156
5.1.5	Zusammenfassung	160
5.2	Programmatischer Rahmen: Die Grundzüge sächsischer Wirtschaftspolitik	161
5.2.1	Die Schwerpunkte sächsischer Wirtschaftspolitik im Überblick	162
5.2.2	Zwischen Leuchttürmen und Randgebieten – Regionalpolitik in Sachsen	163
5.2.3	Technologiepolitik	164
5.2.4	Mittelstandspolitik	166
5.2.5	Außenwirtschaftsförderung, Investorenbetreuung und Standortmarketing	167
5.3	Wirtschaftspolitische Aktivitäten des Freistaats Sachsen zur Förderung der Automobilindustrie	168
5.3.1	Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH (WFS)	168
5.3.1.1	Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit der Wirtschaftsförderung Sachsen GmbH	168
5.3.1.2	Die Dachmarke ‚Autoland Sachsen‘	172

5.3.1.3	Bewertung	173
5.3.2	Ansiedlung automobiler ‚Leuchttürme‘ nach der Wende	174
5.3.2.1	Meilensteine für den Automobilstandort Sachsen: Die Ansiedlungen von Volkswagen und Porsche im Freistaat	174
5.3.2.2	Die BMW-Ansiedlung	178
5.3.2.3	Sachsens Ansiedlungserfolge: Eine Bilanz	184
5.3.3	Verbundinitiative ‚AutoMobilZulieferer Sachsen‘ (AMZ)	185
5.3.3.1	Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit der AMZ	185
5.3.3.2	Bewertung	188
5.3.4	Der Automotive Cluster Ostdeutschland (ACOD)	189
5.3.4.1	Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit des ACOD	189
5.3.4.2	Bewertung	193
5.3.5	100 Jahre Automobilbau	195
5.3.5.1	Ursprung, Zielsetzung und Inhalte des Projekts ‚100 Jahre Automobilbau‘	195
5.3.5.2	Bewertung	197
5.4	Fazit: Wirtschaftspolitik in Sachsen – Errungenschaften und Ent- wicklungspotenziale	198
6	Wir können alles? – Fallbeispiel Baden-Württemberg	201
6.1	Der Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg	201
6.1.1	Die Wirtschaftsentwicklung Baden-Württembergs bis Anfang der 1990er Jahre	201
6.1.2	Die wirtschaftliche Entwicklung Baden-Württembergs im Unter- suchungszeitraum	202
6.1.3	Der Wirtschaftsstandort Baden-Württemberg heute	206
6.1.4	Zur Rolle der Automobilindustrie für die Wirtschaft in Baden- Württemberg	209
6.1.5	Zusammenfassung	212
6.2	Programmatischer Rahmen: Die Grundzüge baden-württembergi- scher Wirtschaftspolitik	213
6.2.1	Die Schwerpunkte baden-württembergischer Wirtschaftspolitik im Überblick	213
6.2.2	Regionalpolitik	214
6.2.3	Technologiepolitik	215
6.2.4	Mittelstandspolitik	217
6.2.5	Außenwirtschaftsförderung, Investorenbetreuung und Standort- marketing	218
6.3	Wirtschaftspolitische Programme Baden-Württembergs zur För- derung der Automobilindustrie	219
6.3.1	Gemeinschaftsinitiative Wirtschaft und Politik	219

6.3.1.1	Ursprung, Zielsetzung und Inhalte der Gemeinschaftsinitiative Wirtschaft und Politik	219
6.3.1.2	Handlungskonzept ‚Kooperationen von Zulieferern und Abnehmern im Automobilsektor‘	221
6.3.1.3	Bewertung	223
6.3.2	Die Steinbeis-Stiftung für Wirtschaftsförderung (StW)	223
6.3.2.1	Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit der Steinbeis-Stiftung für Wirtschaftsförderung (StW)	223
6.3.2.2	Bewertung	225
6.3.3	Die Landesstiftung Baden-Württemberg gGmbH	225
6.3.3.1	Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit der Landesstiftung Baden-Württemberg gGmbH	225
6.3.3.2	Bewertung	227
6.3.4	5-Punkte-Programm zur Unterstützung der Automobilzulieferindustrie	228
6.3.4.1	Ursprung und Zielsetzung des 5-Punkte-Programms zur Unterstützung der Automobilzulieferindustrie	228
6.3.4.2	Aktionsfelder	228
6.3.4.3	Zuliefertag Automobil	229
6.3.4.4	Bewertung	231
6.3.5	Autoland Baden-Württemberg	231
6.3.5.1	Ursprung, Zielsetzung und Inhalte von Autoland Baden-Württemberg	232
6.3.5.2	Bewertung	232
6.3.6	Die Baden-Württemberg International GmbH (bw-i)	233
6.3.6.1	Ursprung, Zielsetzung und Tätigkeit der Baden-Württemberg International GmbH	233
6.3.6.2	Bewertung	236
6.4	Fazit: Wirtschaftspolitik in Baden-Württemberg – Errungenschaften und Entwicklungspotenziale	236
7	Vergleichende Zusammenschau der Länderanalysen, Schlussfolgerungen und Ausblick	241
	Literatur	247