

REPORT

Das Potential des EU-Binnenmarkts

11 Empfehlungen für stärkeres KMU Wachstum



Der vorliegende Bericht schlägt **11 spezifische und wirkungsvolle politische Initiativen** zur Stärkung des EU-Binnenmarkts vor.

Die 11 Empfehlungen sollen die Europäische Kommission und die Mitgliedstaaten bei der Entwicklung und Umsetzung neuer Strategien für das nächste Mandat der Europäischen Kommission (2024-2029) unterstützen.

Basierend auf einer Umfrage, Interviews und einer ausführlichen Literaturrecherche gibt dieser Bericht deutschen KMU eine Stimme zu den Herausforderungen, denen sie bei ihrer Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt gegenüberstehen. Der Bericht zeigt zudem politische Maßnahmen auf, mit denen die Wettbewerbsfähigkeit dieser Unternehmen auf globaler Ebene verbessert werden könnte.

Die vorliegende unabhängige Analyse darüber, wie eine weitergehende Integration des Europäischen Binnenmarktes Wachstum und Resilienz in Deutschland fördern kann, wurde im Auftrag von Amazon von der Implement Consulting Group durchgeführt.

Die Studie wurde durch den Verband "Der Mittelstand", BVMW e.V. unterstützt. Im Rahmen der Studie wurde eine Befragung deutscher exportorientierter KMU unter den Mitgliedern des BVMW durchgeführt.

Zusammenfassung

Dieser Bericht enthält 11 Empfehlungen, die darauf abzielen, **KMU wieder in den Mittelpunkt des Binnenmarktes** zu stellen.

Wieso

In Kapitel 1 wird erläutert, wie die kontinuierliche Integration im Binnenmarkt in den letzten 30 Jahren ein Motor für Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Wohlstand für die deutsche Wirtschaft und die Bürger war. Ihre wirtschaftliche Größe hat der EU politisches Gewicht bei globalen Verhandlungen und bilateralen Vereinbarungen verliehen. Basierend auf einer Befragung von 715 exportorientierten deutschen Mittelständlern (siehe Anhang 1 für weitere Details), stellte sich heraus, dass:

- 95% der KMU-Expoteure, vom Binnenmarkt profitiert haben.
- 63% der KMU einfacher in andere Mitgliedstaaten des Binnenmarktes exportieren können als in Drittländer.
- 43% der KMU durch die Ausfuhren in die Mitgliedstaaten des Binnenmarktes auch einfacher in Drittländer exportieren.

Die Bundesregierung stellt in ihrem Jahreswirtschaftsbericht 2024 fest, dass ein tief integrierter europäischer Binnenmarkt Innovations- und Produktivkräfte in Europa fördert. Damit trage der Binnenmarkt auch zur Wettbewerbsfähigkeit und wirtschaftlichen Sicherheit bei. Allerdings heißt es in dem Bericht ebenso, dass sich ein nicht unerheblicher Teil der bürokratischen Pflichten aus EU-Regelungen ergibt. Die Bundesregierung sieht hier eine Chance, bürokratische Hürden sinnvoll abzubauen. So werden beispielsweise doppelte oder uneinheitliche Dokumentations- und Berichtspflichten (insbesondere für KMU) und Unstimmigkeiten zwischen EU-Initiativen als Hemmnisse für die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt genannt.

Was

Aus Kapitel 2 geht hervor, dass die unterschiedlichen regulatorischen Anforderungen das größte Hindernis für deutsche KMU sind, den Binnenmarkt als Plattform für Wachstum, Diversifizierung und globale Wettbewerbsfähigkeit zu nutzen. Insbesondere ist festzustellen, dass:

- 56% der KMU ihre Wettbewerbsfähigkeit durch die unterschiedlichen Rechtsvorschriften zwischen den Mitgliedstaaten beeinträchtigt sehen.
- 87% der KMU ihre Exporte steigern könnten, wenn alle Mitgliedstaaten die EU-Rechtsvorschriften gleichzeitig und auf die gleiche Weise umsetzen würden.
- 84% der KMU die Harmonisierung der nationalen Dienstleistungs- und Produktvorschriften für ihr Wachstum im Binnenmarkt als wichtig erachten, einschließlich der für das Erreichen des europäischen Netto-Null-Klimaziels erforderlichen Umweltgüter und -dienstleistungen.
- 86% der KMU den verstärkten Einsatz digitaler Instrumente in ihrem Unternehmen hilfreich fänden, um mehr auf dem Binnenmarkt zu verkaufen. Diese KMU identifizieren jedoch regulatorische Hindernisse, Mängel in der technologischen Infrastruktur und der IT-Sicherheit als Haupthindernisse für eine stärkere Digitalisierung.

Wie




In Kapitel 3 - 6 wird erläutert, wie die folgenden 11 spezifischen politischen Initiativen den KMU helfen können, zu wachsen, wettbewerbsfähiger zu werden und zur Stärkung der EU-Wirtschaft beizutragen.

Übersicht der 11 Empfehlungen zur Stärkung des EU-Binnenmarktes

1. Verabschiedung einer ehrgeizigen Binnenmarktstrategie in geteilter Verantwortung zwischen Regierungen und der nächsten Kommission
2. Stärkung von SOLVIT durch die Einrichtung eines Binnenmarkt-Ombudsmannes in jedem EU-Mitgliedstaat und Verpflichtung von SOLVIT, in strukturellen Fällen proaktiver zu handeln
3. Durchführung eines Data-Flow Tests für alle bestehenden und neuen EU-Verordnungen
4. Erweiterung des Europäischen Semesters um Empfehlungen, wie die Umsetzung von EU-Rechtsvorschriften harmonisiert und Compliance gewährleistet werden kann
5. Stärkere Nutzung der „Better Regulation Toolbox“ durch Integration der Umsetzung in die Gestaltung neuer Rechtsvorschriften und konsequente Einhaltung der Anforderungen von Wirkungsfolgenabschätzungen
6. Erfassung und Beseitigung regulatorischer Hemmnisse für den Handel mit klimafreundlichen Waren und Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes
7. Gestaltung des digitalen europäischen Produktpasses so, dass er die Kreislaufwirtschaft von Unternehmen erleichtert und die Einhaltung von Produktvorschriften fördert
8. Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für die Extended Producer Responsibility (EPR)-Systeme der Mitgliedstaaten
9. Schaffung einer einheitlichen Umsatzsteuer-ID und Ausweitung der zentralen Anlaufstelle für Umsatzsteuer
10. Anerkennung des Digital Labelling als vollwertigen Ersatz für physisches Labelling
11. Schaffung der Voraussetzungen für die Entwicklung eines einfachen, schnellen, zuverlässigen und kostengünstigen grenzüberschreitenden Zahlungsverkehrs sowohl für Euro- als auch für Nicht-Euro-Zahlungen

1 Frieden und Wohlstand durch den Binnenmarkt

In diesem Kapitel wird erläutert, wie die kontinuierliche Integration im Binnenmarkt in den letzten 30 Jahren ein Motor für Wettbewerbsfähigkeit, Wachstum und Wohlstand für die deutsche Wirtschaft und die Bürger war. Ihre wirtschaftliche Größe hat der EU politisches Gewicht bei globalen Verhandlungen und bilateralen Vereinbarungen verliehen. Basierend auf einer Befragung von 715 exportorientierten deutschen Mittelständlern (siehe Anhang 1 für weitere Details zur Erhebungsmethodik, Interviews und eine detaillierte Literaturrecherche).

BACKGROUND	KEY FACTS AND FIGURES
<p>1993 wurde der Binnenmarkt geschaffen, um den wirtschaftlichen Wohlstand und den Frieden in der EU durch die Förderung des freien Waren-, Dienstleistungs-, Kapital- und Personenverkehrs zwischen ihren Mitgliedern zu steigern. Deutschland gehörte zu den ersten 12 Mitgliedern des Binnenmarktes.</p> <p>Mit der Schaffung des Binnenmarktes entstand die Notwendigkeit, die Rechtsvorschriften zu harmonisieren und gemeinsame Normen festzulegen, um für in- und ausländische Unternehmen die gleichen Anforderungen sicherzustellen und so einen fairen Wettbewerb und gleiche Ausgangsbedingungen für grenzüberschreitende Geschäfte im Binnenmarkt zu fördern.</p> <p>Die Größe des Binnenmarktes macht die EU zu einem attraktiven Partner für Handelsabkommen und gibt ihren Mitgliedern die Möglichkeit, sich für eine nachhaltigere Zukunft einzusetzen.</p>	<p> Die Integration des Binnenmarktes von 1995 bis 2015 hat das deutsche BIP pro Kopf dauerhaft um 2,4 % erhöht, 936.000 Arbeitsplätze geschaffen und die Kaufkraft der Bürger um 900 Euro erhöht.</p> <p> Normung und Rechtsharmonisierung kommen vor allem den KMU zugute, da 64% der Gesamtexporte deutscher KMU für den Binnenmarkt bestimmt sind.</p> <p> Der Schwerpunkt dieses Berichts liegt auf dem Binnenmarkt, aber es ist sehr wichtig, dass die EU den Binnenmarkt auch weiterhin in der externen Dimension nutzt, insbesondere um mehr EU-Handelsabkommen auszuhandeln.</p>

1.1 Der Binnenmarkt öffnet Europa für Unternehmen und Bürger

Der Binnenmarkt soll den freien Waren-, Dienstleistungs-, Kapital- und Personenverkehr zwischen den Ländern ermöglichen, indem Grenzregelungen, Zölle und Tarife abgeschafft werden. Er besteht aus den 27 EU-Mitgliedstaaten und den vier EFTA-Mitgliedstaaten (Island, Liechtenstein, Norwegen und in gewissem Umfang auch die Schweiz). Der Binnenmarkt ist der weltgrößte Handelsplatz sowohl für Waren als auch für Dienstleistungen¹, und seine Bedeutung wird noch zunehmen, wenn der Wunsch der Europäischen Politischen Gemeinschaft nach Aufnahme neuer Mitgliedsländer in die EU erfüllt wird.²

Der Zugang zum Binnenmarkt ermöglicht es deutschen Unternehmen, sich zu spezialisieren und Waren und Dienstleistungen zu exportieren, bei denen sie einen relativen Wettbewerbsvorteil haben. Außerdem profitieren deutsche Verbraucher vom Zugang zu einer Vielzahl von Waren und Dienstleistungen, die zu günstigeren Preisen eingeführt werden können. Die Integration in den Binnenmarkt hat das deutsche BIP pro Kopf seit dem Beitritt 1995 bis 2015 gegenüber einer Situation ohne Integration dauerhaft um 2,4 % erhöht. Ebenso hat die Integration in den Binnenmarkt dauerhaft 936.000 Arbeitsplätze geschaffen und die Kaufkraft der Bürger um 900-1.046 Euro erhöht, siehe Abbildung 1.³

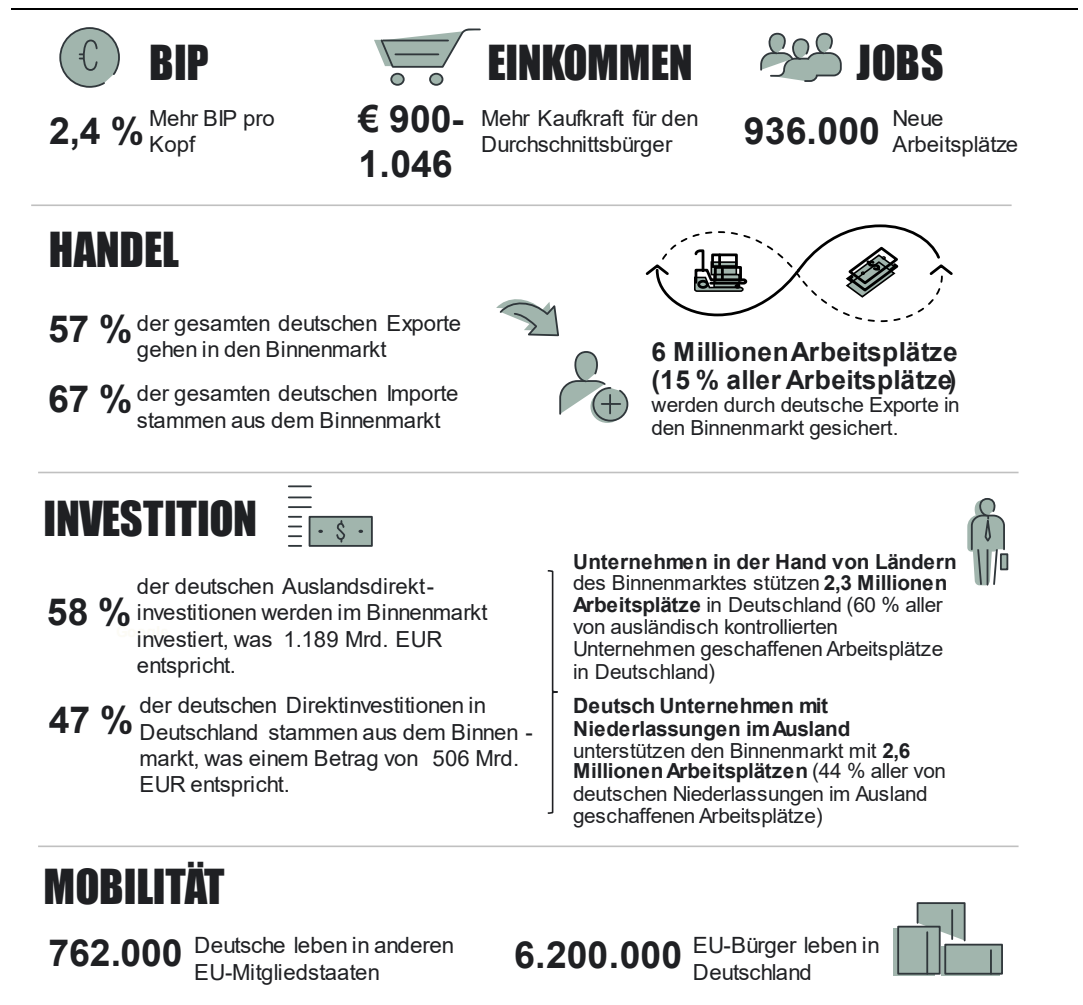
Berücksichtigt man auch die fortgesetzte Integration seit 2015, dürfte der wirtschaftliche Nutzen noch größer sein. Heute hängt fast jeder fünfte Arbeitsplatz in Deutschland direkt

oder indirekt vom Außenhandel ab⁴ und 15 % aller Arbeitsplätze hängen vom Handel mit den Mitgliedern des Binnenmarktes ab.⁵

Heute werden mehr als 57% der gesamten deutschen Exporte mit dem Binnenmarkt abgewickelt und 67% der gesamten Importe Deutschlands stammen aus dem Binnenmarkt; das unterstreicht die Bedeutung des Binnenmarktes für viele deutsche Verbraucher und Unternehmen – insbesondere KMU – in Bezug auf Internationalisierung.⁶

Vom freien Kapitalverkehr hat die deutsche Wirtschaft insgesamt ebenso profitiert. Heute stammen 47% der ausländischen Direktinvestitionen (ADI) in Deutschland aus Mitgliedstaaten des Binnenmarktes, was einem Gesamtbestand an ADI in Höhe von 506 Mrd. EUR entspricht. Ebenso werden 58% aller deutschen Auslandsdirektinvestitionen in Mitgliedsländern des Binnenmarktes getätigt, in Anbetracht der Tatsache, dass die großen deutschen Investitionen in Großbritannien nach dem Brexit nicht mehr als Intra-EU-Direktinvestitionen gelten.⁷ Auch hat die Freizügigkeit es leichter gemacht, im Ausland zu leben und zu arbeiten: 762.000 Deutsche leben derzeit in anderen EU-Ländern, während sechs Millionen EU-Bürger:innen in Deutschland leben.⁸

Abbildung 1: Deutsche Arbeitnehmer:innen und Verbraucher:innen profitieren vom Binnenmarkt⁹



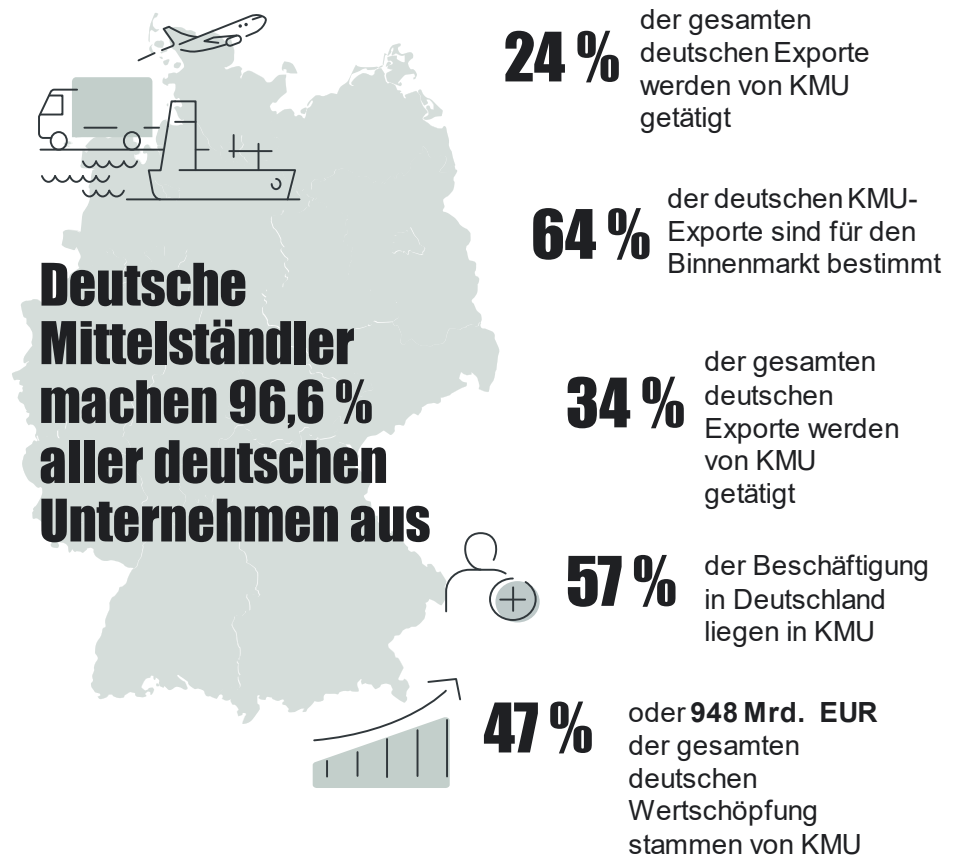
1.2 Der Binnenmarkt bietet KMU Wachstums- und Entwicklungschancen

Der Mittelstand bildet das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und stellt fast 97%¹⁰ aller Unternehmen und 47% des Bruttoinlandsprodukts. Diese KMU stellen 57% der Beschäftigung im privaten Sektor in Deutschland¹¹ und sind ein wichtiger Innovationsmotor, da sie innovative Lösungen für globale Herausforderungen wie den Klimawandel anbieten.¹²

KMU haben im Allgemeinen weniger Ressourcen und Kapital zur Verfügung als größere Unternehmen, und die regulatorischen Belastungen und administrativen Anforderungen sind für sie unverhältnismäßig hoch. Die Kosten durch fragmentierte Regulierung und übermäßigen Verwaltungsaufwand sind in der Regel unabhängig vom Umfang der grenzüberschreitenden Tätigkeit; KMU müssen relativ gesehen mehr Ressourcen für die Bewältigung von Handelshemmnissen einsetzen.^{13,14}

Normung und regulatorische Harmonisierung sind daher besonders vorteilhaft für KMU, die expandieren und neue Märkte erschließen, Zugang zu europäischen Wertschöpfungsketten erhalten und ihre internationale Wettbewerbsfähigkeit stärken möchten.¹⁵ Laut Eurostat-Daten aus dem Jahr 2022 entfallen 24% der gesamten deutschen Exporte auf KMU, und 64% der Gesamtexporte der KMU sind für den Binnenmarkt bestimmt.¹⁶

Abbildung 2: Deutsche KMU profitieren vom Zugang zum Binnenmarkt



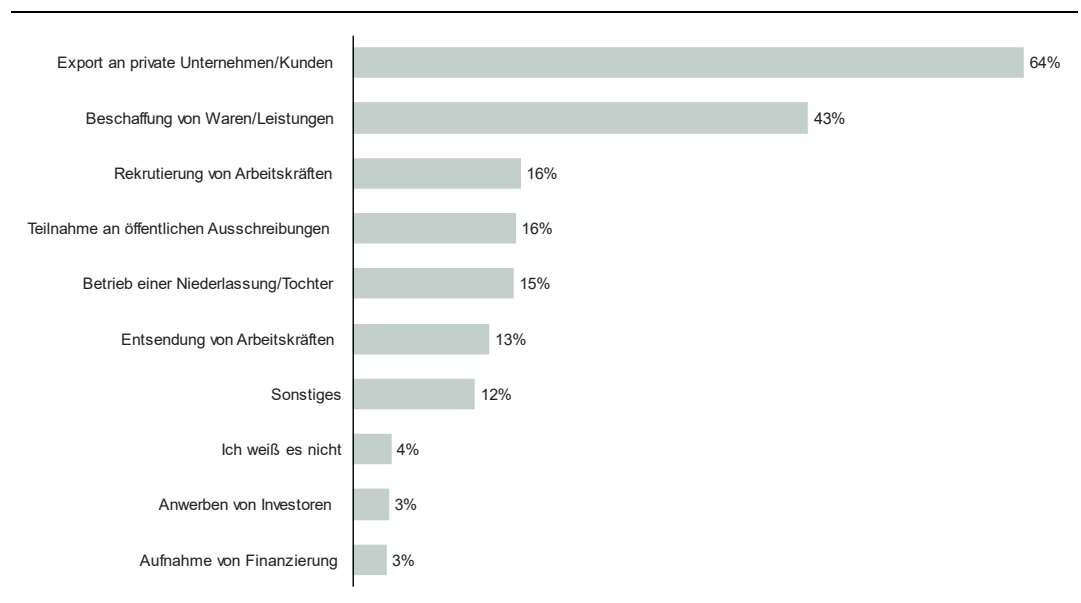
Hinweis: Als KMU gelten Unternehmen mit weniger als 500 Beschäftigte.

Von den KMU, die an der Befragung teilgenommen haben, gaben 95 % an, dass der Zugang zum Binnenmarkt für ihr Unternehmen wichtig ist. 25 % der KMU geben an, dass sie in hohem Maße vom Binnenmarkt profitieren, während 70 % der Meinung sind, dass sie in gewissem (34 %) oder geringerem Maße (36 %) davon profitieren, siehe Abbildung 18 in Anhang 1.

64% der befragten KMU exportieren an Privatunternehmen sowie an Einzelpersonen im Binnenmarkt. 43% beziehen Waren von anderen Unternehmen im Binnenmarkt, siehe, Abbildung 3. Zu weiteren Aktivitäten im Binnenmarkt zählen die Rekrutierung von Arbeitskräften (16%) und die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen (16%).

In diesem Bericht soll aufgezeigt werden, wie europäische Entscheidungsträger und die nächste Kommission die EU-Rechtsvorschriften weiter vereinfachen, harmonisieren und standardisieren können, damit innovative europäische KMU wachsen und ihre globale Wettbewerbsfähigkeit ausbauen können. Die 11 Empfehlungen in den folgenden Kapiteln sind konkrete Beispiele für Initiativen, die deutsche KMU fordern.

Abbildung 3: Deutsche KMU nutzen den Binnenmarkt hauptsächlich für Export und Beschaffung

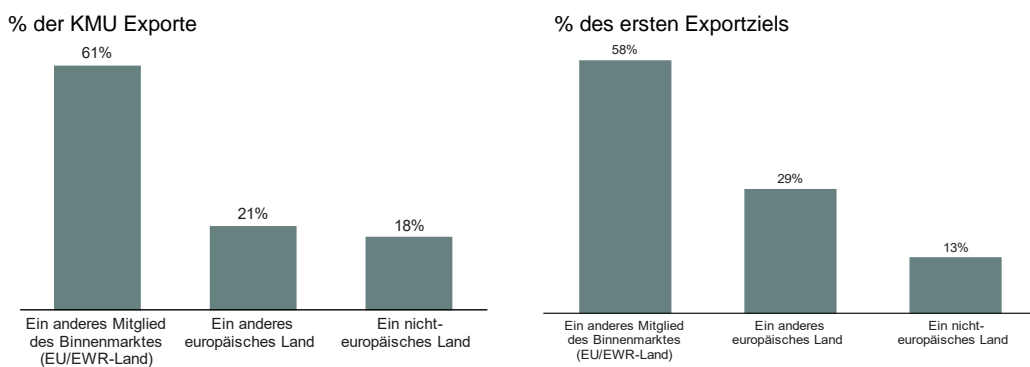


Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Welche Art von Geschäftstätigkeiten betreibt Ihr Unternehmen im Binnenmarkt?', n=438. Shares summarise to more than 100% as respondents can choose multiple answers.

Die Nachbarländer werden oft als natürliches erstes Exportziel für KMU angesehen. Im Durchschnitt sind 61% der KMU-Exporte für ein anderes Mitglied des Binnenmarktes bestimmt, und 42% werden in andere europäische Länder (21 %) oder außereuropäische Länder (18%) exportiert. 58% der KMU-Exporteure hatten ein anderes Binnenmarktland als erstes Exportziel. Im Gegensatz dazu hatten nur 29% ein anderes europäisches Land und 13% ein außereuropäisches Land als erstes Exportziel. Die Integration des Binnenmarktes hat daher die Zugangsbarrieren zu Märkten abgebaut, die auch für die KMU von besonderem Interesse sind.

Abbildung 4: Deutsche KMU exportieren hauptsächlich in Nachbarländer

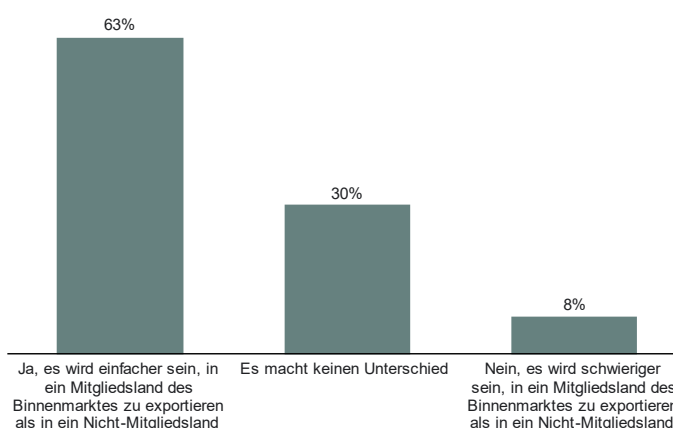


Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage (linke Abbildung): 'Welcher Anteil der Exporte Ihres Unternehmens ist für die unten aufgeführten Märkte bestimmt? (die Antworten sind so gestaltet, dass die Zahlen sich zu 100% addieren) - Ein anderes Mitglied des Binnenmarktes (EU/EEA country)?', n=507. Frage aus der Umfrage (rechte Abbildung): 'Was war das erste Exportziel Ihres Unternehmens?', n=642.

Darüber hinaus ist es für 63% der deutschen KMU einfacher, in ein Mitglied des Binnenmarktes zu exportieren als in ein Drittland, während 30% der Meinung sind, dass es keinen Unterschied macht, ob sie in ein Mitgliedsland oder in ein Drittland exportieren, und 8% sogar den Export innerhalb des Binnenmarktes schwieriger finden als außerhalb des Binnenmarktes. Außerdem gaben 43% der KMU an, dass die Ausfuhren in die Mitgliedstaaten des Binnenmarktes den Einstieg in Drittländer in gewissem Maße erleichtert haben, siehe Abbildung 21 and Abbildung 22 in Anhang 1. Der Binnenmarkt bietet eine starke Plattform für KMU, um zu expandieren, ihre Exporte zu diversifizieren und ihr Geschäft auszubauen, um im internationalen Wettbewerb bestehen zu können. Dies wird die Wettbewerbsfähigkeit, das industrielle Wachstum und die Fähigkeit Europas, globale Champions hervorzubringen, stärken.

Abbildung 5: Deutsche KMU können leichter in Länder des Binnenmarktes exportieren



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU

Hinweis: Frage aus der Umfrage: 'Erwarten Sie, dass es für Ihr Unternehmen einfacher wird, in Mitgliedsländer des Binnenmarktes zu exportieren im Vergleich zu Nicht-Mitgliedsländern?', n=520.

1.3 Der Binnenmarkt hat einen Hebeleffekt und bringt weltweite Einflussmöglichkeit

Der Binnenmarkt hat den Wohlstand in Deutschland nicht nur gefördert, indem er einen stärkeren ökonomischen Austausch zwischen seinen Mitgliedsländern ermöglicht hat. Durch seine Größe macht er die EU zu einem attraktiven Partner für Handelsabkommen und versetzt seine Mitglieder in die Lage, auf eine nachhaltigere Zukunft hinzuarbeiten. Einige Beispiele sind:



Umgang mit einer globalen Gesundheitskrise | Die zentralisierte Beschaffung von Impfstoffen auf EU-Ebene stärkte die Verhandlungsposition der Mitgliedstaaten und ermöglichte den rechtzeitigen Zugang zu Impfstoffen in größeren Mengen, zu guten Lieferbedingungen und von mehreren Lieferanten.^{17,18} Insgesamt sicherte sich die EU 4,2 Milliarden Impfdosen für die EU-Bürger.¹⁹



Wirtschaftliche Macht für EU-Sanktionen | Sanktionen sind ein wesentliches Instrument der gemeinsamen Außen- und Sicherheitspolitik der EU. Den meisten Sanktionsregelungen liegt der Wunsch zugrunde, die strategischen Entscheidungen staatlicher und nichtstaatlicher Akteure durch wirtschaftlichen Druck zu beeinflussen. Die Größe des Binnenmarktes erhöht den wirtschaftlichen Druck, der durch EU-Sanktionen, z. B. gegen Russland, ausgeübt wird.²⁰



Marktzugang und Diversifizierung des Handels | Die Größe des Binnenmarktes macht die EU zu einem attraktiven Wirtschaftspartner – einzelne EU-Mitgliedstaaten hätten allein nicht so viele und vorteilhafte Handelsabkommen schließen können.²¹ Deutsche Unternehmen haben Zugang zu 45 Handelsabkommen mit 78 Ländern, darunter die EFTA-Länder,^{22,23} und kein Handelspartner hat mehr Handelsabkommen als die EU.²⁴ Diese Abkommen haben den Zugang zu Rohstoffen und Zwischenprodukten verbessert und deren Preise gesenkt und sie ermöglichen bevorzugten Zugang zu wichtigen Exportmärkten.



Globale Standards setzen | Die Harmonisierung der rechtlichen Anforderungen und Spezifikationen für gehandelte Waren und Dienstleistungen im Binnenmarkt hat den Weg für eine Reihe europäischer Standards geebnet. In einer globalisierten Welt kann die Ausarbeitung oder gar Festlegung von Standards EU-Unternehmen einen entscheidenden First-Mover-Vorteil verschaffen, da ihre Anpassungskosten sinken und sie auf den Exportmärkten nach den Regeln ihres Heimatmarktes operieren können.²⁵ Mehrere europäische Standards wurden auf internationaler Ebene übernommen und moderne EU-Handelsabkommen fördern die weltweite Akzeptanz von EU-Standards, um gleiche Wettbewerbsbedingungen für europäische Unternehmen und ihre Mitbewerber aus Drittländern zu gewährleisten.²⁶



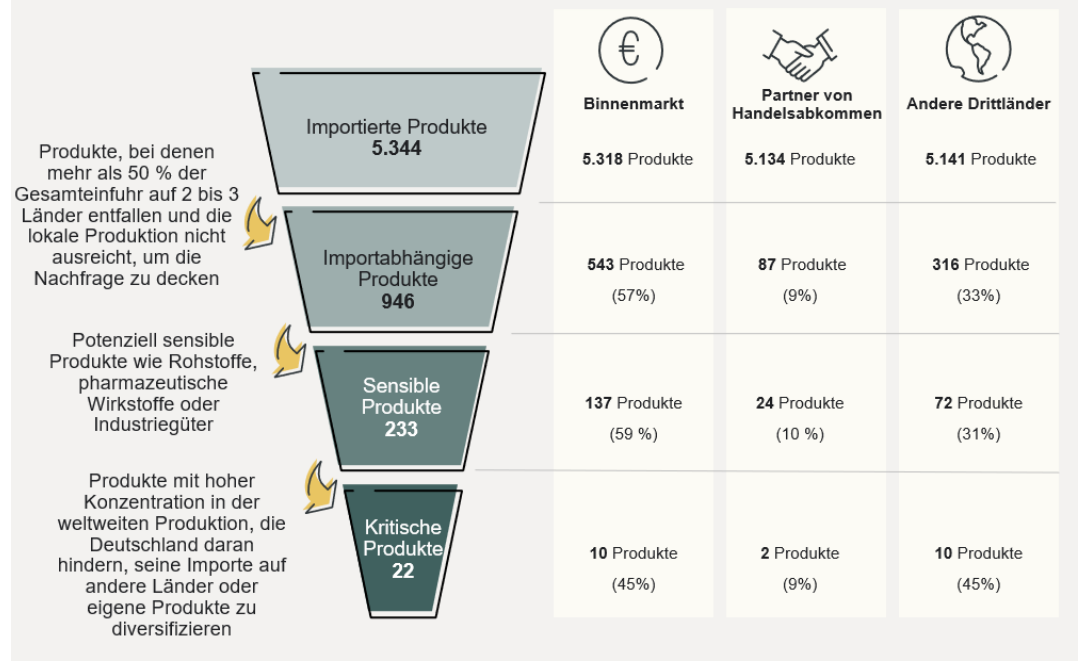
Balance zwischen Spezialisierung und Resilienz | Der Binnenmarkt ermöglicht es den Mitgliedstaaten, sich zu spezialisieren und zu importieren, was andere besser produzieren können, siehe Abbildung 6. Deutschland importiert derzeit 5.344 Produkte. Bei 946 dieser Produkte konzentrieren sich die Importe auf nur zwei oder drei Länder, von deren Zugang und guten politischen Beziehungen die deutsche Produktion und

Wirtschaft abhängt. Der größte Teil dieser Produkte wird von Partnern importiert, mit denen der Handel unter geregelten Bedingungen stattfindet (543 Produkte werden innerhalb des Binnenmarktes importiert und 87 von Partnern aus Handelsabkommen). Die verbleibenden 316 Produkte werden aus Drittländern importiert, und die Aushandlung von Handelsabkommen mit diesen Ländern kann deutschen Unternehmen helfen, ihre Importe weiter zu diversifizieren und widerstandsfähigere globale Lieferketten aufzubauen.

Abbildung 6: Der Binnenmarkt ermöglicht Spezialisierung und trägt zur Stärkung der Resilienz bei ²⁷

Deutschland importiert insgesamt 5.344 Produkte. Basierend auf einer von der Europäischen Kommission entwickelten Methodik haben wir die Importabhängigkeit Deutschlands anhand von drei verschiedenen Definitionen der Importabhängigkeit bewertet:

- **Importabhängige Produkte** | Bei Produkten dieser Gruppe stammen die Importe aus 2 bis 3 Ländern, und die heimische Produktion in Deutschland reicht nicht aus, um den Gesamtbedarf zu decken. Die hohe Konzentration von Importen kann deutsche Importeure Lieferstörungen des Handelspartners, beispielsweise logistische Herausforderungen und Produktionsstillstände, sowie geopolitischen Spannungen rund um den Handelspartner aussetzen.
- **Sensible importabhängige Produkte** | Diese Untergruppe der importabhängigen Produkte enthält Produkte, die für das Wohlbefinden der deutschen Bevölkerung (z. B. pharmazeutische Wirkstoffe) oder für die Aufrechterhaltung der Produktion (z. B. Rohstoffe und Vorprodukte) besonders wichtig sind. Die Sensibilität dieser Produkte erhöht den Druck für die deutsche Wirtschaft, sich den Zugang zu diesen Produkten zu sichern.
- **Kritische importabhängige Produkte** | Diese Untergruppe der sensiblen importabhängigen Produkte enthält Produkte, die in der globalen Versorgung stark konzentriert sind (die globale Versorgung konzentriert sich auf 2 bis 3 Länder). Das bedeutet, dass Deutschland seine Importabhängigkeit mit allen anderen Ländern teilt. Im Falle von Versorgungsunterbrechungen hat Deutschland (wie auch alle anderen Länder) nur sehr begrenzte Möglichkeiten, Importe auf andere Standorte umzuleiten.

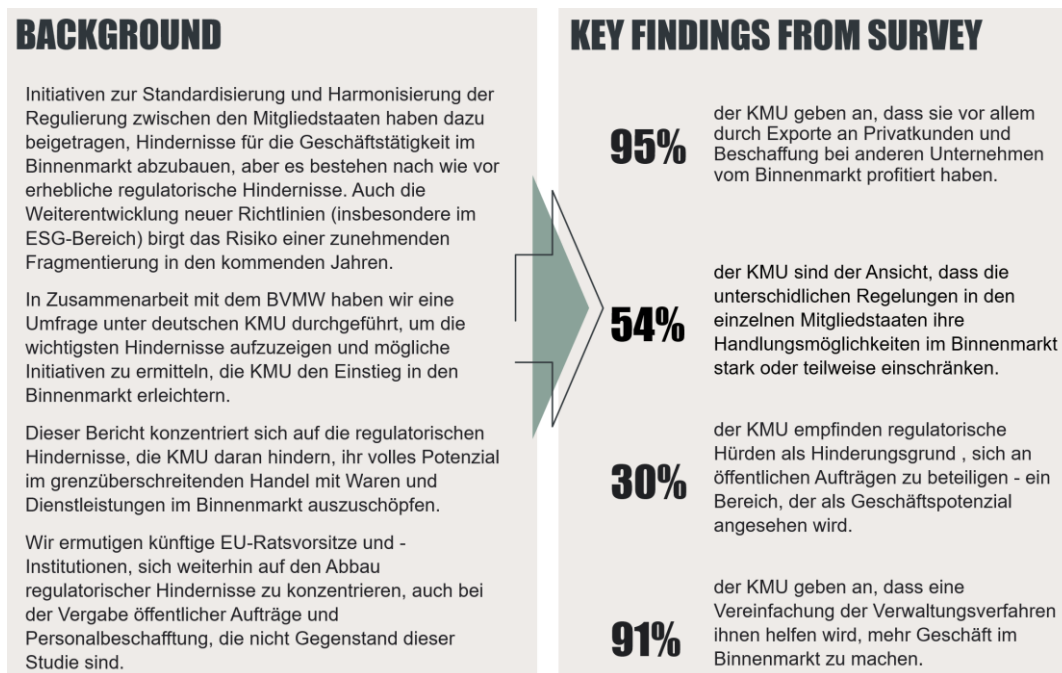


Quelle: Implement Economics auf Grundlage des BACI-Datensatzes (Grundlage für die Analyse des internationalen Handels).

Hinweis: Der BACI-Datensatz umfasst die bilateralen Handelsströme auf Produktebene im Jahr 2019. Die Produkte entsprechen der harmonisierten Systemnomenklatur (6-stelliger Code).

2 KMU fordern Harmonisierung und Vereinfachung der Rechtsvorschriften

Aus Kapitel 2 geht hervor, dass die unterschiedlichen regulatorischen Anforderungen das größte Hindernis für deutsche KMU sind, den Binnenmarkt als Plattform für Wachstum, Diversifizierung und globale Wettbewerbsfähigkeit zu nutzen.



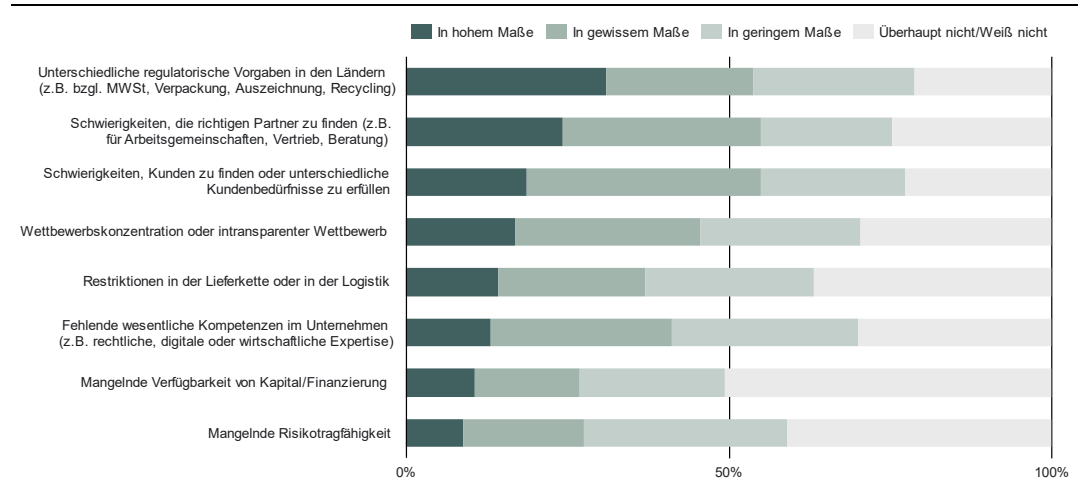
2.1 Ungleiche Regulierung behindert Wachstum im Binnenmarkt

Der Binnenmarkt hat die Hindernisse für einen freien grenzüberschreitenden Fluss von Waren, Dienstleistungen, Kapital und Menschen weitgehend beseitigt. Die deutschen KMU, die an der Umfrage teilgenommen haben, bestätigen, dass sie vom Binnenmarkt profitieren und es weiterhin Potenzial für eine Vereinfachung und Harmonisierung der Rechtsvorschriften gibt.

Für 95% der KMU-Experteure ist es wichtig, auf dem Binnenmarkt tätig zu sein, vor allem wegen der Exporte an Privatkunden und -kundinnen (Unternehmen und Privatpersonen) und zum Aufbau einer lokalen Präsenz (siehe Abbildung 3 und Abbildung 18 in Anhang 1). KMU-Experteure bestätigen zudem, dass sie ihr Geschäft im Binnenmarkt weiter ausbauen können. 75% der KMU sehen Potenzial für eine Steigerung ihrer Exporte an Privatkunden, 32% für die Beschaffung, 23% für den Aufbau einer lokalen Präsenz in anderen Mitgliedstaaten und 22% für die Anwerbung von Arbeitskräften (siehe Abbildung 19Anhang 1).

Die ungleichen Rechtsvorschriften in den Mitgliedstaaten gelten als das größte Hindernis für deutsche KMU, mehr Geschäfte im Binnenmarkt zu tätigen. 32 % der KMU geben an, dass dieses Hindernis ihre Möglichkeiten für die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt stark einschränkt (48% geben an, dass es in gewissem oder geringerem Maße ein kritisches Hindernis darstellt), siehe Abbildung 7. Fast ebenso kritisch wie die unterschiedliche Regulierung sind die Schwierigkeiten, die richtigen Partner und Kunden zu finden, sowie andere traditionelle Exporthemmnisse, die in der Regel auf nationaler Ebene durch verschiedene Exportförderungs- und Beschleunigungsaktivitäten angegangen werden.²⁸

Abbildung 7: Kritische Hindernisse für die Geschäftstätigkeit von exportierenden KMU im Binnenmarkt



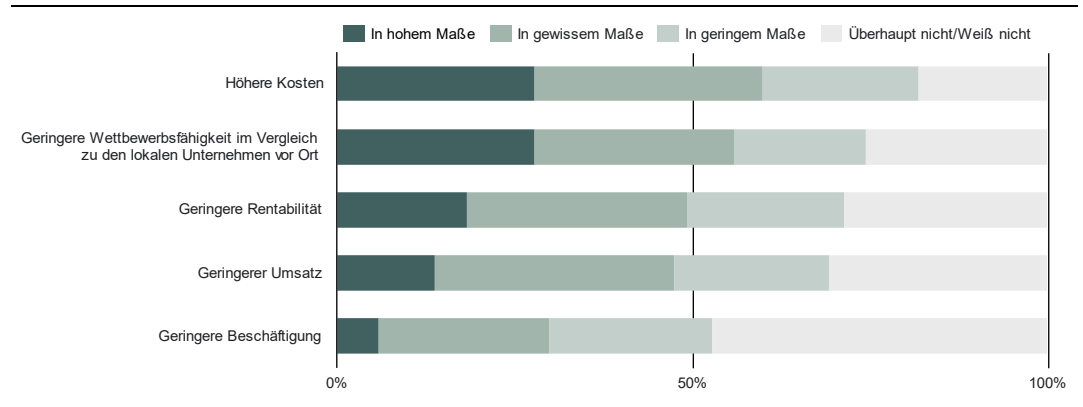
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Wodurch wird Ihre Geschäftstätigkeit im Europäischen Binnenmarkt behindert oder erschwert?', n=442.

2.2 Regulatorische Hemmnisse untergraben die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Mittelstands

60% der KMU sind der Meinung, dass regulatorische Hemmnisse ihre Kosten erhöhen (28% in hohem Maße), 56% sagen, dass regulatorische Ungleichheiten ihre Wettbewerbsfähigkeit untergraben (28% davon sagen, in hohem Maße) und 49% verzeichnen geringere Gewinne (18% davon sagen, in hohem Maße), siehe Abbildung 12.

Abbildung 8: Folgen regulatorischer Hemmnisse für exportierende KMU



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Welche Auswirkungen haben die regulatorischen Hindernisse in der Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt für Ihr Unternehmen?', n=442.

Aufgrund der regulatorischen Hemmnisse und ihrer Folgen entgehen der deutschen Wirtschaft erhebliche Möglichkeiten, mehr Nutzen für die Arbeitnehmer zu schaffen, indem mehr Arbeitsplätze geschaffen, besser bezahlte Arbeitsplätze geschaffen und die

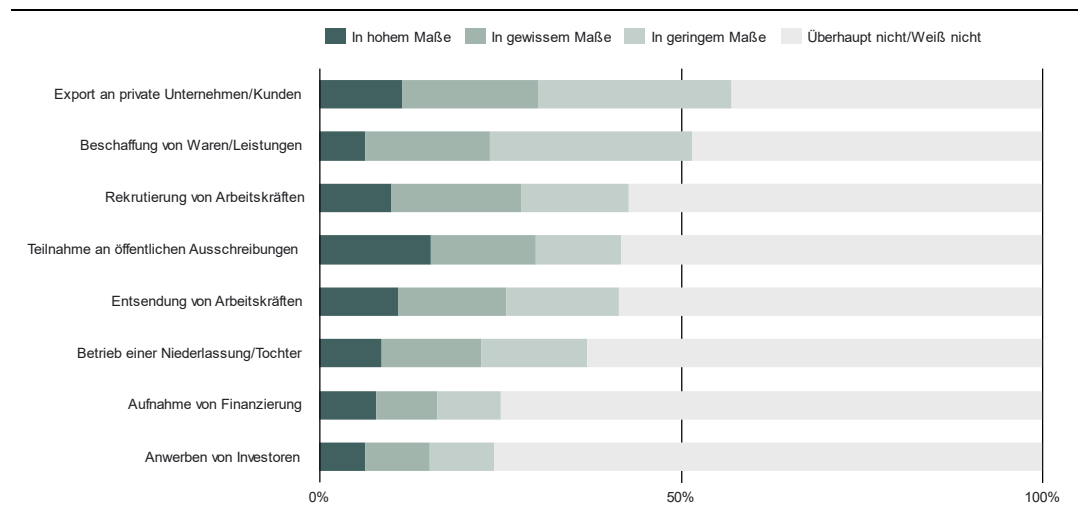
Arbeitsplatzsicherheit verbessert werden. Darüber hinaus könnten die Verbraucher von einem Abbau regulatorischer Hindernisse durch niedrigere Preise, eine größere Auswahl an Produkten, verbesserte Produktinnovationen und kürzere Lieferzeiten profitieren.

2.3 Regulatorische Hürden hindern KMU daran, ihr Geschäft zu skalieren

57% der KMU sind der Meinung, dass sie aufgrund regulatorischer Hindernisse nicht an Privatkunden exportieren können, Abbildung 9. Der Export an Privatkunden in einem anderen Mitgliedsland des Binnenmarktes ist eine Möglichkeit für KMU, ihr Geschäft zu erweitern, da er ihren Kundenstamm vergrößern und zu höheren Umsätzen und Erträgen führen kann, sowie die Möglichkeit bietet, das Kundenportfolio zu diversifizieren. Der Abbau rechtlicher Hindernisse kann daher dazu beitragen, den langfristigen Erfolg von KMU auf internationaler Ebene zu verbessern.

Darüber hinaus sind 52% der KMU der Ansicht, dass sie durch rechtliche Hindernisse daran gehindert werden, Beschaffungen im Binnenmarkt vorzunehmen, gleichzeitig schränken rechtliche Hindernisse aber auch die Möglichkeit ein, Arbeitskräfte anzuwerben und sich an öffentlichen Ausschreibungen zu beteiligen.

Abbildung 9: Regulatorische Hürden hindern exportierende KMU daran, mehr Geschäfte im Binnenmarkt zu machen



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

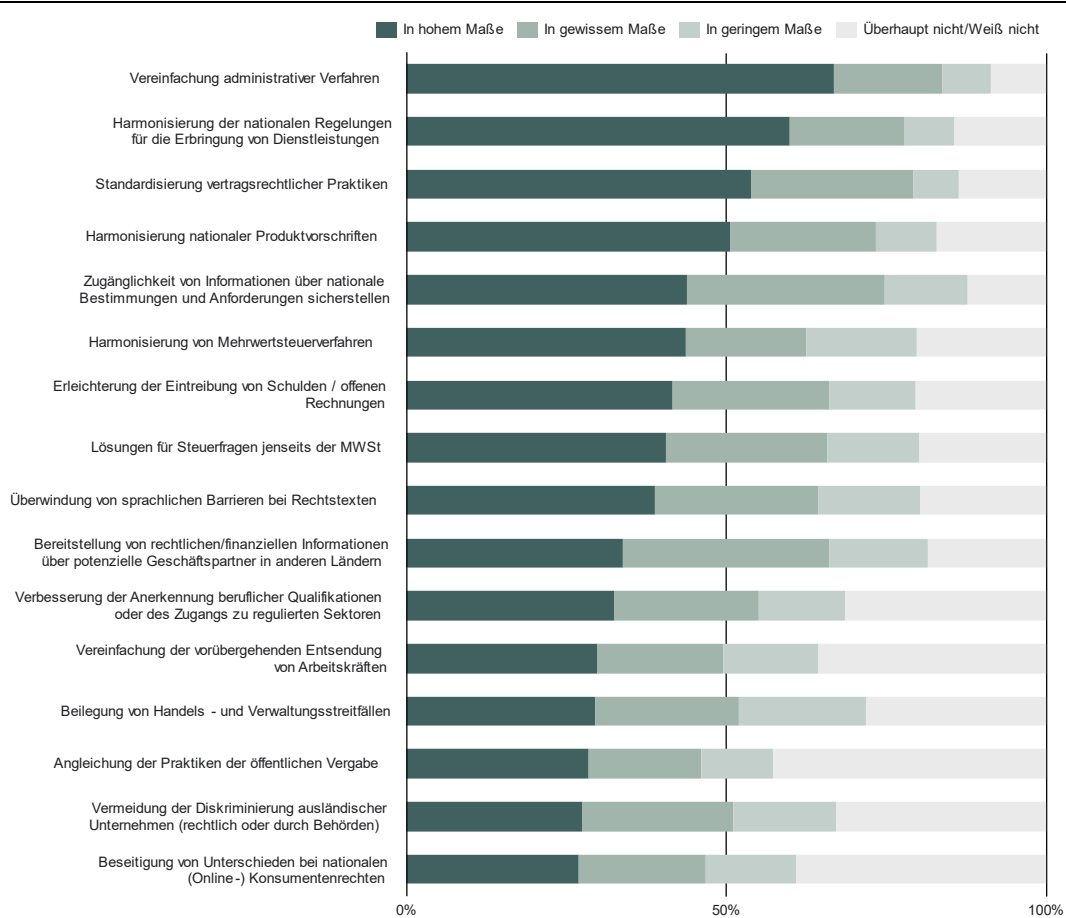
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit hindern regulatorische Hindernisse Ihr Unternehmen daran, im Binnenmarkt tätig zu werden?', n=427.

2.4 KMU fordern Vereinfachung und Harmonisierung der Rechtsvorschriften

Die befragten KMU nennen mehrere politische Initiativen, die zum Abbau regulatorischer Hemmnisse beitragen können.²⁹ 91% der KMU verweisen auf eine Vereinfachung der Verwaltungsverfahren; davon geben 67% an, dass diese Initiative ihnen in hohem Maße zu mehr Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt verhelfen würden. Die Forderung nach Vereinfachung steht im Einklang mit einigen Empfehlungen dieses Berichts, wie etwa einer ambitionierten Binnenmarktstrategie (Empfehlung Nr. 1), Prüfung des Datenverkehrs (Empfehlung Nr. 3), der unternehmensorientierten Gestaltung des digitalen europäischen Produktpasses (Empfehlung Nr. 7) und Anerkennung der digitalen Produktkennzeichnung (Empfehlung Nr. 10). Konkret begrüßen die deutschen KMU die folgenden Initiativen:

- **Harmonisierung der Umsatzsteuerverfahren** | Diese Forderung der deutschen KMU steht in direktem Zusammenhang mit unserer Empfehlung, eine einheitliche Umsatzsteuer-Identifikationsnummer einzuführen und das One-Stop-Shop-Verfahren auszubauen (Empfehlung Nr. 9).
- **Harmonisierung der nationalen Produkt- und Dienstleistungsvorschriften** | Durch die Aktualisierung des Europäischen Semesters (Empfehlung Nr. 4) und der Beseitigung von Barrieren für den Handel mit klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen (Empfehlung Nr. 6) soll die Umsetzung der EU-Rechtsvorschriften harmonisiert und die regulatorische Fragmentierung zwischen den Mitgliedern des Binnenmarktes verringert werden. Auch unsere Empfehlung zur verstärkten Nutzung der „Better Regulation Toolbox“ (Empfehlung Nr. 5) zielt darauf ab, die Umsetzung neuer Rechtsvorschriften zu erleichtern und eine erneute regulatorische Fragmentierung in Zukunft zu verhindern.
- **Sicherer Zugang zu Informationen über nationale Vorschriften und Anforderungen** | Unsere Empfehlungen zur Stärkung von SOLVIT (Nr. 2) und zur Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für die Extended Producer Responsibility (EPR)-Systeme der Mitgliedstaaten (Empfehlung Nr. 8) sollen deutschen KMU den Zugang zu Informationen erleichtern.
- **Erleichterte Einziehung von Zahlungen** | Unsere Empfehlung, Voraussetzungen für einfache, schnelle, zuverlässige und kostengünstige grenzüberschreitende Zahlungen zu schaffen (Empfehlung Nr. 11), zielt ebenfalls darauf ab, das Einziehen von Zahlungen zu vereinfachen.

Abbildung 10: Politische Initiativen können KMU helfen, mehr Geschäfte im Binnenmarkt zu tätigen

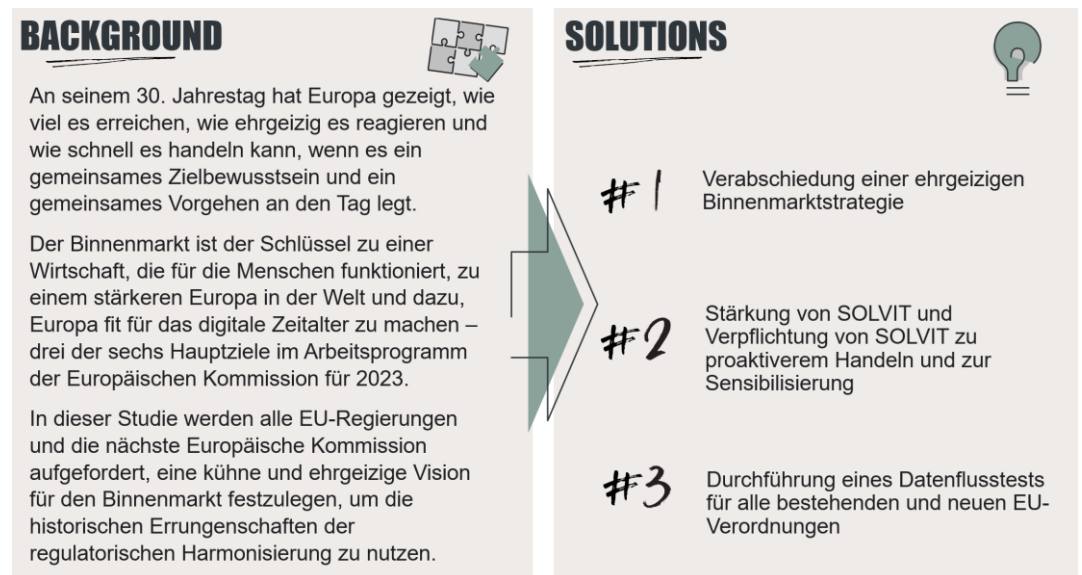


Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit könnten die folgenden politischen Maßnahmen Ihrem Unternehmen helfen, die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten?', n=434.

3 Eine mutige und ehrgeizige Vision für den Binnenmarkt

Kapitel 3 erläutert, wie die ersten drei spezifischen politischen Initiativen (#1 bis #3) KMU helfen können, durch eine mutige und ehrgeizige Vision für den Binnenmarkt dessen volles Potenzial auszuschöpfen.



#1 Verabschiedung einer ehrgeizigen Binnenmarktstrategie in geteilter Verantwortung zwischen Regierungen und der nächsten Kommission

Um die vier Freiheiten des Binnenmarkts zu gewährleisten, müssen die EU-Rechtsvorschriften ständig überprüft und aktualisiert werden. Der Binnenmarkt wird nie ein fertiges Produkt sein, sondern muss sich an technologische Entwicklungen, globale Bedingungen und zentrale gesellschaftliche Herausforderungen anpassen. Wir fordern die nächste Europäische Kommission auf, ehrgeizig und visionär zu sein, wenn es darum geht, die langfristige Wettbewerbsfähigkeit der EU zu sichern.

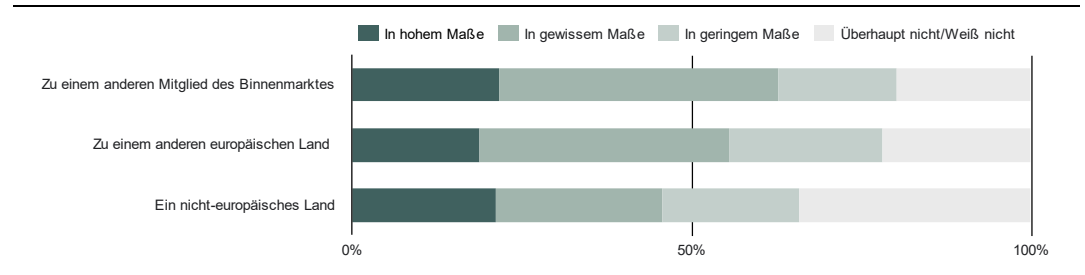
„Eine langfristige Sicht auf die Wettbewerbsfähigkeit zeigt, wie die EU auf ihren Stärken aufbauen und mehr erreichen kann als nur die Überbrückung der Wachstums- und Innovationslücke. Ein zukunftsorientierter, klar definierter und koordinierter EU-Rahmen fördert erfolgreiche Unternehmen, die auf dem Weltmarkt bestehen können, attraktive Arbeitsplätze bieten und globale Standards setzen.“³⁰

Mehr als 80% der KMU bestätigen, dass einfachere und harmonisierter Regulierungen ihnen helfen würden, mehr in den Binnenmarkt zu exportieren, fast der gleiche Anteil der KMU erwartet, dass dies positiven Einfluss darauf hätte, mehr in andere europäische Länder (78%) und sogar in außereuropäische Länder (66%) zu exportieren (siehe Abbildung 11).

Zum Erreichen dieses Ziels sollte die Europäische Kommission eine Strategie entwerfen, die den Binnenmarkt wieder klar in den Mittelpunkt des EU-Integrationsprojekts stellt. Die

Binnenmarktstrategie sollte einen ganzheitlichen Ansatz unter Betrachtung aller Aspekte von Unternehmen und Verbrauchern verfolgen und dabei sicherstellen, dass der Handel im Binnenmarkt nicht unnötig durch Vorschriften blockiert wird. Die Binnenmarktstrategie sollte durch eine starke politische Führung unterstützt werden und Regulierungen über alle wichtigen Bereiche des Binnenmarktes und Formen der Geschäftstätigkeit hinweg integrieren.

Abbildung 11: Einfache und harmonisierte Regularien können KMU helfen, mehr zu exportieren



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit erwarten Sie, dass eine weitere Vereinfachung und Harmonisierung der EU-Regulierung Ihrem Unternehmen helfen kann, die Exporte zu steigern?', n=420.

Eine ambitionierte Binnenmarktstrategie kann die komplexen und uneinheitlichen regulatorischen Anforderungen reduzieren, die für KMU wie Gedack und Pentagon Sports die Kosten in die Höhe treiben, wie in den nachstehenden Business Cases beschrieben.

KOMPLEXE UND UNEINHEITLICHE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN TREIBEN DIE KOSTEN IN DIE HÖHE

Gedack ist ein weltweit tätiges mittelständisches Unternehmen mit 40 Mitarbeitende und Sitz in Dessau-Roßlau. Das Unternehmen entwickelt, konstruiert und fertigt flexible Rohrleitungssysteme nach kundenspezifischen Anforderungen. Zu den Hauptabnehmern zählen die Bahnindustrie und Baufahrzeuge.



Call for action

Das Unternehmen Gedack ist bei seiner Geschäftstätigkeit im europäischen Binnenmarkt verschiedenen bürokratischen und regulatorischen Hürden ausgesetzt, nicht zuletzt aufgrund der Branche. So sind beispielsweise die Anforderungen an Rußpartikel und andere Emissionen komplex und oft national unterschiedlich. Ebenso wertet Gedack die Anforderungen an die Verpackungsmaterialien seiner Produkte auch auf dem europäischen Markt als schwer zu bewältigend ein. Um die Einhaltung verschiedener komplexer Anforderungen zu gewährleisten und die Einhaltung der EU- und länderspezifischen Anforderungen sicherzustellen werden Berater oder lokale Vertreter beauftragt, was zusätzliche Kosten generiert.

“Die Mehrkosten werden folglich in der Wertschöpfungskette an den Kunden weitergegeben und stellen eine potenzielle Bedrohung für die Wettbewerbsfähigkeit dar”

Ralf Mohs, Geschäftsführer Gedack Rohrsysteme



Potenzial

Der bestehende Flickenteppich aus Richtlinien, Verordnungen und nationalen Gesetzen treibt die Transaktionskosten für Unternehmen in die Höhe, und diese Kosten sind für KMU wie Gedack oft unverhältnismäßig hoch. Die Vereinfachung der Rechtsvorschriften, die Harmonisierung und die Einführung gemeinsamer Standards würden Kosten senken, was sich positiv auf Unternehmer auswirkt.

UNTERSCHIEDLICHE NATIONALE UND REGIONALE RECHTSVORSCHRIFTEN ERHÖHEN KOSTEN

Pentagon Sports hat seinen Sitz in Süddeutschland, Ellwangen, und verkauft seit über 10 Jahren Fahrräder, Zubehör und Freizeitartikel über das Internet. Sie ist einer der größten Online-Fahrradhändler in Deutschland und beschäftigt 40 Mitarbeitende. Ca. 20-25% ihres Umsatzes stammen aus dem internationalen Vertrieb, einschließlich der EU.

Call for action

Zwar konnte Pentagon auf dem europäischen Markt Wachstum und Erfolg verzeichnen, doch war die Expansion in andere Länder nicht ohne Schwierigkeiten und Risiken. So ist Pentagon auf verschiedene regulatorische Hindernisse gestoßen, die sich im Rahmen seiner Geschäftstätigkeit innerhalb des Binnenmarkts akkumulieren. Richard Badal, Geschäftsführer des Unternehmens, sagt, dass es einfach zu viele nationale Vorschriften, Gesetze und Anforderungen gibt, als dass ein kleines Unternehmen wie Pentagon den Überblick behalten könnte. So verlangen beispielsweise verschiedene Länder unterschiedliche Sicherheitslogos auf der Verpackung von Fahrrädern und dem entsprechenden Zubehör.

“Neben der fachlichen Expertise müssen unsere Mitarbeiter mit den Vorschriften zu Produkt- und Verpackungskonformitäten bestens vertraut sein, was einen hohen Aufwand erfordert.”

Richard Badal, Geschäftsführer Pentagon Sports

Potenzial

Die unterschiedlichen nationalen und regionalen Rechtsvorschriften erhöhen die Verwaltungskosten für Pentagon und stellen ein Hindernis für die Geschäftstätigkeit in der gesamten EU dar. Derzeit verfügt das Unternehmen über ein Team von 3 Mitarbeitenden, die die Einhaltung der Produkt- und Verpackungsanforderungen sicherstellen.

Die Vereinfachung der Rechtsvorschriften, die Harmonisierung und die Einführung gemeinsamer Standards würden die Kosten senken und es KMU wie dem Pentagon erleichtern, Verkäufe im gesamten Binnenmarkt zu tätigen, ohne unnötige Regulierungskosten zu verursachen.

#2 Stärkung von SOLVIT durch die Einrichtung eines Binnenmarkt-Ombudsmannes in jedem EU-Mitgliedstaat und Verpflichtung von SOLVIT, in strukturellen Fällen proaktiver zu handeln

SOLVIT ist ein Netzwerk, das 2002 eingerichtet wurde, um Menschen oder Unternehmen (kostenlos) zu helfen, wenn ihre grenzüberschreitenden Rechte im Binnenmarkt von Behörden verletzt werden – sei es auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene. SOLVIT beruht auf der Zusammenarbeit zwischen den Mitgliedstaaten unter der Schirmherrschaft der Europäischen Kommission. Es soll eine schnellere, informelle Alternative zur Einleitung eines Gerichtsverfahrens, zur Einreichung einer förmlichen Beschwerde bei der

Kommission oder zur Einleitung einer Petition bieten. SOLVIT-Zentren gibt es in allen EU-Mitgliedstaaten sowie in Island, Liechtenstein und Norwegen.

Eine Überprüfung der SOLVIT-Einrichtungen in den einzelnen Ländern zeigt, dass die europäischen Unternehmen sich der Möglichkeiten von SOLVIT nicht bewusst sind, und selbst wenn sie sich dessen bewusst sind, nutzen sie SOLVIT nur selten und haben oft kein Vertrauen in SOLVIT als relevanten Partner bei der Suche nach einer Lösung.³¹ Diese Schlussfolgerungen werden auch durch die im Rahmen dieser Studie geführten Interviews mit deutschen KMU bestätigt. Die Funktionalität von SOLVIT kann ebenfalls in mehreren Ländern verbessert werden:

- **Sicherstellung von Personal und Qualifikationen** | In einigen SOLVIT-Zentren herrscht ein Mangel an qualifizierten Sachbearbeiter:innen und erhöhte Personalfuktuation.³²
- **Angehen von strukturellen Problemen** | SOLVIT ist in vielen Fällen eine unzureichend genutzte, aber wertvolle Quelle von Informationen zu strukturellen Problemen.
- **Identifizierung regulatorischer Unsicherheiten** | SOLVIT wird hauptsächlich zur Meldung von Fällen falscher Anwendung von Binnenmarktvorschriften genutzt. Deutsche KMU, wie KHI Metals, wünschen sich mehr proaktive Initiativen zur Beseitigung der Rechtsunsicherheit, die sich aus widersprüchlichen und/oder sich überschneidenden Vorschriften in den europäischen Ländern ergibt, in die sie verkaufen.³³

Wir schlagen vor, in jedem EU-Mitgliedstaat einen Binnenmarkt-Ombudsmann oder eine Ombudsfrau einzusetzen (als Leiter*in von oder in Zusammenarbeit mit SOLVIT, beispielsweise von der Handelskammer ernannt), um die korrekte Anwendung der EU-Vorschriften sicherzustellen. Wir schlagen außerdem vor, die SOLVIT-Stellen zu verpflichten, in strukturellen Fällen proaktiv zu handeln und das Bewusstsein zu schärfen, beispielsweise durch strukturierte Gesprächsrunden mit nationalen Wirtschaftsverbänden. Schließlich sollte SOLVIT eine digitale Plattform für die Meldung von widersprüchlichen Vorschriften und zur Beseitigung von Rechtsunsicherheiten sein.³⁴ Diese Initiative sollte mit den von der Kommission vorgeschlagenen Büro-Anlaufstellen des Binnenmarkts in Einklang gebracht werden, aber wir empfehlen, dass ihr Mandat sie dazu verpflichtet, proaktiver zu handeln und die relevanten Nutzer, insbesondere KMU, zu sensibilisieren.

EIN EFFEKTIV FUNKTIONIERENDES SOLVIT-NETZ WÜRD NEUE MARKT-EINTRITTE ERLEICHTERN

KHI Metals ist ein kleines, 2-Personen-Unternehmen mit Sitz in Nordrhein-Westfalen, Deutschland, das 2006 gegründet wurde. Das Unternehmen ist als Vermittler in der Vermarktung von Stahlprodukten, Hydrauliksystemen für die Luftfahrt sowie Spezialkugellagern für die Raumfahrt und Drohnen tätig. Das Unternehmen fungiert als Vermittler zwischen französischen Produzenten und deutschen Abnehmern.



Call for action

Als kleines Unternehmen hat KHI Metals stark mit bürokratischen Hürden und der Einhaltung komplexer und divergierender gesetzlicher Anforderungen zu kämpfen. Dies umfasst alles von Provisionsabrechnungen über A1-Bescheinigungen bis hin zu umsatzsteuerlichen Vorregistrierungspflichten.

Der Geschäftsführer des Unternehmens, Kuno Humpert, hat SOLVIT bislang selbst nicht genutzt, merkt aber an, dass ein effektiv funktionierendes SOLVIT-Netz interne Ressourcen und Zeit bei der Bewältigung verschiedener rechtlicher Anforderungen sparen könnte.

“Wenn SOLVIT ausreichend robust und entwickelt ist, könnte es den Umgang mit den nationalen Behörden erheblich vereinfachen und als einzige Informationsquelle für unterschiedliche rechtliche und regulatorische Anforderungen dienen.”

Kuno Humpert, Geschäftsführer von KHI Metals



Potenzial

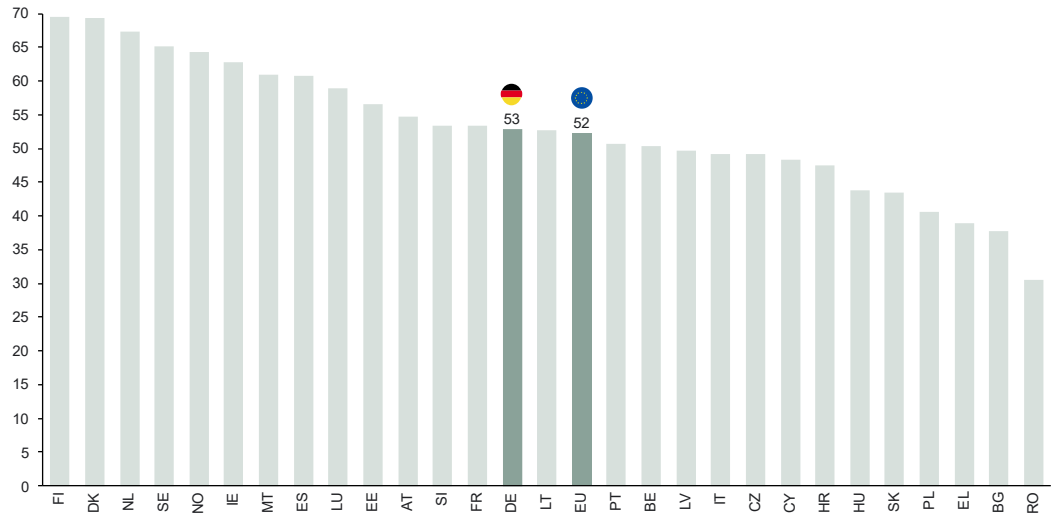
Aktuell kostet der Umgang mit bürokratischen Hürden und divergierenden Anforderungen für KHI Metals ca. zwei Arbeitstage pro Monat. Ein starkes und proaktives SOLVIT-Netz könnte KMU wie KHI Metals dabei helfen, über eine einzige Anlaufstelle für aktuelle, umfassende Informationen über nationale Anforderungen, Rechtsvorschriften und Rechtspraktiken zu verfügen. Eine solche Lösung würde es dem Unternehmen erleichtern und Zeit schaffen, sein Geschäft auszubauen.

#3 Durchführung eines Data-Flow Tests für alle bestehenden und neuen EU-Verordnungen

In der sich schnell entwickelnden globalen Landschaft von heute spielt die Digitalisierung eine entscheidende Rolle bei der Förderung des Wachstums, der Schaffung von Beschäftigungsmöglichkeiten und dem Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft durch ihre positiven Auswirkungen auf Umweltziele.³⁵ Durch die Nutzung digitaler Technologien sind KMU besser in der Lage, sich auf internationalen Märkten zu behaupten, ihre Prozesse zu verschlanken und ihre Exportfähigkeit zu verbessern.

Laut dem Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (DESI) 2022 liegt Deutschland über dem EU-Durchschnitt (53 gegenüber 52), bleibt aber hinter den europäischen digitalen Spitzenreitern zurück, siehe Abbildung 12.³⁶

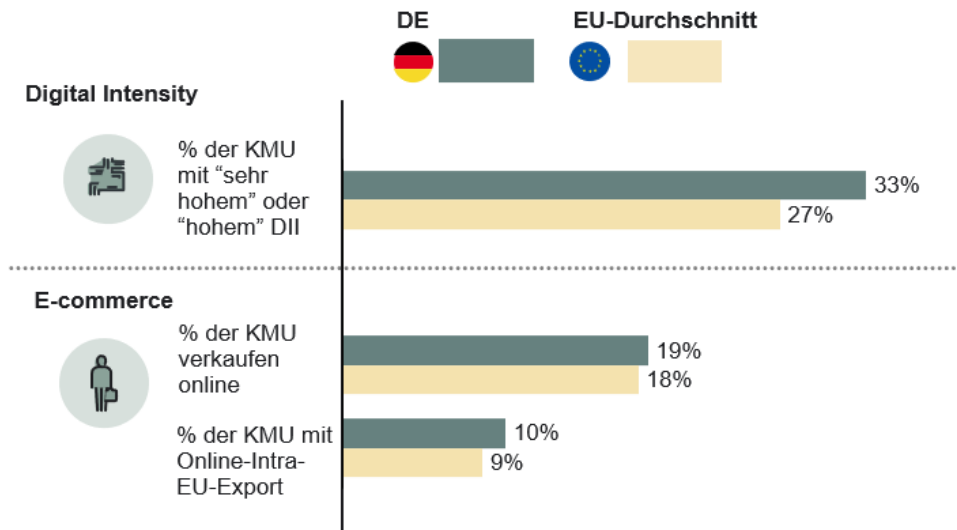
Abbildung 12: Die digitale Leistung Deutschlands liegt über dem EU-Durchschnitt



Quelle: Implement Economics basierend auf Daten der Europäischen Kommission aus dem Jahr 2022.
 Hinweis: Der DESI-Wert wird als gewichteter Durchschnitt aus vier verschiedenen Dimensionen berechnet: Digitale öffentliche Dienste, Integration digitaler Technologie, Konnektivität und Humankapital. Die Dimensionen sind gleichermaßen bedeutend und erhalten daher bei der Berechnung das gleiche Gewicht. Die Indikatoren innerhalb jeder Dimension werden nach ihrer Bedeutung gewichtet.

Gemessen am Digital Intensity Index (DII Version 4) liegen die deutschen KMU über dem EU-Durchschnitt, siehe Abbildung 13. Im Vergleich zu anderen KMU in der EU scheinen die deutschen KMU in Bezug auf ihr Engagement im E-Commerce-Vertrieb weiter fortgeschritten zu sein: 19% der deutschen KMU verkaufen online (EU-Durchschnitt 18%) und 10% der deutschen KMU exportieren online innerhalb der EU (EU-Durchschnitt 9%).

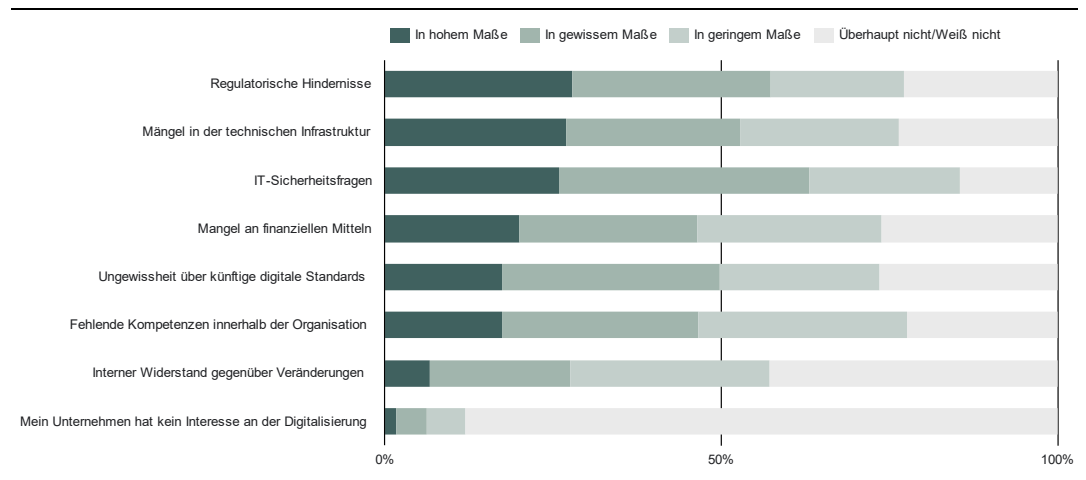
Abbildung 13: Die Performance deutscher KMU beim Einsatz digitaler Tools³⁷



Quelle: Implement Economics basierend auf Daten der Europäischen Kommission über die Anwendung digitaler Tools.
 Hinweis: Der Digital Intensity Index misst die Nutzung verschiedener Technologien durch Unternehmen und spiegelt das Ausmaß der Digitalisierung von Unternehmen wider. Die Datenpunkte beziehen sich nur auf KMU, definiert als Unternehmen mit 10-249 Beschäftigten.

Gleichzeitig hindern mehrere Faktoren deutsche KMU daran, mehr digitale Tools zu etablieren (siehe Abbildung 14). Die KMU nennen regulatorische Hindernisse (28%) und Mängel in der technologischen Infrastruktur (27%) als die beiden Hauptfaktoren, die sie stark davon abhalten, mehr digitale Tools einzuführen. Darüber hinaus behindern IT-Sicherheitsprobleme, fehlende finanzielle Ressourcen und Unsicherheit über zukünftige digitale Standards in geringerem Maße die Einführung digitaler Tools.

Abbildung 14: Mehrere Faktoren hindern deutsche KMU daran, mehr digitale Tools einzusetzen



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit hindern die folgenden Faktoren Ihr Unternehmen daran, mehr digitale Technologien einzusetzen?', n=420. Deficiencies in the technological infrastructure include e.g. access to/quality of high-speed internet in the municipality where the company is located.

86% der KMU sind der Meinung, dass der verstärkte Einsatz digitaler Instrumente ihrem Unternehmen helfen kann, mehr über den Binnenmarkt zu verkaufen, während 37% sogar glauben, dass dies ihre Exporte in hohem Maße unterstützen kann (siehe Abbildung 25 in Anhang 1).

Das Spannungsfeld zwischen Datenschutz und Datenfluss prägte die digitale Wirtschaft von Beginn an. Datenfluss, d.h. die Möglichkeit für Unternehmen, auf Daten zuzugreifen, sie zu nutzen und zu übertragen, ist Voraussetzung für die Digitalisierung. Dies gilt zum Beispiel für die Entwicklung von "Internets der Dinge" (IoT) und künstlicher Intelligenz, die auf die Verarbeitung großer Datenmengen angewiesen ist.

Digitale Technologien und Lösungen ermöglichen und beschleunigen auch den grünen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft.³⁸ So sind beispielsweise digitale Lösungen ein entscheidender Faktor für die Nachfrageflexibilität im Hinblick auf die bevorstehende Verdoppelung des Stromverbrauchs in Europa bis 2050. Auch die Bereitstellung von Echtzeitdaten zur Unterstützung klimafreundlicher Verkehrsentscheidungen oder eines klimabewussteren Heizverhaltens in den Häusern der Menschen ist ein kostengünstiger Weg zur Dekarbonisierung. Darüber hinaus hängen Maßnahmen zur Sicherung der Energieversorgung, mit denen die Einfuhren fossiler Brennstoffe in die EU verringert werden sollen, auch von digitalen Lösungen ab. Etwa 40 % der Bemühungen um das angestrebte Niveau der EU-Gasnachfrage werden ein gewisses Maß an digitaler Befähigung erfordern.

Daher ist es wichtig, ungerechtfertigte Hindernisse für den Datenverkehr im Binnenmarkt zu beseitigen, wie es die Europäische Kommission beispielsweise bei der Regulierung des freien Datenverkehrs versucht hat.³⁹ Es bestehen nach wie vor diverse Hürden für

den Datenfluss, die häufig auf Vorschriften zum Schutz der Privatsphäre (Datenschutz) zurückzuführen sind.⁴⁰ Dies ist ein legitimes Schutzinteresse, das in der EU-Grundrechtesatzung geregelt ist.

Angesichts des überwiegenden Schutzinteresses an der Privatsphäre empfehlen wir der Europäischen Kommission, einen Vorschlag vorzulegen, um den Datenfluss so weit wie möglich zu fördern. Der Vorschlag sollte die Einführung eines „Datenflusstestes“ beinhalten, damit ungerechtfertigte Hindernisse beseitigt werden. Dabei müssen Hindernisse, die dem Schutz der Privatsphäre dienen, so gestaltet werden, dass sie den Datenverkehr möglichst wenig einschränken.

Eine solche Prüfung würde den Gesetzgeber und die Aufsichtsbehörden (auf EU- und auf nationaler Ebene) dazu verpflichten, den freien Datenverkehr bei der Anwendung von Datenschutzvorschriften (z. B. Ausarbeitung neuer Anforderungen, Annahme von Leitlinien oder Entscheidungen in Einzelfällen) systematisch zu berücksichtigen. Somit würde die Prüfung den Vorrang des Datenschutzes in der EU anerkennen, aber das Risiko von Missbrauch, das dem Datenverkehr, der Innovation und einem grünen Wandel abträglich wäre, begrenzen. Durch die Beseitigung ungerechtfertigter Hindernisse für den Datenverkehr werden die Verwaltungskosten für europäische Unternehmen gesenkt, nach Ansicht deutscher KMU, wie beispielsweise VecCtor (siehe nachfolgender Business Case) eines der Haupthindernisse für eine Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt.

DATENFLUSS BEIM VERSAND TECHNOLOGISCHER KOMPONENTEN SOLLTE VERBESSERT WERDEN

VecCtor ist ein kleiner, fünfköpfiger Technologielieferant mit Fokussierung auf Prozessanalyse und -optimierung sowie Datenerfassung und Digitalisierung. Ihr Kernprodukt ist ein digitaler Software-as-a-Service-Hub, welcher kundenspezifisch konzipiert wird. Das Unternehmen hat seinen Sitz in Norddeutschland, Lübeck, Kunden sind in der DACH-Region, aber auch im Nahen Osten und Afrika.

Call for action

Als Anbieter vielfältiger Technologie- und IT-Dienstleistungen ist VecCtor in einer Branche tätig, die zahlreichen Datenschutzanforderungen unterliegt. Der Direktvertrieb von Hardware, welcher ebenfalls unter die Geschäftsfähigkeiten von VecCtor fällt, bringt weitere Herausforderungen mit sich. Die umfangreichen und unterschiedlichen Datenanforderungen und Dokumentationen, die für den Versand bestimmter Technologien oder Komponenten, wie z. B. Batterien, erforderlich sind, stellen erhebliche Hürden dar. Erschwerend kommt hinzu, dass es in der EU keine gemeinsame Plattform oder keinen gemeinsamen Dienstleister gibt, um diese Prozesse zu rationalisieren, so dass VecCtor gezwungen ist, sie manuell zu verwalten.

Potenzial

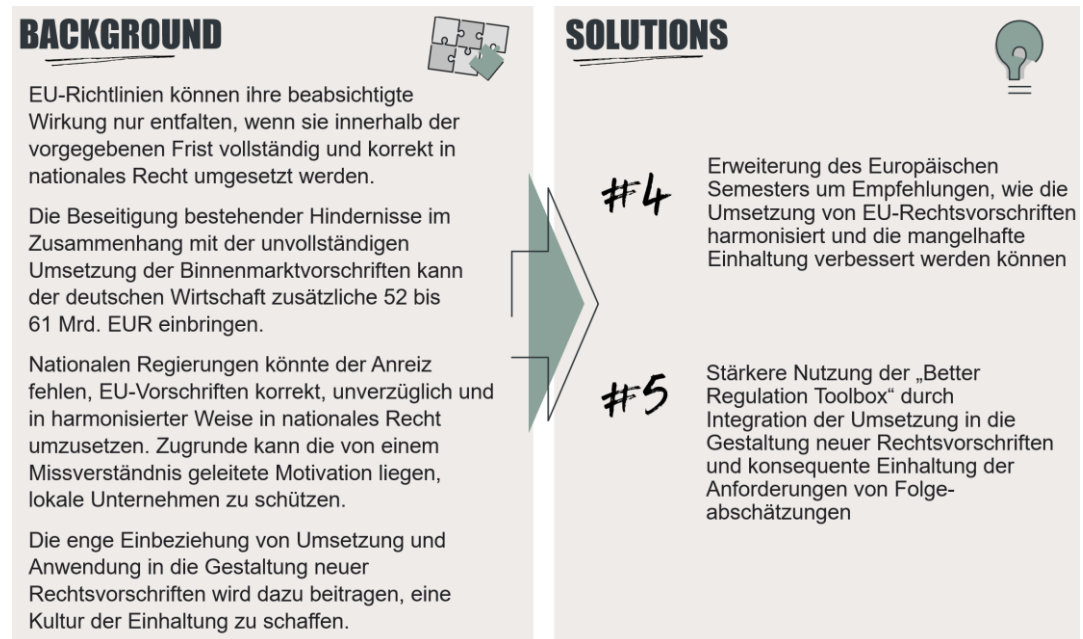
Das Fehlen einer einheitlichen und unkomplizierten Technologie sowie einer zentralen Plattform (mit den erforderlichen Daten) für die Verwaltung der Versandprozesse bedeutet für VecCtor eine Menge zusätzlicher Arbeit und behindert den potenziellen Datenfluss.

“Da unsere Produktpalette breit gefächert ist und die Vorschriften sehr unterschiedlich sind, sprechen wir nicht von einmaligen, sondern wiederkehrenden Aufwänden und Kosten.”

Thorsten Möller, Vertriebsleiter der VecCtor GmbH

4 Eine Kultur des Vertrauens aufbauen und Compliance gewährleisten

Kapitel 4 beleuchtet zwei weitere spezifische politische Initiativen (#4 und #4), die KMU helfen können, durch eine Vertrauenskultur, welche Compliance gewährleistet, das volle Potenzial des Binnenmarktes auszuschöpfen.



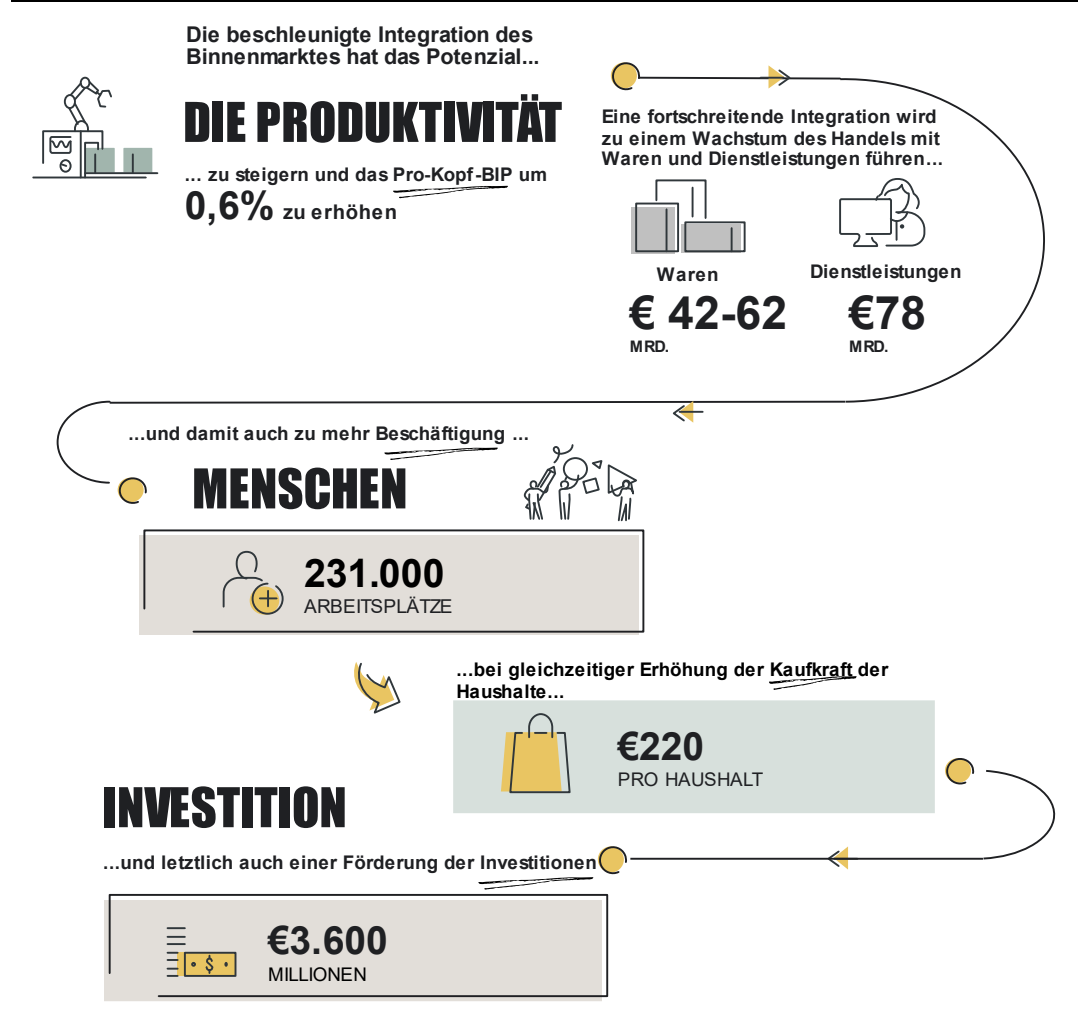
#4 Erweiterung des Europäischen Semesters um Empfehlungen, wie die Umsetzung von EU-Rechtsvorschriften harmonisiert und Compliance gewährleistet werden kann

Die Beseitigung von Hindernissen, die auf unvollständige Umsetzung von EU-Vorschriften zurückzuführen sind, wird voraussichtlich EU-weit große wirtschaftliche Vorteile bringen. Nach Schätzungen der Europäischen Kommission würde die Beseitigung von Hindernissen im Zusammenhang mit der unvollständigen Umsetzung der EU-Binnenmarktvorschriften das BIP der EU jährlich um 520 bis 600 Milliarden Euro erhöhen (eine dauerhafte Erhöhung des Einkommensniveaus in der EU).⁴¹

Ähnliche Auswirkungen sind in Deutschland zu erwarten. Wenn der Nutzen für Deutschland dem deutschen Beitrag zum gesamten EU-internen Handel entspricht, könnte das Pro-Kopf-BIP jährlich um 0,6 % steigen, und der Waren- und Dienstleistungssektor würde das deutsche BIP dauerhaft um 120 bis 140 Mrd. EUR jährlich erhöhen (42 bis 62 Mrd. EUR bzw. 78 Mrd. EUR für Waren und Dienstleistungen⁴²). Außerdem werden durch die höhere Zahl von Waren und Dienstleistungen voraussichtlich 231.000 Arbeitsplätze jährlich geschaffen. Die Vorteile werden an die deutschen Haushalte weitergegeben, deren Einkommen voraussichtlich dauerhaft im Durchschnitt um 220 EUR steigen wird. Schließlich werden die Investitionen voraussichtlich um 3,6 Mrd. EUR jährlich steigen (see Figure 15). Diese Zuwächse wiederholen sich jedes Jahr und nehmen im Laufe der Zeit zu.⁴³

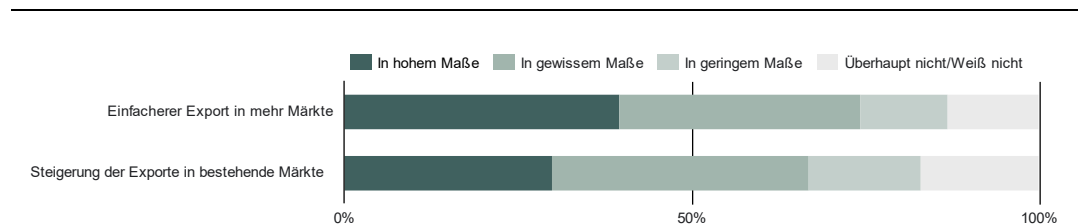
Angesichts des bestehenden Anteils Deutschlands am Handel im Binnenmarkt und des von den an der Umfrage teilnehmenden KMU ermittelten Handelspotenzials dürften die Vorteile eines verbesserten Marktzugangs für deutsche Unternehmen hoch sein.

Figure 15: Potential benefits for Germany from removing existing barriers in the Single Market



Die KMU, die an dieser Umfrage teilgenommen haben, sind sich im Allgemeinen einig, dass eine nationale Angleichung der EU-Rechtsvorschriften ihnen helfen kann, ihre Exporte zu steigern, sowohl in bestehenden als auch neuen Märkten, siehe Abbildung 16.

Abbildung 16: Eine stärkere Angleichung der EU-Vorschriften in den Mitgliedstaaten würde das Wachstum von KMU-Exporteuren fördern

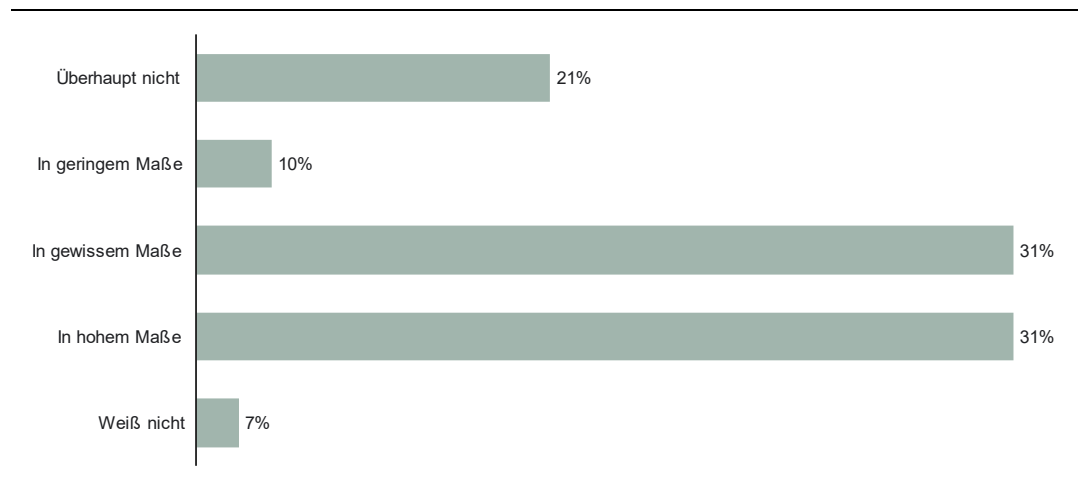


Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit würde es Ihrem Unternehmen helfen, mehr zu exportieren, wenn alle Mitgliedstaaten die EU-Vorschriften zur gleichen Zeit und auf die gleiche Weise umsetzen würden?', n=428.

Die bestehende Umsetzungslücke untergräbt das Vertrauen von Unternehmen sowie Bürger:innen in einen effektiv funktionierenden Binnenmarkt. Die Lücke sendet auch ein klares Signal an die einzelnen Regierungen, dass die mangelnde Einhaltung der Vorschriften kaum Konsequenzen hat. Die Mehrheit der KMU, die an der Umfrage teilgenommen haben (63 %), ist der Meinung, dass die Kommission in großem oder einem gewissen Umfang mehr Befugnisse haben sollte, um die Mitgliedstaaten zur Einhaltung der EU-Vorschriften zu zwingen, siehe Abbildung 17.

Abbildung 17: Viele KMU sind der Meinung, dass die Europäische Kommission mehr Befugnisse haben sollte



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.

Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit meinen Sie, dass die Europäische Kommission mehr Befugnisse haben sollte, um die Mitgliedstaaten zur Einhaltung der EU-Vorschriften zu zwingen?', n=428 (376 Exporteure und 52 potenzielle Exporteure).

Wir schlagen daher vor, Empfehlungen zur Schließung der Compliance-Lücke und zur Harmonisierung der Umsetzung von EU-Rechtsvorschriften in das Europäische Semester aufzunehmen. Der Vorteil besteht darin, dass das Europäische Semester aufgrund einer Mischung aus Überwachungsmechanismen und möglichen Sanktionen durch eine Kombination aus hartem und nicht zwingendem Recht geregelt wird, die als Anreiz für die Regierungen genutzt werden können, die Lücke bei der Einhaltung der Vorschriften zu schließen.

Die vorgeschlagene Lösung wird mehrere der regulatorischen Hindernisse beseitigen, die deutsche KMU, wie z. B. unten beschriebener Case von BabyFORTE, daran hindern, mehr Geschäfte über den Binnenmarkt zu tätigen.

„GRAUZONEN“ ZWISCHEN NATIONALEN UND EU-VORSCHRIFTEN FÜHREN ZU UNSICHERHEIT

BabyFORTE Medical ist ein 20-köpfiges Unternehmen mit Sitz in Berlin, das sich auf hochwertige Nahrungsergänzungsmittel für Frauen und Männer, mit Kinderwunsch sowie werdende Mütter spezialisiert hat. Das Unternehmen verfügt über zwei Marken im Zusammenhang mit Fruchtbarkeit – BabyFORTE® und MascuPRO,® die es sowohl im Inland als auch auf dem europäischen Binnenmarkt vertreibt.



Call for action

Die regulatorische Fragmentierung stellt eine erhebliche Herausforderung für BabyFORTE dar und betrifft einen großen Teil des Produktportfolios des Unternehmens. Einzelne Länder innerhalb des Binnenmarktes haben unterschiedliche Regelungen für die Inhaltsstoffe von BabyFORTE, z.B. Höchstmengen an Mikronährstoffen wie B-Vitaminen, Zink oder Selen. Darüber hinaus variiert die Klassifizierung der Produkte als Nahrungsergänzungsmittel oder Arzneimittel. In der EU sind Nahrungsergänzungsmittel als Lebensmittel reguliert, aber die Liste der regulierten Nahrungsergänzungsmittel ist begrenzt, und viele natürliche Substanzen und Kräuter, wie sie in den Produkten von BabyFORTE enthalten sind, werden darin nicht aufgeführt. Arzneimittel werden jedoch auf nationaler Ebene geregelt, und die rechtlichen Auslegungen und Anwendungen unterscheiden sich stark von Land zu Land.

“In den EU-Ländern gibt es unterschiedliche Auslegungen von Nährstoffen und Regeln, welche Aussagen in Bezug auf unsere Produkte gemacht werden dürfen. So gibt es beispielsweise unterschiedliche Anforderungen an die maximale Menge an Folsäure.”

Anna-Maria Silinger, Gründerin und CEO von BabyFORTE Medical



Potenzial

Die „Grauzonen“ der Regulierung, die in einigen Branchen und für einige Produktkategorien wie Nahrungsergänzungsmittel bestehen, sorgen in Unternehmen für erhebliche Unsicherheit und fördern eine fragmentierte Regulierung. Nur durch Begrenzung dieser Unklarheiten können EU-Vorschriften korrekt und konsequent angewandt und Umsetzungslücken geschlossen werden. Das ist notwendig, um die Markteintrittskosten zu senken und KMU wie BabyFORTE die EU-weite Expansion zu ermöglichen.

#5 Stärkere Nutzung der „Better Regulation Toolbox“ durch Integration der Umsetzung in die Gestaltung neuer Rechtsvorschriften und konsequente Einhaltung der Anforderungen von Wirkungsfolgenabschätzungen

Qualitativ hochwertige Rechtsvorschriften sind eine Voraussetzung dafür, dass die politischen Ziele der EU auf möglichst einfache, effiziente und wirksame Weise erreicht werden können. Darüber hinaus ist eine qualitativ hochwertige Gesetzgebung ein Mittel zur Vermeidung von Überregulierung und unnötigem Verwaltungsaufwand für Bürger:innen, Verwaltungen und Unternehmen (insbesondere KMU). Schließlich sind qualitativ hochwertige Rechtsvorschriften so konzipiert, dass ihre Umsetzung und praktische Anwendung erleichtert wird.

Die bestehende Umsetzungslücke und die hohen Verwaltungskosten, von der im Binnenmarkt grenzüberschreitend tätige Unternehmen berichten, zeigen, dass mehr

getan werden kann, um die EU-Rechtsvorschriften so zu gestalten, dass die Komplexität und die Verwaltungskosten der Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt wirksam verringert werden. Die „Better Regulation Toolbox“, deren zentraler Bestandteil die Folgenabschätzung ist, bietet der Kommission die Möglichkeit, qualitativ hochwertige politische Maßnahmen zu konzipieren, zu realisieren und deren Umsetzung zu unterstützen.⁴⁴

Wir empfehlen der Europäischen Kommission die verstärkte Nutzung der „Better Regulation Toolbox“, indem sie das Erfordernis der Folgenabschätzung beibehält und mehr Gewicht auf die Integration der Umsetzung in die Gestaltung neuer Vorschriften legt. Die in diesem Papier formulierte Empfehlung steht im Einklang mit der Forderung nach besserer Rechtsetzung in dem Non-Paper von 15 EU-Regierungen:

“Bessere Rechtsetzung ist der Eckpfeiler eines gut funktionierenden Binnenmarktes und eines zukunftssicheren, transparenten und stabilen Rechtsrahmens, der darauf abzielt, den Regulierungsaufwand zu verringern und die Wettbewerbsfähigkeit zu fördern. Im Allgemeinen ermöglicht ein übergreifender und technologieneutraler Ansatz die Nutzung der innovativsten Technologien.”

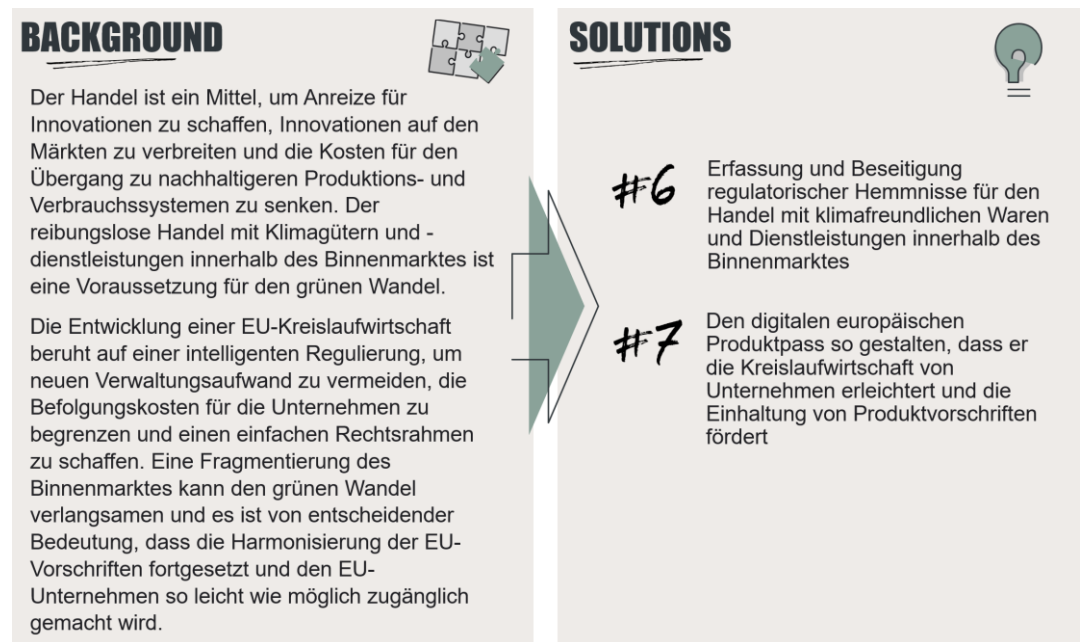
Insbesondere fordern die 15 Regierungen die neue Kommission auf, die Folgenabschätzungen konsequenter und gründlicher durchzuführen:

- Hinzufügen einer gründlichen, zeitnahen und qualitativ hochwertigen Wirkungsfolgeabschätzung zu jedem legislativen Vorschlag und Sicherstellung der Konsultation mit den Stakeholdern.
- Durchführung einer Wettbewerbsanalyse und die Berücksichtigung der kumulativen Auswirkungen und Kosten verschiedener Initiativen und bestehender Regelungen auf die Wettbewerbsfähigkeit der EU-Unternehmen, insbesondere der KMUs und Kleinstunternehmen.
- Berücksichtigung der Auswirkungen auf den Binnenmarkt und seine „vier Freiheiten“, um Überlappungen zu vermeiden und die Kohärenz des legislativen Rahmens sicherzustellen.
- Prüfung der Erweiterung des Mandats des Ausschusses für die Überprüfung der Rechtsvorschriften, damit dieser spezifisch die Durchführung von Wirkungsfolgeabschätzungen in Fällen anfordern kann, in denen diese nicht durchgeführt wurden.

Die vorgeschlagene Lösung wird dazu beitragen, mehrere der bestehenden regulatorischen Hemmnisse abzubauen, auf die deutsche KMU hingewiesen haben, und die qualitativ hochwertige Gestaltung künftiger Rechtsvorschriften wird das Risiko verringern, dass in Zukunft neue administrative Hindernisse und unbeabsichtigte negative Auswirkungen auftreten.

5 Beseitigung regulatorischer Handelshemmnisse zur Schaffung eines grünen und kreislauforientierten Binnenmarkts

In Kapitel 5 werden zwei spezifischen politischen Initiativen (#6 und #7) vorgestellt, welche KMU helfen können, durch die Beseitigung regulatorischer Handelshemmnisse zur Schaffung eines grünen und kreislauforientierten Binnenmarkts beizutragen und so dessen volles Potenzial auszuschöpfen.



#6 Erfassung und Beseitigung regulatorischer Hemmnisse für den Handel mit klimafreundlichen Waren und Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes

Der Übergang zu einem neuen dekarbonisierten Produktions- und Verbrauchssystem setzt voraus, dass klimarelevante Technologien und Dienstleistungen verfügbar werden und umfassend zum Einsatz kommen. Der Abbau regulatorischer Hindernisse für den Handel mit klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen im Binnenmarkt kann die Dekarbonisierung in Europa beschleunigen, indem Marktsignale strukturiert, Anreize für Innovationen geschaffen und die Kosten für die Einführung neuer Technologien gesenkt werden. Ein vollständig integrierter Binnenmarkt für klimafreundliche Güter und Dienstleistungen wird auch die internationale Wettbewerbsfähigkeit der EU-Hersteller stärken.

Mit dem Nationalen Energie- und Klimaplan (NECP) hat sich Deutschland dazu verpflichtet, die Treibhausgasemissionen bis 2030 um 55% gegenüber 1990 zu senken. Damit treibt Deutschland Investitionen in erneuerbare Energien voran und verpflichtet sich, bis 2030 30% des Endenergieverbrauchs aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen. Die zusätzlichen Investitionen zur Verwirklichung der Energie- und Klimaziele werden bis 2030 auf 42,8 Mrd. EUR geschätzt, wovon ein erheblicher Teil für neue erneuerbare Energien und Netze bestimmt sein wird.⁴⁵

Regulatorische Hemmnisse behindern den weltweiten Handel mit klimafreundlichen Gütern erheblich (bis zu zehnmal mehr als Zölle⁴⁶); zu den drei wichtigsten gehören technische Handelshemmnisse (vor allem Normen, technische Vorschriften und Kennzeichnungsanforderungen sowie Konformitätsbewertungsverfahren, Produktprüfung und -zertifizierung), Lokalisierungsanforderungen sowie Herausforderungen im Zusammenhang mit der öffentlichen Beschaffung.

Regulatorische Hemmnisse behindern auch den freien Fluss von klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes. Die Windkraftindustrie beispielsweise ist mit komplexen, widersprüchlichen und fragmentierten Regelungen konfrontiert, die ihre globale Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen.⁴⁷ Da Windenergie bis 2030 voraussichtlich 43 % des europäischen Strombedarfs decken wird, machen regulatorische Hindernisse den grünen Wandel übermäßig kostspielig und belasten die öffentlichen Haushalte.⁴⁸

Eine exakte Definition von klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen ist schwierig, und es besteht die Gefahr, dass die Komplexität des Problems den Fortschritt verzögert und vielleicht sogar den Abbau regulatorischer Handelshemmnisse im Binnenmarkt behindert. Wir schlagen daher vor, einen Prozess einzurichten, bei dem die Europäische Kommission einen "schrittweisen" Ansatz zur Harmonisierung der Rechtsvorschriften mit den folgenden drei Schritten anwendet:

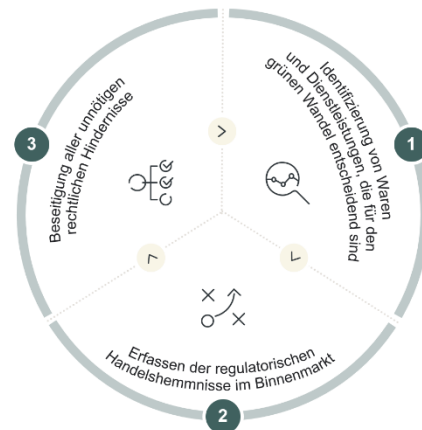
- **Schritt 1** | Erstellen einer anfänglichen Liste klimafreundlicher Güter und Dienstleistungen. Eine vorläufige Liste wird in der eingehenden Analyse der Binnenmarkthindernisse für den Handel mit klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen angeboten, die als Ausgangspunkt für die Arbeit dienen könnte. Dabei könnte es sich um eine Mindestaufstellung klimafreundlicher Güter und Dienstleistungen handeln, die nach allgemeinem Dafürhalten für den grünen Übergang entscheidend sind.
- **Schritt 2** | Bestandsaufnahme regulatorischer Hemmnisse, die den freien Handel mit den definierten klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen im grenzüberschreitenden Binnenmarkt einschränken. Die Bestandsaufnahme sollte umfassend sein und alle unternehmens- und kundenrelevanten Aspekte abdecken. Die Bestandsaufnahme sollte auch alle Quellen regulatorischer Hemmnisse berücksichtigen, wie beispielsweise mangelnde Einhaltung von EU-Vorschriften, Fragmentierung in der nationalen Umsetzung von EU-Vorschriften, Rechte des geistigen Eigentums, ungleicher Zugang zu öffentlichen Aufträgen usw.
- **Schritt 3** | Ergreifen mutiger Maßnahmen zur Beseitigung unnötiger oder ungerechtfertigter regulatorischer Hemmnisse für den Handel mit klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen, die den grünen Wandel sowohl auf EU-Ebene als auch auf nationaler Ebene behindern.

Der iterative Prozess ist in der nachstehenden Abbildung dargestellt. Die drei Schritte sollten wiederholt werden, um eine erweiterte Liste grüner Waren und Dienstleistungen zu erhalten.

Ein Fahrplan für die Schaffung eines echten europäischen grünen Binnenmarkts

Wir schlagen ein schrittweises Vorgehen vor, um unnötige regulatorische Hindernisse für den Handel mit Umweltgütern und -dienstleistungen im Binnenmarkt zu beseitigen:

- Vervollständigung des dreistufigen Prozesses für eine erste Liste von Umweltgütern und -dienstleistungen, die für den grünen Wandel von entscheidender Bedeutung sind, und Beseitigung unnötig restriktiver rechtlicher Hindernisse im Binnenmarkt.
- Erweiterung der Liste, sobald neue innovative Klimalösungen erscheinen, und Wiederholung des dreistufigen Prozesses.
- Kontinuierlich sicherstellen, dass neue Regelungen nicht zu einer Fragmentierung des Binnenmarktes für Klimagüter und -dienstleistungen führen



#7 Gestaltung des digitalen europäischen Produktpasses so, dass er die Kreislaufwirtschaft von Unternehmen erleichtert und die Einhaltung von Produktvorschriften fördert

Der digitale Produktpass (DPP) ist ein zentraler Vorschlag der Ökodesign-Verordnung für nachhaltige Produkte (Ecodesign for Sustainable Product Regulation, ESPR), der darauf abzielt, Informationen über ein Produkt über die gesamte Wertschöpfungskette hinweg zu sammeln, um einen umfassenden Überblick über Materialien und Produkte sowie die damit verbundenen Umweltauswirkungen zu vermitteln. Darüber hinaus soll dies durch die sektorspezifische Produktgesetzgebung erweitert werden, um auch die Anzeige von Informationen zur Produktkonformität zu verbessern.

Ein gut konzipierter DPP kann wichtige produktspezifische Informationen digital zur Verfügung stellen und sie den Akteuren der Wertschöpfungskette leichter zugänglich machen. Als solches kann er Unternehmen als leistungsfähiges Instrument beim Leisten ihres Beitrags zur Dekarbonisierung dienen. Wird der DPP jedoch nicht sorgfältig und unter Einbeziehung der Betroffenen, insbesondere der KMU, wie beispielsweise Klümper, konzipiert, besteht die Gefahr, dass er für die Unternehmen einen hohen Verwaltungsaufwand und hohe Kosten verursacht, was sein Potenzial deutlich einschränkt und einen Mangel an Einheitlichkeit innerhalb des Binnenmarktes verursacht.

Daher empfehlen wir für den DPP folgende Merkmale:

- Es werden ausschließlich obligatorische Produktinformationen erfasst in dem Wissen, wie komplex und zeitaufwändig sich die Erfassung detaillierter Informationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette gestaltet.
- Die benötigten Daten müssen mit bestehenden Datenbanken und Systemen abgeglichen werden, damit das Entstehen von Silos oder doppelter Aufwand vermieden werden.
- Die Rechte des geistigen Eigentums werden geschützt – was wiederum eine sorgfältige Prüfung der Daten erfordert, die für das Erreichen der Ziele absolut relevant sind (im Wesentlichen werden nur unbedingt erforderliche Daten verlangt).

DDP-ANFORDERUNGEN MÜSSEN RELEVANT, GERECHT UND NICHT DISKRIMINIEREND GGÜ. KMU SEIN

Klümper ist ein niedersächsisches Familienunternehmen, das sich auf Gourmet-Schinken spezialisiert hat. Das Unternehmen ist Marktführer bei Innovationen und Premium-produkten, trotz eines schrumpfenden Marktes. Während Deutschland der Hauptmarkt ist, verkauft Klümper weltweit – rund 14 % des Umsatzes stammen aus dem EU-Markt.



Call for action

Dennis Badberg, Vertriebsleiter bei Klümper, stellt fest, dass sich die EU-Länder zunehmend mit verschiedenen länderspezifischen Anforderungen und Vorgaben ihrer Branche abschnitten. So unterscheiden sich beispielsweise die Anforderungen an die Spezifikation von Rohstoffen von Land zu Land. In den Niederlanden und Österreich besteht ein zunehmender Kennzeichnungsbedarf, wenn nur niederländische oder österreichische Rohstoffe verwendet wurden. Ebenso ist das Unternehmen verschiedenen länderspezifischen Anforderungen an die Verpackungsgestaltung und -kennzeichnung ausgesetzt, z.B. in Bezug auf Nährwertangaben. Die Berichterstattung über erforderliche Informationen, insbesondere wenn die Anforderungen vielfältig sind und sich ändern, ist kostspielig und zeitaufwändig.

“Wir haben eine Vollzeitstelle, deren Hauptaufgabe es ist, die verschiedenen Besonderheiten des Produktpasses händlerübergreifend zu bearbeiten.”

Dennis Badberg, Vertriebsleiter bei Klümper



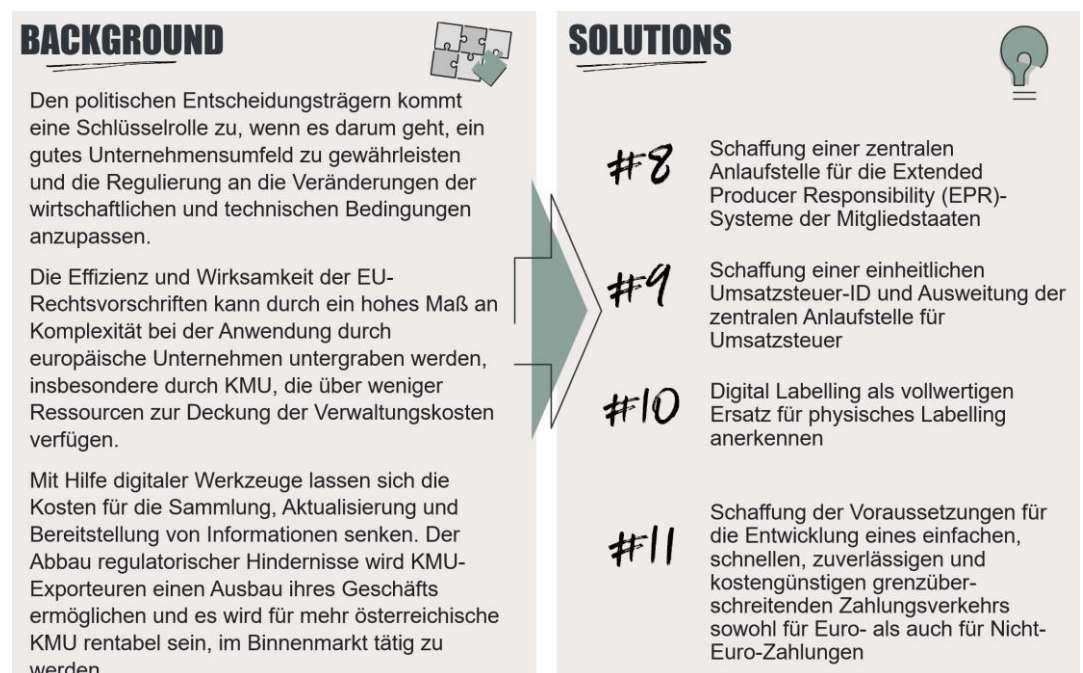
Potenzial

Die Meldung der erforderlichen Informationen für Produktpässe kann insbesondere für KMU mit hohem Verwaltungsaufwand und hohen Kosten verbunden sein und die Gefahr bergen, dass zirkuläre Arbeitsprozesse in Unternehmen erschwert werden, was das Potenzial des DPP einschränken würde.

KMU wie Klümper betonen, dass der DPP die Ressourcen berücksichtigen sollte, die für eine Erfassung detaillierter Informationen entlang der gesamten Wertschöpfungskette erforderlich sind. Daher sollten ausschließlich Daten erforderlich sein, die zum Erreichen der Nachhaltigkeitsziele als relevant angesehen werden. Darüber hinaus sollte eine Harmonisierung der Anforderungen angestrebt werden, um die Einhaltung der Vorschriften zu erleichtern und das Potenzial des DPP zu heben.

6 Nutzung digitaler Tools zur Kostensenkung und Schaffung von Wachstumsbedingungen

Kapitel 6 stellt die letzten vier spezifischen politischen Initiativen (#8 bis #11) vor, welche KMU helfen können, durch die Nutzung digitaler Tools zur Kostensenkung und Schaffung von Wachstumsbedingungen im Binnenmarkt beizutragen und so dessen volles Potenzial auszuschöpfen.



#8 Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für die Extended Producer Responsibility (EPR)-Systeme der Mitgliedstaaten

Die erweiterte Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility, EPR) ist ein Instrument der EU-Umweltpolitik, das die Verantwortung für das Sammeln, Sortieren und Behandeln von Produkten in der Verwertungsphase auf die Hersteller überträgt. Die EPR-Systeme unterscheiden sich innerhalb der EU deutlich, sowohl zwischen den Mitgliedstaaten als auch zwischen den verschiedenen Produktkategorien innerhalb der Mitgliedsstaaten. Across the EU, there are well above 81 different EPR regulations (Packaging, WEEE – Waste of Electrical and Electrical Equipment, SUP – Single Use Plastics) to comply with.⁴⁹

Harmonisierte EPR-Regelungen können dazu beitragen, die Kreislaufwirtschaft im Binnenmarkt zu stärken und gleichzeitig unnötige Kosten und bürokratischen Aufwand für ein umweltbewusstes Handeln der Unternehmen zu senken.

Wir empfehlen die Einführung eines wirklich harmonisierten EU-weiten Mechanismus für den Umgang mit EPR-Belangen: eine digitale One-Stop-Shop-Lösung für alle EPR-Belange, die eine einheitliche EPR-Registrierung und -Meldung in allen Mitgliedstaaten erleichtern würde. Dieser One-Stop-Shop würde auch als zentrales und aktuelles Informationsportal über die Anforderungen an die erweiterte Herstellerverantwortung in allen Mitgliedstaaten dienen.

Eine solche Lösung sollte den bürokratischen Aufwand sowohl für die Produzenten als auch für die Behörden drastisch reduzieren. Die Lösung sollte dazu beitragen, die EPR für die EU-Hersteller kostengünstiger zu gestalten, die EPR-Vorschriften für alle in einem bestimmten Mitgliedstaat verkauften Produkte einzuhalten, und gleichzeitig regulatorische Handelshemmnisse im Binnenmarkt abzubauen (und damit den Handel zu fördern) und die Kreislaufwirtschaft zu stärken.

#9 Schaffung einer einheitlichen Umsatzsteuer-ID und Ausweitung der zentralen Anlaufstelle für Umsatzsteuer

Gegenwärtig benötigt ein KMU für eine Umsatzsteuerregistrierung im Durchschnitt 13 Dokumente, muss 100 Tage auf die Erteilung der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer warten, rund 8.000 EUR pro Land und Jahr an Compliance-Kosten bezahlen und bis zu 60 Umsatzsteuererklärungen pro Land und Jahr einreichen.⁵⁰ Im Jahr 2022 schlug die Europäische Kommission eine Reihe von Maßnahmen vor, um das Mehrwertsteuersystem der EU zu modernisieren und für Unternehmen besser funktionsfähig und widerstandsfähiger gegen Betrug zu machen, indem Digitalisierung als Chance gesehen und gefördert wird (Vorschlag "Mehrwertsteuer im digitalen Zeitalter"). Trotz der Vereinfachungen, die durch das europäische Mehrwertsteuer-One-Stop-Shop-System eingeführt wurden, stoßen KMU (wie Atec oder Heim & Büro unten) weiterhin auf Herausforderungen bei den Mehrwertsterverfahren.

MEHRWERTSTEUER-REGISTRIERUNG ERSCHWERT EU-EXPANSION

Atec ist führend bei universellen Abgassystemlösungen im Kunststoff- und Edelstahlbereich für Heiztechnikhersteller und den Fachgroßhandel. Das Unternehmen beschäftigt derzeit 47 Mitarbeiter und erwirtschaftet einen Jahresumsatz von 38 Millionen Euro. Atec hat seinen Hauptsitz in Neu Wulmstorf bei Hamburg, es exportiert in die Schweiz, Österreich, Ungarn und Belgien – mit einem Anteil von rund 23 % am Umsatz.



Call for action

Im Vergleich zum Verkauf in die Schweiz, der mit umständlichen Zollabfertigungs-verfahren verbunden ist, sieht Atec die Vorteile des Binnenmarktes und des Mehrwertsteuer-OSS. Das Unternehmen steht jedoch immer noch vor Herausforderungen im Zusammenhang mit der Mehrwertsteuerregistrierung und -berichterstattung, die vereinfacht werden könnten. Die Weiterleitung von Mehrwertsteuer-Identifikationsnummern von verschiedenen ausländischen Behörden ist nicht einfach zu erhalten.

Darüber hinaus gibt es auch einige spezifische praktische Verbesserungen, die am Mehrwertsteuer-OSS-Portal vorgenommen werden könnten, um die Überprüfung von Unternehmen hinter neuen Anfragen zu erleichtern – so stellt der Geschäftsführer von Atec, Guido Jobst, fest, dass ausländische Mehrwertsteuer-Identifikationsnummern oft in unterschiedlichen Formaten gemeldet werden, die mit dem Portal nicht kompatibel sind, und daher ein Verweis auf länderspezifische Portale erforderlich ist.

“Zum Beispiel sind nicht-deutsche Nummern oft in einem anderen Format und nicht über das Portal erreichbar, was eine Suche im länderspezifischen Portal erfordert.”

Guido Jobst, Geschäftsführer von Atec



Potenzial

Die Mehrwertsteuer-OSS war ein Schritt in die richtige Richtung, aber die Einführung einer einheitlichen Mehrwertsteuer-Identifikationsnummer hätte erhebliche Auswirkungen auf die Kosten und die Geschwindigkeit, mit der Unternehmen wie Atec in der Lage sind, ihre Geschäftstätigkeit auf den gesamten Binnenmarkt auszuweiten. Eine solche Verbesserung würde auch den Verkauf erheblich erleichtern und sich direkt auf den Zugang zu günstigeren und besseren Dienstleistungen und Waren in der EU auswirken.

ANFORDERUNGEN AN MEHRWERTSTEUER-REGISTRIERUNG ERHÖHT KOSTEN BEI EU-EXPANSION

2010 in Nister gegründet, startete Heim & Büro als Start-up und ist heute ein weit über Deutschland hinaus agierendes Unternehmen. Die Eigenmarkte, ONVAYA,[®] umfasst verschiedene Produkte, von Haushaltsartikeln und Altenpflege bis hin zu Büroprodukten und mehr.



Call for action

Trotz vieler Vereinfachungen der europäischen Mehrwertsteuerprozesse durch die Einführung des One-Stop-Shop-Systems (OSS) sieht sich Heim & Büro, wie viele andere KMU auch, nach wie vor mit erheblichen Schwierigkeiten im Zusammenhang mit Umsatzsteuerverfahren konfrontiert. Um seine Produkte in anderen Ländern, wie z. B. Spanien, zu lagern und zu verkaufen, muss das Unternehmen in diesen Ländern umsatzsteuerlich registriert sein. Dies gilt für alle Länder, in denen Heim & Büro seine Produkte lagert oder lagern möchte. Das Erstellen und Einreichen von Umsatzsteuerberichten in verschiedenen Ländern ist mit hohen Verwaltungskosten verbunden und erfordert viel Zeit.

“Die Registrierung erfordert mehrere Tausend Euro pro Jahr, gestaffelt nach dem Umsatz im jeweiligen Land, da die Kosten stufenweise ansteigen.”

Thomas Weigel, Geschäftsführer von Heim & Büro



Potenzial

Die Schaffung einer einheitlichen Mehrwertsteuer-Identifikationsnummer in der EU und die Ausweitung des Mehrwertsteuer-OSS auf alle Warentransaktionen würde es KMU wie Heim & Büro ermöglichen, ihre umsatzsteuerlichen Verpflichtungen mit einer einzigen Registrierungsnummer zu erfüllen. Dies würde dazu beitragen, die Komplexität zu verringern und die Kosten im Zusammenhang mit der Mehrwertsteuerregistrierung zu senken.

Wir fordern die Europäische Kommission auf, den Vorschlag "Mehrwertsteuer im digitalen Zeitalter" ohne Verzögerungen zu verabschieden und damit eine einheitliche Umsatzsteuer-ID in der EU zu schaffen und das bestehende Konzept der einzigen Anlaufstelle für die Mehrwertsteuer auf alle Warentransaktionen (einschließlich EU-weiter Lagerplatzierung und Weiterverkäufe) auszuweiten. Eine solche Vereinfachung wird es KMU ermöglichen, ihren umsatzsteuerlichen Pflichten mit einer einzigen Umsatzsteuer-Identifikationsnummer nachzukommen, was Kosten und Komplexität reduziert und das Wachstum fördert. Weniger aufwändige Umsatzsteuerverfahren zählen zu den politischen Initiativen, die deutsche KMU als entscheidend für vermehrte Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt beschreiben.

Neben einem geringeren Verwaltungsaufwand und einfacherem Zugang zum europäischen Binnenmarkt für KMU werden auch die Steuerbehörden von einer einheitlichen Umsatzsteuer-Identifikationsnummer profitieren, da geringere Komplexität die Einhaltung der Vorschriften erhöht.⁵¹ Aus Sicht der öffentlichen Finanzen der Mitgliedstaaten wird die Vereinfachung wahrscheinlich zu einem vermehrten Handel führen, was zusätzliche Umsatzsteuereinnahmen nach sich zieht und den Wettbewerb auf

dem EU-Markt erhöht. Schließlich werden die Kunden von einer größeren Auswahl, wettbewerbsfähigeren Preisen und einem besseren Einkaufserlebnis beim Online-Kauf von Waren profitieren.

#10 Anerkennung des Digital Labelling als vollwertigen Ersatz für physisches Labelling

Um Produkte auf dem EU-Markt in Verkehr bringen zu können, müssen Hersteller verschiedene Angaben zur Konformität ihrer Produkte machen – sowohl auf EU-Ebene als auch auf Ebene der Mitgliedstaaten. Unterschiedliche Kennzeichnungsvorschriften bedeuten für die Hersteller einen hohen Ressourcen- und Verwaltungsaufwand, insbesondere für KMU, die kleinere Mengen verkaufen. Zudem setzt die EU nach wie vor ausschließlich auf die physische Kennzeichnung von Produkten und/oder Produktverpackungen, während die digitale Kommunikation auf Produktetiketten nur auf freiwilliger Basis erfolgt.

Die digitale Kennzeichnung (z.B. durch einen QR-Code auf dem physischen Etikett) ist eine mögliche Antwort auf die Forderung nach mehr Transparenz bei von Erzeugern gekauften Produkten. Sie kann den Verbrauchern mehr Informationen vermitteln, als dies bei der physischen Kennzeichnung möglich ist. So legen beispielsweise die EU-Vorschriften für Medizinprodukte bereits fest, wie ein Produkt zu kennzeichnen ist, damit der Benutzer versteht, dass die Anweisungen und weitere Informationen online zu finden sind.

Digitale Etiketten haben auch den Vorteil, dass sie leicht zu aktualisieren und leicht zu lesen sind (da es keine Einschränkungen bei Größe oder Platz gibt) und in allen Amtssprachen für ein bestimmtes Produkt bereitgestellt werden können – zu wesentlich geringeren Kosten als physische Etiketten und mehr Komfort für die Hersteller.⁵² Einmal geschriebene Produktinformationen können schnell irrelevant werden, da sich die Technologien weiterentwickeln, sich die Gesetzgebung ändert, die Wirtschaft zunehmend zirkulär wird und sich der Handel auf verschiedene Regionen ausdehnt. Die digitale Etikettierung bietet eine flexiblere, effizientere und skalierbare Möglichkeit, diese Herausforderung zu bewältigen. Die digitale Etikettierung als Alternative zur physischen Kennzeichnung kann den grenzüberschreitenden Handel innerhalb des Binnenmarkts erleichtern, indem sie übermäßige Hindernisse zwischen Mitgliedstaaten mit unterschiedlichen Sprachanforderungen beseitigt.

Wir begrüßen die weltweite Führungsrolle der Europäischen Kommission bei der Einführung sinnvoller digitaler Kennzeichnungslösungen. Der Einsatz digitaler Instrumente wie des digitalen Produktpasses, der über einen QR-Code (oder einen anderen gleichwertigen Datenträger) zugänglich ist, birgt ein erhebliches Potenzial, um Nutzern Gefahren-, Nachhaltigkeits- und Sicherheitsinformationen sowie Gebrauchsanweisungen in allen EU-Sprachen und stets auf aktuellem Stand zu vermitteln. Diese Umstellung auf digitale Lösungen sollte auch durch reduzierte Informationen auf der physischen Verpackung/dem Etikett ergänzt werden, wodurch die Anzeige der Produktinformationen für die Verbraucher vereinfacht wird.

Wir empfehlen daher, dass die Europäische Kommission die EU-Kennzeichnungsvorschriften an das digitale Zeitalter anpasst und den Herstellern die Wahl lässt, ob sie ihr Produkt digital oder physisch vermarkten wollen, das bedeutet, dass die Europäische Kommission die digitale Kennzeichnung für alle Produktgruppen und in allen Mitgliedstaaten als echten Ersatz für die physische Kennzeichnung anerkennt. Das sollte auf der Dynamik und den Erkenntnissen aufbauen, die bereits im Rahmen der Vorschläge zur digitalen Kennzeichnung in der Chemikalienverordnung gemacht

wurden.⁵³ Darüber hinaus fordern wir, dass die physische Kennzeichnung nur das Minimum an wesentlichen Informationen enthalten sollte.

#11 Schaffung der Voraussetzungen für die Entwicklung eines einfachen, schnellen, zuverlässigen und kostengünstigen grenzüberschreitenden Zahlungsverkehrs sowohl für Euro- als auch für Nicht-Euro-Zahlungen

Wie die Umfrage deutlich zeigt, ist es für den deutschen Mittelstand für das Funktionieren des Binnenmarkts von entscheidender Bedeutung, dass grenzüberschreitende Zahlungsmethoden für Unternehmen und Verbraucher erschwinglich und bequem möglich sind. Die Europäische Kommission hat bereits einen Vorschlag für eine Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates zur Bekämpfung von Zahlungsverzug im Geschäftsverkehr vorgelegt.

Wir ermutigen die EU, einen umfassenden, offenen und wettbewerbsfähigen Rechtsrahmen zu schaffen, der kostengünstige, einfache, sichere und zuverlässige grenzüberschreitende Zahlungen ermöglicht. Die Regulierungsbehörden sollten es vermeiden, den Zugang zur nahtlosen Bereitstellung grenzüberschreitender Lösungen zu versperren. Vielmehr sollte durch geeignete Anreize ein wettbewerbsfähiges Ökosystem gefördert werden, in dem Verbraucher fundierte Entscheidungen treffen können und gleichzeitig die Zahlungskosten für die Händler gesenkt werden.

Durch mehr Wettbewerb im grenzüberschreitenden Zahlungsverkehr würden die EU-Bürgerinnen und -Bürger Zugang zu verschiedenen, in einem offenen, wettbewerbsorientierten Umfeld tätigen Anbietern erhalten, einschließlich traditioneller Finanzdienstleister wie Banken, Fintech-Anbieter und Plattformbetreiber. Die EU sollte auch bei der Entwicklung von Rechtsvorschriften für Sofortzahlungen und digitale Währungen (Central Bank Digital Currencies) vorangehen, um grenzüberschreitende Finanzdienstleistungen weiter zu modernisieren, international hohe Standards zu setzen und die Wettbewerbsfähigkeit der EU zu gewährleisten.

Anhang 1 Beschreibung der KMU-Umfrage

Der Mittelstand bildet das Rückgrat der deutschen Wirtschaft und stellt fast 97 % aller Unternehmen, aber nur 24 % der gesamten deutschen Exporte. Diese Zahlen zeigen, dass Export eine schwierige Tätigkeit ist, die erhebliche finanzielle und personelle Ressourcen erfordert. Nichtsdestotrotz sind 63 % der Gesamtexporte der KMU für den Binnenmarkt bestimmt⁵⁴, und die in dieser Studie vorgestellten Ergebnisse bestätigen, dass der Binnenmarkt eine Plattform für KMU darstellt, um sich zu internationalisieren, Exporte zu diversifizieren und sich für den globalen Wettbewerb zu stärken.

Aus diesem Grund haben wir eine Befragung des exportorientierten deutschen Mittelstands durchgeführt. In diesem Anhang wird die Struktur der KMU-Befragung dargestellt und die detaillierten Antworten auf die Umfrage offengelegt. Bei den exportorientierten KMU handelt es sich um Unternehmen, die derzeit exportieren (KMU-Exporteure) oder mit dem Export beginnen möchten (potenzielle KMU-Exporteure). Dies ist eine einzigartige Zielgruppe, die schwer zu isolieren und erfassen ist. Viele KMU orientieren sich hauptsächlich an ihren Heimatmärkten und haben wenig Interesse an (und Potenzial für) Expansion ins Ausland. Außerdem stehen KMU in der Regel nur begrenzte Ressourcen zur Verfügung, um Marktzugangsbarrieren zu überwinden, und erste Exportaufträge an Land zu ziehen ist schwierig. Schließlich sind KMU-Exporteure oft sehr beschäftigt und beteiligen sich nur selten an Konsultationen, Umfragen und Interviews.

Struktur der KMU-Umfrage

Nach Angaben von Eurostat betreiben derzeit rund 230.400 deutsche KMU Exportgeschäft (rund 9 % aller deutscher KMU). 67 % der deutschen mittelständischen Exporteure haben weniger als 10 Mitarbeiter und 33 % mehr als 10 Mitarbeiter. Auf die letztgenannte Gruppe der größeren KMU entfällt ein großer Teil der Gesamtexporte der KMU.

Insgesamt nahmen 715 deutsche Mittelständler an der Befragung teil. 646 der Befragten sind Exporteure (90%). Von diesen KMU-Exporteuren haben 28 % weniger als 10 Beschäftigte. Dies bedeutet, dass die kleinen KMU-Exporteure im Vergleich zur Gesamtaufschlüsselung der KMU-Exporteure unterrepräsentiert sind. Dies bedeutet aber auch, dass die größeren KMU-Exporteure sehr gut vertreten sind und dass die Auswirkungen auf einen großen Teil der KMU-Exporte von der Erhebung abgedeckt werden. Die meisten Befragten sind in den Bereichen "Verarbeitendes Gewerbe" (34 %) und "Information und Kommunikation" (13 %) tätig.

69 (10%) der Befragten exportieren derzeit nicht, möchten aber mit dem Export beginnen (potenzielle Exporteure). Da wir keine Informationen darüber haben, wie groß der Anteil potenzieller Exporteure an der gesamten KMU-Dichte ist, ist es schwierig zu beurteilen, wie repräsentativ dieser Anteil ist. Aus den ausführlichen Antworten in diesem Anhang geht hervor, dass es nur geringfügige Unterschiede zwischen den Antworten von KMU-Exporteuren und potenziellen KMU-Exporteuren gibt.

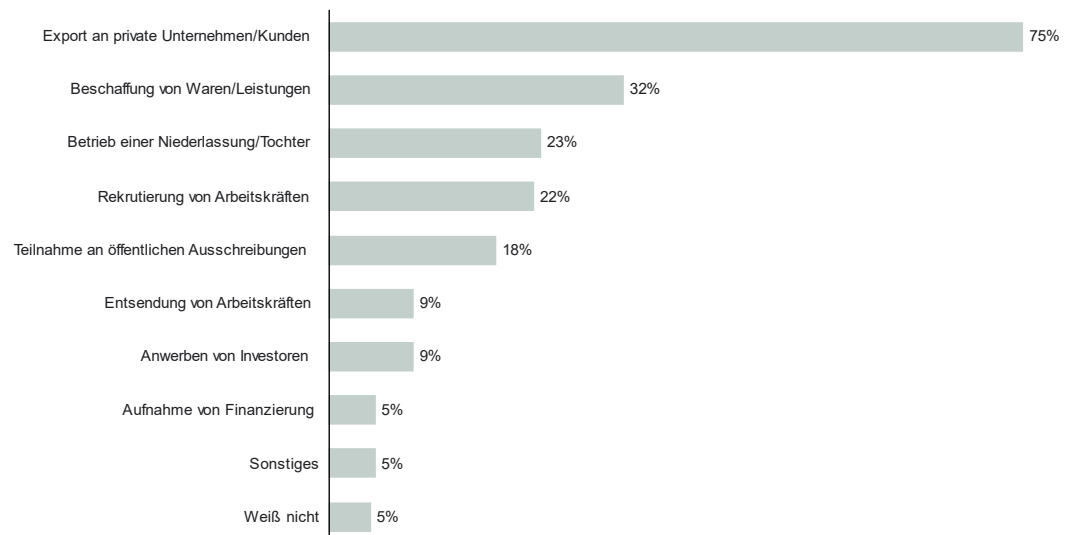
Detaillierte Umfrageergebnisse sind nachfolgend zu finden.

Abbildung 18: Vorteile der Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt, Exporteure



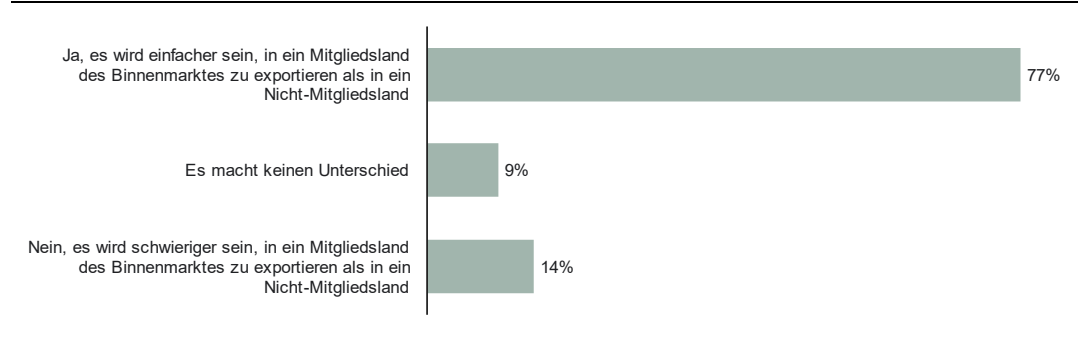
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'In welchem Maße profitiert Ihr Unternehmen vom Binnenmarkt?', n=437.

Abbildung 19: Potenziale für wachsende Geschäfte im Binnenmarkt, Exporteure



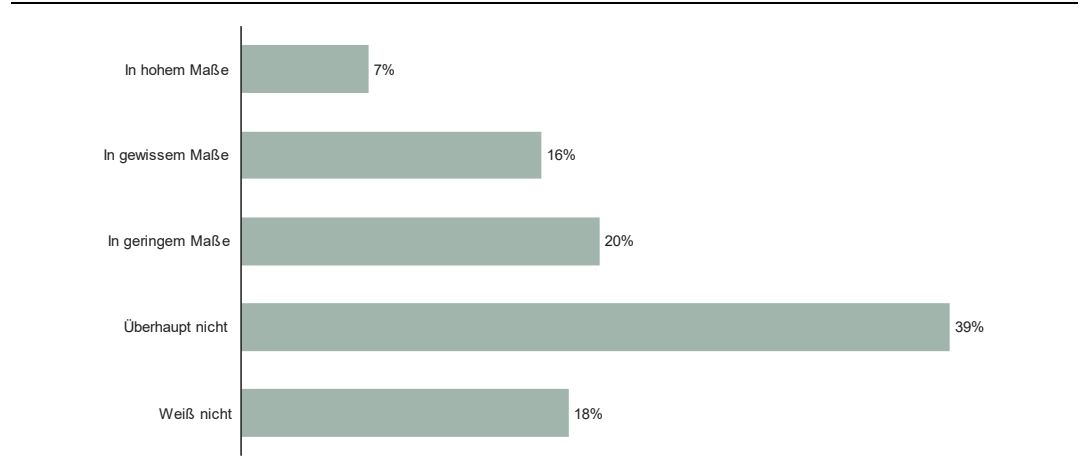
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Wo sehen Sie im Binnenmarkt die größten Potenziale für das Wachstum Ihres Unternehmens?', n=394.

Abbildung 20: Potenzielle Exporteure erwarten, dass es einfacher ist, in die Mitgliedsländer des Binnenmarktes zu exportieren als in Nicht-Mitgliedsländer, potenzielle Exporteure



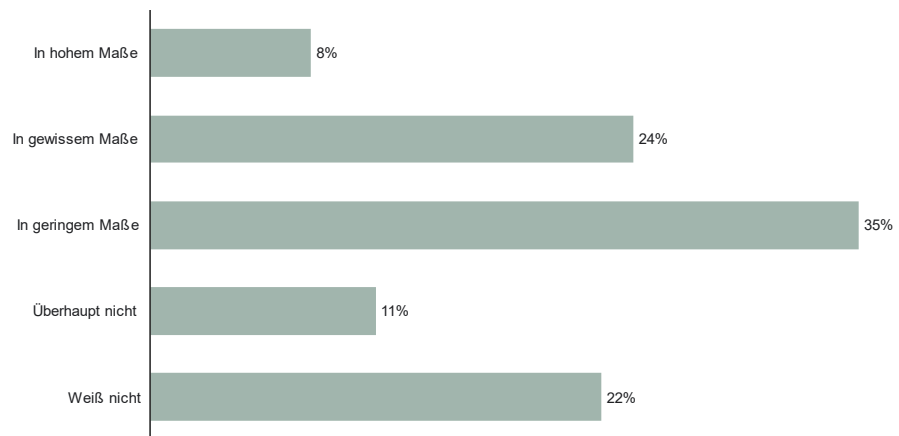
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Ist es für Ihr Unternehmen einfacher, in Mitgliedsländer des Binnenmarktes zu exportieren im Vergleich zu Nicht-Mitgliedsländern?', n=65.

Abbildung 21: Einigen KMU fällt es leichter, mit dem Export in Nichtmitgliedstaaten zu beginnen, nachdem sie bereits in Mitgliedstaaten des Binnenmarktes exportiert haben, Exporteure



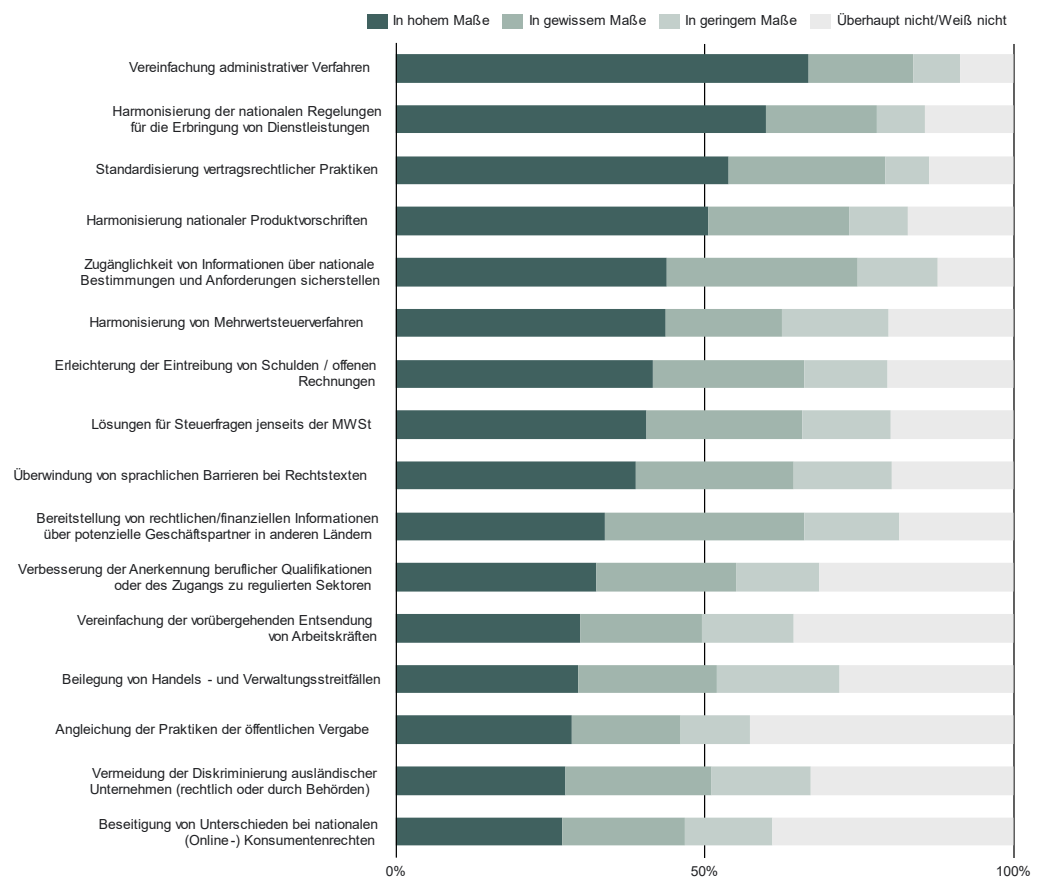
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit hat der Export in Mitgliedsländer des Binnenmarktes es erleichtert, den Export in Nicht-Mitgliedsländer zu beginnen?', n=473.

Abbildung 22: Potenzielle Exporteure erwarten, dass es einfacher ist, mit dem Export in Drittländer zu beginnen, nachdem sie bereits in Mitglieder des Binnenmarktes exportiert haben, potentielle Exporteure



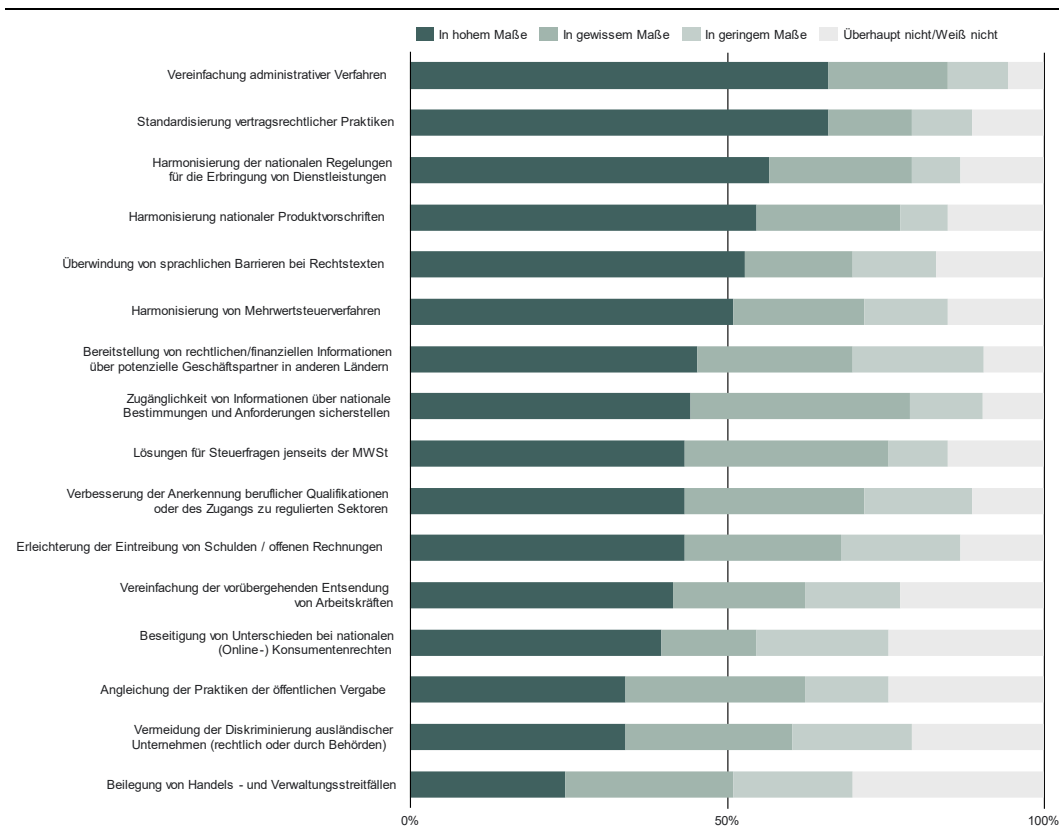
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
 Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit erwarten Sie, dass der Export in Mitgliedsländer des Binnenmarktes es erleichtern wird, den Export in Nicht-Mitgliedsländer zu beginnen?', n=63.

Abbildung 23: Politische Initiativen, die die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt fördern können, Exporteure



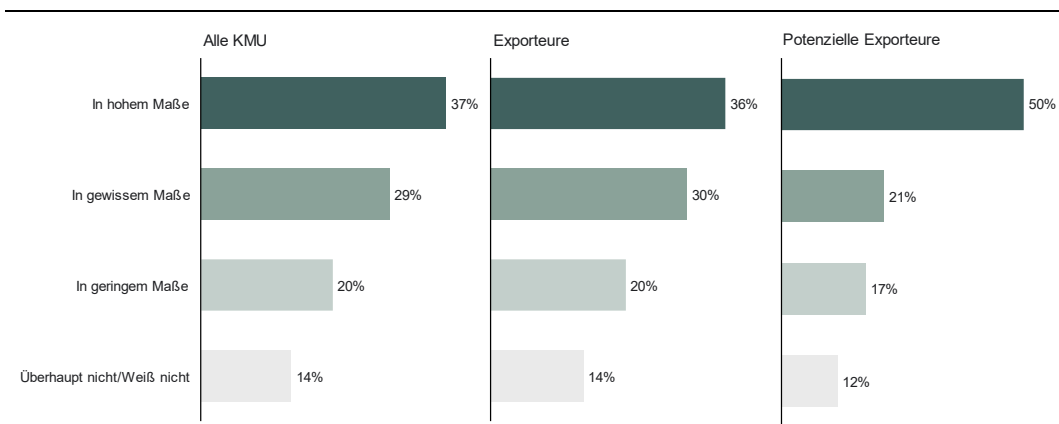
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
 Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit könnten die folgenden politischen Maßnahmen Ihrem Unternehmen helfen, die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten?', n=381.

Abbildung 24: Politische Initiativen, die die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt fördern können, potenzielle Exporteure



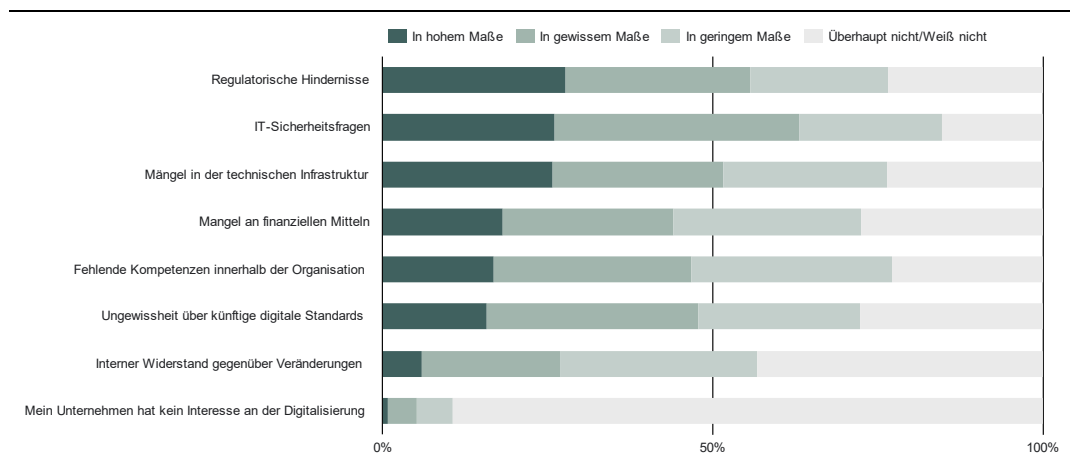
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit könnten die folgenden politischen Maßnahmen Ihrem Unternehmen helfen, die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten?', n=53.

Abbildung 25: Wie die verstärkte Nutzung digitaler Werkzeuge die Exporte im Binnenmarkt steigern kann



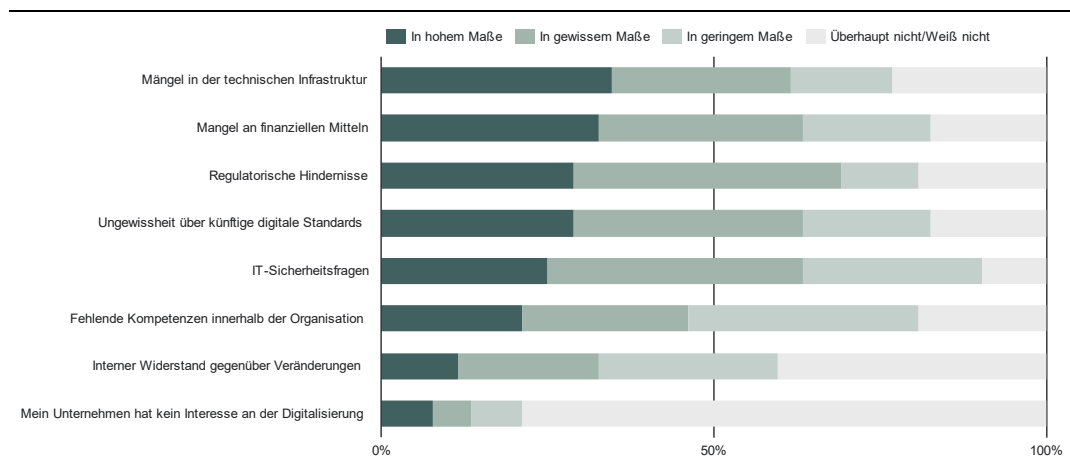
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit glauben Sie, dass eine verstärkte Nutzung digitaler Technologien Ihrem Unternehmen helfen würde, mehr innerhalb des Binnenmarkts zu exportieren?', n=428 (376 exporters and 52 potential exporters).

Abbildung 26: Faktoren, die die Einführung von mehr digitalen Tools behindern, Exporteure



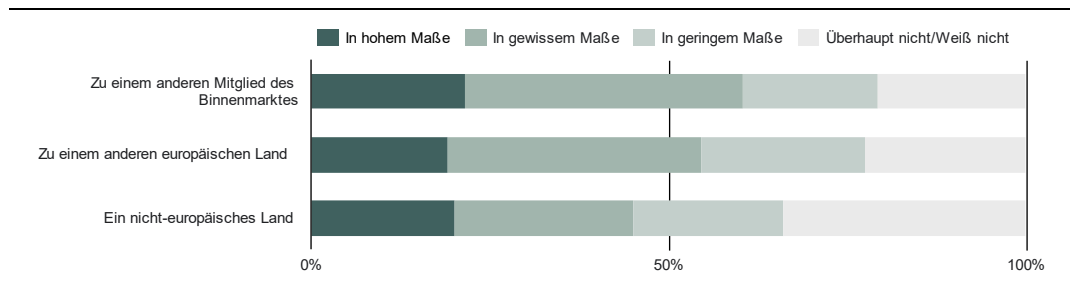
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
 Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit hindern die folgenden Faktoren Ihr Unternehmen daran, mehr digitale Technologien einzusetzen?', n=368.

Abbildung 27: Faktoren, die die Einführung von mehr digitalen Tools behindern, potenzielle Exporteure



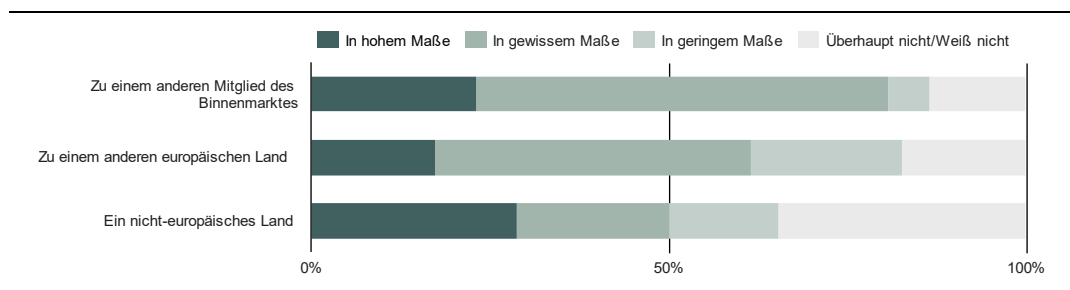
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
 Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit hindern die folgenden Faktoren Ihr Unternehmen daran, mehr digitale Technologien einzusetzen?', n=52.

Abbildung 28: Einfache und harmonisierte Vorschriften können KMU helfen, mehr zu exportieren, Exporteure



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
 Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit erwarten Sie, dass eine weitere Vereinfachung und Harmonisierung der EU-Regulierung Ihrem Unternehmen helfen kann, die Exporte zu steigern?', n=368.

Abbildung 29: Einfache und harmonisierte Vorschriften können KMU dabei helfen, mehr zu exportieren, potenzielle Exporteure



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 715 deutschen KMU.
 Hinweise: Frage aus der Umfrage: 'Inwieweit erwarten Sie, dass eine weitere Vereinfachung und Harmonisierung der EU-Regulierung Ihrem Unternehmen helfen kann, die Exporte zu steigern?', n=52.

Verzeichnis Schlussanmerkungen

- ¹ OECD (2022). *Trade in goods and services*.
- ² Siehe <https://www.epcsummit2023.md/president-maia-sandus-message-regards-organisation-epc-summit>.
- ³ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*.
- ⁴ In Germany, 14.5% of jobs depend on Intra-EU export (European Commission (2018). *EU export to the EU: Effects on employment and income*) and another 18.2% depends on extra-EU export (European Commission (2021): *EU exports to the world: effects on employment*), according to the newest publications.
- ⁵ Europäische Kommission (2018). *EU export to the EU: Effects on employment and income*. Here using the share of jobs supported by intra-EU exports, as no estimate exists for the Single Market.
- ⁶ OECD (2023). *X – TEC by partner countries and size-class [TEC3_REV4]*.
- ⁷ OECD (2023). *FDI statistics by partner country and by industry – Summary [BMD4]*.
- ⁸ Eurostat (2023). *Population on 1 January by age group, sex and country of birth [MIGR_POP3CTB]* and Eurostat (2023). *EU and EFTA citizens who are usual residents in another EU/EFTA country as of 1 January [MIGR_POP9CTZ]*. Für Malta, Zypern und Estland gibt es in der letzten Quelle keinen Datenpunkt, was bedeutet, dass die in diesen Ländern lebenden Deutsche nicht enthalten sind.
- ⁹ Zu den Quellen hinter der Infografik gehören die folgenden: LE Europe (2017). *The EU Single Market - Impact on Member States*, Handel: Eurostat [TEC3_REV4], [LFSI_EMP_A] and WKO (2023). *30th Anniversary of the Single Market – An unfinished milestone of integration*, Investition: Eurostat [FATS_OUT2_R2], [FATS_G1A_08], OECD [FDI statistics according to Benchmark Definition 4th Edition (BMD4)] und schließlich Mobilität: Eurostat [MIGR_POP3CTB], [MIGR_POP9CTZ]. Hinweis: Die Schätzung der exportgestützten Arbeitsplätze innerhalb der EU basiert auf den Daten der WKO (2023) zu den Exporten in den Binnenmarkt und der in der WKO (2023) verwendeten Annahme, dass jede exportierte Milliarde rund 10.000 Arbeitsplätze sichert.
- ¹⁰ Europäische Kommission (2023). *2023 KMU-LÄNDERINFORMATIONSBLETT – DEUTSCHLAND*.
- ¹¹ Europäische Kommission (2023). *2023 KMU-LÄNDERINFORMATIONSBLETT – DEUTSCHLAND*.
- ¹² Europäische Kommission (2022). *Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*.
- ¹³ WTO (2016). *Levelling the Trading Field for SMEs*.
- ¹⁴ USITC (2019). *U.S. SME Exports: Trade-related Barriers Affecting Exports of U.S Small and Medium-sized Enterprises to the United Kingdom*.
- ¹⁵ HBS (2018). *25 Years of the European Single Market*.
- ¹⁶ Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01]*. Note, data is only available for intra-EU export. Therefore, the calculation excludes exports to Norway, Liechtenstein and Iceland.
- ¹⁷ BEUC (2022). *Making the most of EU Advance Purchases of Medicines*.
- ¹⁸ Europäische Kommission (2022). *Questions & Answers on Vaccine Negotiations*.
- ¹⁹ Europäische Kommission (2022). *Safe COVID-19 Vaccines for Europeans*.
- ²⁰ Europäischer Rat (2022). *EU Sanctions against Russia Explained*.
- ²¹ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 71). Oxford Academic.
- ²² Europäische Kommission (2022a). *Negotiations and Agreements*.
- ²³ WTO (2022). *Regional Trade Agreements Database*.
- ²⁴ Europäische Kommission (2022). *EU Trade Agreements: Delivering for Europe's Businesses*.
- ²⁵ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 23). Oxford Academic.
- ²⁶ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 63). Oxford Academic.
- ²⁷ Europäische Kommission (2021). *Strategic Dependencies and Capacities*.
- ²⁸ Die Antwortkategorien, die in dieser Umfrage verwendet werden, stammen aus einer Umfrage, die von Business Finland in Auftrag gegeben und von der Implement Consulting Group durchgeführt wurde. Implement Consulting Group (2022). *Impact study on economic growth*.
- ²⁹ Die in dieser Umfrage verwendeten Antwortkategorien basieren auf der Unternehmensumfrage von Eurochambres (2020). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- ³⁰ Europäische Kommission (2023). *EU Competitiveness beyond 20430: Looking ahead at the Occasion of the 30th Anniversary of the Single Market*. Originalversion des Zitats: "The long-term view on competitiveness outlines how the EU can build on its strengths and achieve more than merely bridging the growth and innovation gap. A forward-looking, well-

-
- defined and coordinated EU framework will foster thriving businesses, able to compete on the global market, with attractive jobs and setting global standards"*
- ³¹ Eurochambres (2019). *Der Stand des Binnenmarktes: Hemmnisse und Lösungen.*
- ³² Europäische Kommission (2020). *Single Market Scoreboard.*
- ³³ Das Herkunftslandprinzip besagt, dass in Fällen, in denen eine Handlung oder Dienstleistung in einem Land erbracht, aber in einem anderen empfangen wird, das Recht des Landes gilt, in dem die Handlung oder Dienstleistung erbracht wird. Die Stärkung dieses Prinzips gewährleistet ein Regulierungssystem, das entweder eine vollständige Rechtsharmonisierung oder eine wirksame Anwendung des Herkunftslandprinzips auf der Grundlage einer Kultur des Vertrauens zwischen den Mitgliedstaaten und ihren Verwaltungen vorsieht. Dies ist notwendig, um eine übermäßige Anwendung und ein "Gold-Plating" zu verhindern. Die nationalen Behörden sollten den Grundsatz der gegenseitigen Anerkennung in vollem Umfang respektieren und den Marktzugang nicht länger auf der Grundlage nationaler Vorschriften einschränken. Die Befolgung dieses Grundsatzes ist wichtig für die Mobilität der Menschen und wird den Weg für eine vollständige Umsetzung der Dienstleistungsrichtlinie ebnen.
- ³⁴ De Streel et al. (2020). *The E-commerce Directive as the Cornerstone of the Internal Market, requested by the IMCO Committee.*
- ³⁵ Implement Consulting Group (2022). *Digitale Dekarbonisierung – Wie der digitale Sektor den Klimaschutz unterstützt.*
- ³⁶ Europäische Kommission (2021). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 – Germany* and European Commission (2023). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2022 – Germany.*
- ³⁷ Europäische Kommission (2022). *SME Performance Review 2023 – Graphs Germany*, Eurostat (2023). *Digital intensity by size class of enterprise [ISOC_E_DII].*
- ³⁸ Implement Consulting Group (2022). *Digitale Dekarbonisierung – Wie der digitale Sektor den Klimaschutz unterstützt*, im Auftrag von Google.
- ³⁹ Siehe EUR-Lex (2018). *Verordnung (EU) 2018/1807 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 14. November 2018 über einen Rahmen für den freien Verkehr nicht personenbezogener Daten in der Europäischen Union.*
- ⁴⁰ Nationales Handelsamt (2021). *Fördern Sie die Datenübertragung und -freigabe durch einen neuen Datenflusstest.*
- ⁴¹ Europäische Kommission (2020). *A Single Market that Delivers for Businesses and Consumers.*
- ⁴² Die Berechnungen basieren auf den Angaben der Europäischen Kommission (2020). *A Single Market that Delivers for Businesses and Consumers.* Wir haben den deutschen Anteil am gesamten Intra-EU-Handel verwendet, um eine Schätzung des Wachstumspotenzials des Waren- und Dienstleistungshandels in Deutschland von Eurostat auf Länderebene zu erhalten (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01].*
- ⁴³ Implement Economics berechnet auf Basis von LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*, European Commission (2020). *A Single Market that Delivers for Businesses and Consumers*, and Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01].*
- ⁴⁴ Europäische Kommission (2021). *Better Regulation' Toolbox 2021 (Ch.1).*
- ⁴⁵ Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2020). *Integrated National Energy and Climate Plan.*
- ⁴⁶ De Melo, J. and J-M Solleder (2019). *The Role of an Environmental Goods Agreement in the Quest to Improve the Regime Complex for Climate Change.*
- ⁴⁷ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market.*
- ⁴⁸ Wind Europe (2022). *WindEurope Panel at COP27: Permitting, Permitting, Permitting.*
- ⁴⁹ Implement Consulting Group (2024). *Extended Producer Responsibility in the EU.*
- ⁵⁰ Europäische Kommission (2017). *Modernising VAT for E-commerce: Question and Answer.*
- ⁵¹ Europäische Kommission (2022). *VAT in the Digital Age: Final Report, Volume 3: Single Place of VAT Registration and Import One-Stop Shop* (p. 41).
- ⁵² VVA (2018). *Studie zur Einführung eines E-Labeling-Systems in Europa.* DigitalEurope.
- ⁵³ Europäische Kommission (2021). *Simplification and Digitalisation of Labels on Chemicals.*
- ⁵⁴ Eurostat (2023). *Handel nach NACE Rev. 2 Wirtschaftszweig und Unternehmensgrößenklassen [EXT_TEC01].* Hinweis: die Daten nur für Ausfuhr sind nur innerhalb der EU verfügbar sind. Daher werden Ausfuhr nach Norwegen, Liechtenstein und Island in der Berechnung nicht berücksichtigt.

Über uns

Implement Economics ist die Wirtschaftsabteilung der Implement Consulting Group. Unsere Experten und Expertinnen beraten Entscheidungsträger in Unternehmen und Regierungen in den Bereichen Regulierung, Handel, Digitalisierung, Dekarbonisierung und Globalisierung.

Das Team hat mehrere Studien zum Binnenmarkt durchgeführt und eine Reihe von Studien für die Europäische Kommission und Regierungen in Europa, Asien und Amerika erstellt.

Anhand von wirtschaftlicher Modellierung, Datenanalyse und Ökonometrie trägt das Team zur Lösung wichtiger Probleme bei.

Die Implement Consulting Group mit Sitz in Kopenhagen und Niederlassungen in Aarhus, Stockholm, Malmö, Göteborg, Oslo, Zürich, München, Hamburg und Raleigh (NC) beschäftigt mehr als 1.000 Berater und Beraterinnen, die für multinationale Kunden an Projekten weltweit arbeiten.

Kontakt

Lavinia Goldner
+49 160 97702979
laho@implement.eu