

RAPPORT

Das Potenzial des Binnenmarktes ausschöpfen

11 Empfehlungen für ein resilienteres, nachhaltiges und wohlhabendes
Österreich und Europa



Der im Oktober 2023 veröffentlichte Bericht „Das Potenzial des Binnenmarktes ausschöpfen - 11 Empfehlungen für ein resilienteres, nachhaltiges und wohlhabendes Österreich und Europa“ nennt **11 konkrete und wirkungsvolle politische Initiativen** für einen gut funktionierenden Binnenmarkt.

Zusammen bilden die 11 Empfehlungen einen Fahrplan zur Stärkung und weiteren Integration des Binnenmarktes, wobei die detaillierte Ausarbeitung und Umsetzung den zuständigen EU-Institutionen vorbehalten ist.

Auf der Grundlage einer Befragung, von persönlichen Interviews und einer detaillierten Literaturanalyse zeigt der Bericht auf, mit welchen Herausforderungen österreichische KMU auf dem Binnenmarkt konfrontiert sind und welche politischen Maßnahmen ihnen helfen würden, den Binnenmarkt für Wachstum und globale Wettbewerbsfähigkeit zu nutzen.

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

Zu der Studie gehört auch eine von der KMU Forschung Austria (www.kmuforschung.ac.at) durchgeführte Unternehmensbefragung. Die KMU Forschung Austria führte auch Interviews mit österreichischen KMU, um sowohl deren Herausforderungen als auch die geforderten Lösungen aufzuzeigen.

Wir bedanken uns für die wertvolle Unterstützung und den Input der Wirtschaftskammer Österreich.

Executive summary

Auch an seinem 30. Jahrestag gilt der Binnenmarkt als ein Motor der Gesellschaft und Wirtschaft der EU. Der weitere Abbau von Hindernissen und eine fortschreitende Integration, insbesondere mit stärkerem Fokus auf die Durchsetzung bestehender Binnenmarktvorschriften und die Beseitigung von Hindernissen auf Ebene der Mitgliedstaaten, sind von entscheidender Bedeutung, damit der Binnenmarkt eine wichtige Triebfeder für die Wettbewerbsfähigkeit der EU bleibt.¹ Die Staats- und Regierungschefs der EU haben daher zum Abschluss des schwedischen Ratsvorsitzes einen unabhängigen Bericht einer hochrangigen Expertengruppe über die Zukunft des Binnenmarktes gefordert.²

Diese Forderung spiegelt die **Anliegen österreichischer KMU** wider, die darauf hinweisen, dass die EU-Regelungen einfacher und effektiver werden müssen, damit das Potenzial des Binnenmarktes voll ausgeschöpft werden kann. Basierend auf einer Befragung von mehr als 475 österreichischen KMU, Interviews und einer detaillierten Literaturanalyse zeigt dieser Bericht aus österreichischer Sicht auf, wie ein ehrgeiziger Neustart des Binnenmarktes KMU helfen kann, zu wachsen und im globalen Wettbewerb zu bestehen. Die wichtigsten Schlussfolgerungen sind:

- **Einfachere und effektivere Regulierung kann Potenziale freisetzen |** Österreichische KMU nennen national unterschiedliche regulatorische Anforderungen als größtes Hindernis für die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt. 88 % der KMU sind der Ansicht, dass regulatorische Hindernisse ihre Kosten erhöhen, 73 % sehen negative Auswirkungen auf die Rentabilität und 70 % berichten, dass regulatorische Unterschiede ihre Wettbewerbsfähigkeit beeinträchtigen. Österreichische KMU bestätigen, dass ein Abbau der Bürokratie die Exporte innerhalb der EU erhöhen, die Beschaffung innerhalb des Binnenmarktes erleichtern und die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen über die Grenzen hinweg fördern kann. Wachstum sowie die Schaffung von Arbeitsplätzen in Europa werden so gefördert.
- **Schnellere Digitalisierung wird Exporte ankurbeln |** Digitalisierung ist entscheidend für die Förderung von Wachstum, Schaffung von Arbeitsplätzen und eine nachhaltige Zukunft. Österreich liegt bei der Digitalisierung nur knapp über dem EU-Durchschnitt und deutlich hinter den weltweiten digitalen Spitzenreitern. 89 % der österreichischen KMU sind der Überzeugung, dass eine verstärkte Nutzung digitaler Systeme ihren Umsatz im Binnenmarkt steigern kann, und fordern als Grundlage für ihre weitere Digitalisierung politische Initiativen wie eine verbesserte digitale Infrastruktur, mehr digitale öffentliche Dienstleistungen und mehr verfügbare Fachkräfte.
- **11 Empfehlungen für einen ehrgeizigen Neustart des Binnenmarktes |** Die Business Cases in diesem Bericht bestätigen, dass die von schwedischen KMU vorgeschlagenen und in dem Bericht „*Reboot of the Single Market – How to support the growth of SMEs through a strong and united Single Market*“ beschriebenen politischen Initiativen auch österreichischen KMU helfen werden, ihre Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt zu erhöhen. Die 11 konkreten und wirkungsvollen politischen Initiativen zur Stärkung eines reibungslos funktionierenden Binnenmarktes, die der schwedischen EU-Ratspräsidentschaft im November 2022 vorgelegt wurden, werden daher auch in diesem Bericht besonders hervorgehoben.

Eine starke und ehrgeizige Vision für den Binnenmarkt

Seit Österreich 1995 der EU und damit dem Binnenmarkt beigetreten ist, erhöhte sich das österreichische Pro-Kopf-BIP dauerhaft um 2,6 %, entstanden 105.000 neue Arbeitsplätze und stieg die Kaufkraft der Bürgerinnen und Bürger um 1.100 Euro.³ Mit der Schaffung des Binnenmarktes mussten Rechtsvorschriften harmonisiert und gemeinsame Normen festgelegt werden, die fairen Wettbewerb und gleiche Ausgangsbedingungen für grenzüberschreitende Geschäfte im Binnenmarkt schaffen, sodass für in- und ausländische Unternehmen die gleichen Anforderungen gelten. Die Sicherung der vier Freiheiten des Binnenmarktes erfordert die ständige Überprüfung und Aktualisierung von EU-Rechtsvorschriften im Hinblick auf technologische Entwicklungen, globale Bedingungen und wichtige gesellschaftliche Herausforderungen.

Um den Binnenmarkt wieder in den Mittelpunkt der politischen Agenda der EU zu rücken, empfehlen wir eine ehrgeizige Binnenmarktstrategie, damit der Geschäftsverkehr zwischen den Mitgliedstaaten nicht unnötig durch regulatorische Fragmentierung eingeschränkt wird. Auch sollte die Europäische Kommission durch konkrete Maßnahmen sicherstellen, dass die bestehenden EU-Rechtsvorschriften KMU nicht unnötig belasten.

<p>1. Verabschiedung einer ehrgeizigen Binnenmarktstrategie</p>	<p>ABS Transportbahnen ist auf die Herstellung von Schrägaufzügen und Standseilbahnen spezialisiert. Nach den Erfahrungen des Unternehmens haben die EU-Länder und die autonomen Provinzen unterschiedliche gesetzliche Definitionen für Aufzugssysteme und damit auch unterschiedliche Produkt- und Sicherheitsanforderungen. Das Unternehmen verwendet etwa 5–15 % der gesamten Projektkosten für Verwaltungsaufgaben im Zusammenhang mit den unterschiedlichen nationalen und subnationalen Vorschriften. Ein vollständig integrierter Binnenmarkt würde die Kosten erheblich senken und das Wachstum des Unternehmens fördern.</p>
<p>2. Stärkung von SOLVIT durch die Einrichtung eines Binnenmarkt-Ombudsmanns in jedem EU-Mitgliedstaat und Verpflichtung von SOLVIT, in strukturellen</p>	<p>Fülöp Essenzen produziert und vertreibt energetische Essenzen und Sprays. Das Unternehmen erhält nur mit Mühe eindeutige und genaue Angaben zu örtlich geltenden Anforderungen und wendet viel Zeit und Kosten auf, diesbezüglich auf dem Laufenden zu bleiben. Ein starkes und proaktives SOLVIT-Netz könnte dem KMU dabei helfen, seine Rechte und Möglichkeiten besser zu kennen. Eine zentrale Anlaufstelle mit aktuellen, umfassenden Informationen über die nationalen Anforderungen würde Fülöp Essenzen in die Lage versetzen, in weitere Länder exportieren zu können.</p>
<p>3. Durchführung eines Datenflusstests für alle bestehenden und neuen EU-Verordnungen</p>	<p>Lettvint ist ein Ein-Personen-Unternehmen, das Unternehmensberatung zu Veränderungsprozessen, Problemlösung, Team- und Business-Coaching sowie Kommunikationsstrategie anbietet. Als junges und kleines Unternehmen sieht sich Lettvint mit erheblichen Unsicherheiten und Informationsbarrieren bezüglich der Datenschutzerfordernungen auf nationaler und subnationaler Ebene in anderen EU-Ländern konfrontiert. Ein "Datenflusstest", der die nationalen und EU-Gesetzgeber und Regulierungsbehörden verpflichtet, die potenzielle Unverhältnismäßigkeit ihrer Datenschutzerfordernungen systematisch zu bewerten, wäre ein erster Schritt. Außerdem wäre eine Harmonisierung der Regulierungen sowie eine bessere und proaktive Informationsversorgung für die Unternehmen erforderlich.</p>

Konformität sicherstellen und Verfahren vereinfachen

EU-Richtlinien können ihre beabsichtigte Wirkung nur entfalten, wenn sie innerhalb der vorgegebenen Frist vollständig und korrekt in nationales Recht umgesetzt werden. Ein reibungsloser Geschäftsverkehr im Binnenmarkt erfordert nicht nur weniger und bessere Vorschriften, sondern auch eine vollständige, korrekte und rasche Umsetzung in nationales Recht. Die Beseitigung von Hindernissen, die auf die unvollständige

Umsetzung von EU-Vorschriften in den Mitgliedstaaten zurückzuführen sind, dürfte das Pro-Kopf-BIP Österreichs dauerhaft um 0,6 % erhöhen, und die höhere Produktion von Waren und Dienstleistungen kann 24.000 Arbeitsplätze pro Jahr schaffen.⁴

Wir empfehlen der Europäischen Kommission, neue Initiativen zur Schließung der Lücke in der Umsetzung bestehender Vorschriften zu ergreifen, und schlagen für die Gestaltung neuer EU-Vorschriften die Anwendung der Better Regulation Toolbox vor, damit die Vorschriften leicht umsetzbar und für KMU geeignet sind.

<p>4. Erweiterung des Europäischen Semesters um Empfehlungen, wie die Umsetzung von EU-Rechtsvorschriften harmonisiert und die mangelhafte Einhaltung verbessert werden können</p>	<p>Das Unternehmen Kräutermax handelt mit Kräutern, Naturkosmetik und Nahrungsergänzungsmitteln. Ob die Produkte von Kräutermax als Nahrungsergänzungsmittel (gemäß EU-Verordnung) oder als Arzneimittel (gemäß nationaler Verordnung) einzustufen sind, wird in den Mitgliedstaaten unterschiedlich ausgelegt. Diese „Grauzone“ schafft erhebliche Unsicherheit für das KMU und führt zu einer regulatorischen Fragmentierung. 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 Kräutermax die EU-weite Expansion zu ermöglichen.</p>
<p>5. Stärkere Nutzung der „Better Regulation Toolbox“ durch Integration der Umsetzung in die Gestaltung neuer Rechtsvorschriften und konsequente Einhaltung der Anforderungen von Wirkungsfolgenabschätzungen</p>	<p>Bosch + Sohn ist auf die Entwicklung und Produktion medizinischer Geräte spezialisiert. Die mit der Produktzulassung verbundenen Kosten sind seit der neuen EU-Medizinprodukteverordnung (MDR) um mindestens das Doppelte gestiegen. Einfachere Zulassungsverfahren und mehr benannte Stellen würden dazu beitragen, dass die MDR ihre Ziele, Patientensicherheit und Produktverfügbarkeit, gewährleistet und gleichzeitig eine nachhaltige und attraktive medizintechnische Innovationslandschaft in Europa fördert.</p>

Grüne Kreislaufwirtschaft im Binnenmarkt

Bis 2030 will Österreich 100 % seines Stroms aus erneuerbaren Energiequellen erzeugen. Dazu soll auf einer Million Dächern – mit in Österreich hergestellten Produkten – Solarstrom erzeugt werden, wofür in den nächsten zwei Jahren 260 Millionen Euro investiert werden sollen.⁵ Grenzüberschreitender Handel ist notwendig, um Innovation voranzutreiben und die Kosten des grünen und digitalen Wandels zu senken. Regulatorische Hemmnisse machen den grünen Wandel für Länder wie Österreich kostspieliger und auch langsamer.

Diese Studie skizziert eine Roadmap für einen iterativen Ansatz zur Identifikation und Beseitigung von Hindernissen für den Handel mit klimafreundlichen Gütern und Dienstleistungen im Binnenmarkt. Als eine konkrete Initiative streichen wir den Wunsch österreichischer KMU nach einer Gestaltung des digitalen Produktpasses heraus, der es ihnen erleichtert, sich der Kreislaufwirtschaft anzupassen und neue EU-Vorschriften einzuhalten.

<p>6. Erfassung und Beseitigung regulatorischer Hemmnisse für den Handel mit klimafreundlichen Waren und Dienstleistungen innerhalb des Binnenmarktes</p>	<p>Austria Metal Trading (AMT) ist auf den Großhandel mit Metallprodukten spezialisiert, darunter Bauelemente für große Photovoltaikanlagen (PV). AMT muss für einige seiner Produkte, die in anderen EU-Ländern eingesetzt werden sollen, eine zusätzliche nationale Zertifizierung beantragen. Die Kosten für diese nationale Zertifizierung sind für ein relativ kleines Unternehmen wie AMT unerschwinglich, so dass einige Märkte ihm nicht zugänglich sind oder es in dem betreffenden Land eine Tochtergesellschaft gründen muss. <i>inaccessible or may require the establishment of a subsidiary in the relevant country.</i></p>
<p>7. Den digitalen europäischen Produktpass so gestalten, dass er Unternehmen ihre Arbeit erleichtert</p>	<p>Cogvis ist ein österreichisches Technologieunternehmen, das sich auf die Entwicklung einer intelligenten Pflegelösung namens cogvisAI spezialisiert hat. Obwohl sich Cogvis von Anfang an dazu verpflichtet hat, so viele Komponenten wie möglich von europäischen Märkten zu beziehen, um die Verwaltung der Lieferketten zu erleichtern und relevante Informationen über Zwischenprodukte zu erhalten, stammen einige cogvisAI-Komponenten aus Asien. Relevante Produktinformationen, insbesondere mit Hinblick auf den vorgeschlagenen digitalen Produktpass (DPP), sind von europäischen Anbietern wesentlich leichter zu erhalten als von asiatischen Anbietern. Unternehmen wie Cogvis merken an, dass der DPP alle entlang der Wertschöpfungskette verwendeten Ressourcen miteinbeziehen sollte und deswegen nur jene Daten berücksichtigen sollte, welche für das Erreichen der Nachhaltigkeitsziele relevant sind.</p>





Kostensenkung und Wachstum durch digitale Tools

Die österreichischen KMU, die an der Befragung teilgenommen haben, berichten häufig, dass die Effizienz und Effektivität der EU-Rechtsvorschriften durch hohe Komplexität in der tatsächlichen Anwendung untergraben werden. Österreichische KMU wünschen sich von der Kommission den Einsatz digitaler Tools und Lösungen, die die Kosten der Erhebung, Aktualisierung und Nutzung von Informationen senken.

<p>8. Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für die Extended Producer Responsibility (EPR)-Systeme der Mitgliedstaaten</p>	<p>Trade Post 47 verkauft Science-Fiction-Artikel, vor allem nach Deutschland und Österreich. Das Unternehmen möchte aber in die gesamte EU expandieren. Die komplexen und unterschiedlichen EPR-Anforderungen erschweren jedoch die Expansion. Die Beschaffung der richtigen Informationen zu nationalen EPR-Anforderungen ist ebenso schwierig wie kostspielig und die Vorabgebühren für Verpackung und ElekEntsorgung sind für KMU, die kleine Mengen verkaufen, unverhältnismäßig hoch. Die Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle für EPR-Belange kann die einheitliche EPR-Registrierung und -meldung erleichtern und als zentrales und aktuelles Informationsportal für EPR-Anforderungen in allen Mitgliedstaaten dienen.</p>
<p>9. Schaffung einer einheitlichen Umsatzsteuer-ID und Ausweitung der zentralen Anlaufstelle für Umsatzsteuer</p>	<p>Amalix is a small retailer, selling products through the Amazon Fulfillment. Der kleine Einzelhändler Amalix verkauft seine Produkte über das Fulfillment by Amazon (FBA)-Programm. Für Amalix entstehen beträchtliche Kosten für die Umsatzsteuerregistrierung, da FBA-Lager nicht unter das derzeitige One-Stop-Shop-Verfahren fallen und in jedem Land, aus dem das Unternehmen Waren verkaufen und versenden möchte, eine separate Umsatzsteuerregistrierung erforderlich ist. Die USt.-Registrierung für mehrere Lagerstandorte ist zeitaufwändig und teuer und daher eine Herausforderung für die Expansion von Amalix innerhalb der EU.</p>

<p>10. Digital Labelling als vollwertigen Ersatz für physisches Labelling anerkennen</p>	<p>Fellinger Arbeitsschutz ist Spezialist für Arbeitsschutzprodukte mit Vertrieb in Österreich und Deutschland. Die Anforderung, Angaben auf Produktverpackungen in der jeweiligen Landessprache zu machen und z. B. darauf hinzuweisen, wie die Verpackungen korrekt zu entsorgen sind, ist für KMU wie Fellinger Arbeitsschutz mit hohen Kosten verbunden. Darüber hinaus muss ein lokales Unternehmen mit der Validierung der Verpackungen beauftragt werden, was bis zu 500 EUR pro Jahr kosten kann und einen erheblichen Aufwand bedeutet.</p>
<p>11. Schaffung der Voraussetzungen für die Entwicklung eines einfachen, schnellen, zuverlässigen und kostengünstigen grenzüberschreitenden Zahlungsverkehrs sowohl für Euro- als auch für Nicht-Euro-Zahlungen</p>	<p>Speedinvest Pirates ist ein Wachstumspartner für Start-ups und bietet von Branding und Wachstumsmarketing bis hin zu Vertrieb und Preisgestaltung diverse Dienstleistungen an, um Start-ups zu helfen, ihre Wachstumsziele zu erreichen. Speedinvest Pirates registriert beobachtet Effizienzdefizite und Herausforderungen in den grenzüberschreitenden Zahlungsinfrastrukturen für europäische Unternehmen: Derzeit wird das Angebot an grenzüberschreitenden Zahlungsmöglichkeiten von wenigen Finanzdienstleistungsunternehmen dominiert. Sie verlangen von Händlern hohe Gebühren, was die Kosten für Verbraucher:innen in die Höhe treibt und KMU benachteiligt. Das Schaffen von Bedingungen für die Entwicklung kostengünstiger grenzüberschreitender Zahlungssysteme wird dazu beitragen, dass Verbraucher:innen sowie Händler:innen innerhalb des Binnenmarkts zu geringen Kosten über Grenzen hinweg sichere Geschäfte tätigen können.</p>

1 Frieden und Wohlstand durch den Binnenmarkt

<h2>HINTERGRUND</h2> <p>1993 wurde der Binnenmarkt geschaffen, um wirtschaftlichen Wohlstand und Frieden in der EU durch freien Waren-, Dienstleistungs-, Kapital- und Personenverkehr zwischen ihren Mitgliedern zu fördern.</p> <p>Mit Einführung des Binnenmarkts entstand die Notwendigkeit, die Rechtsvorschriften zu harmonisieren und gemeinsame Standards festzulegen, damit für in- und ausländische Unternehmen die gleichen Anforderungen gelten und so ein fairer Wettbewerb und gleiche Ausgangsbedingungen für grenzüberschreitende Geschäfte im Binnenmarkt herrschen.</p> <p>Die Größe des Binnenmarktes macht die EU zu einem attraktiven Partner für Handelsabkommen und versetzt seine Mitglieder in die Lage, auf eine nachhaltigere Zukunft hinzuarbeiten.</p>	<h2>WICHTIGE ZAHLEN UND FAKTEN</h2> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="margin-right: 20px;">  </div> <p>Seit Österreich 1995 der EU und damit dem Binnenmarkt beigetreten ist, hat sich das österreichische Pro-Kopf-BIP durchschnittlich um 2,6 % erhöht. Außerdem wurden 105.000 neue Arbeitsplätze geschaffen und die Kaufkraft der Bürger:innen stieg um 1.100 Euro.</p> </div> <div style="display: flex; align-items: center; margin: 20px 0;">  </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="margin-right: 20px;">  </div> <p>Die Standardisierung und Rechtsharmonisierung kommen vor allem KMU zugute, da 79 % der Gesamtexporte österreichischer KMU für den Binnenmarkt bestimmt sind.</p> </div> <div style="display: flex; align-items: flex-start; margin-top: 20px;"> <div style="margin-right: 20px;">  </div> <p>Während der Schwerpunkt dieses Berichts auf dem Binnenmarkt liegt, sei darauf hingewiesen, dass die EU den Binnenmarkt auch nach Außen stärken sollte, insbesondere bei der Verhandlung von Handelsabkommen.</p> </div>
---	--

Der Binnenmarkt öffnet Europa für Unternehmen und Bürger

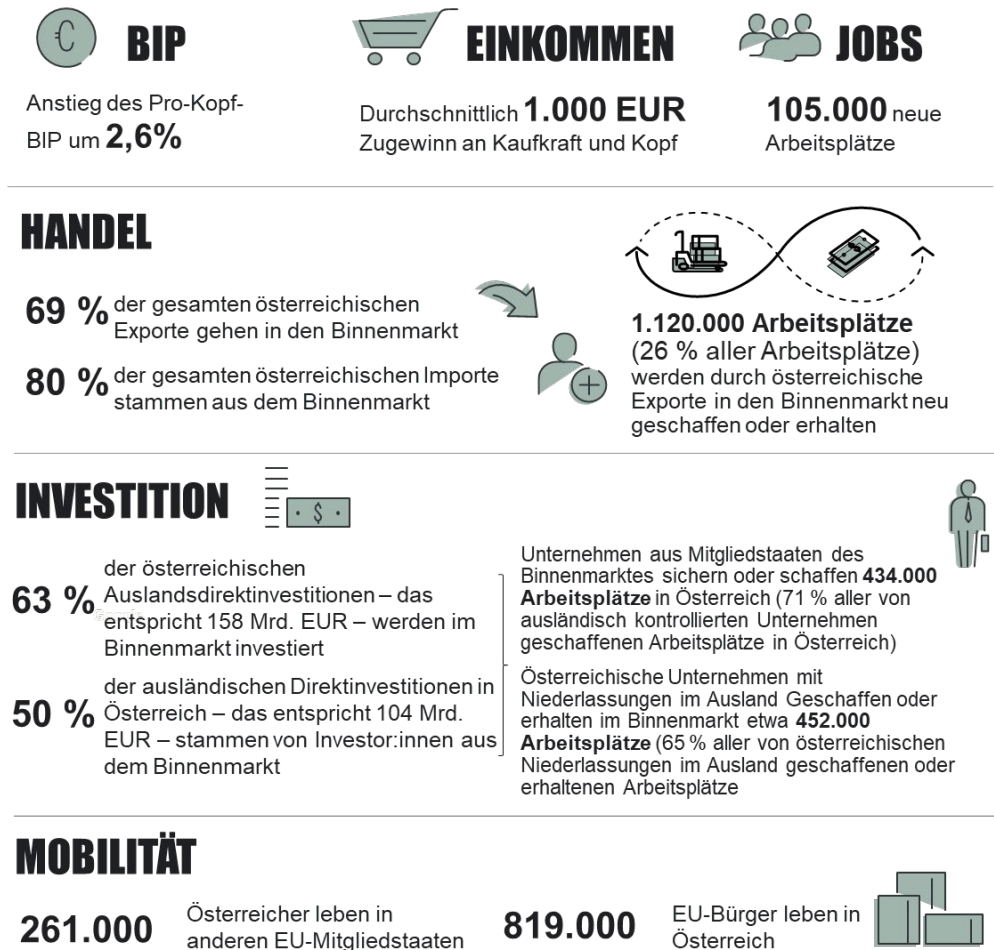
Der Binnenmarkt soll den freien Waren-, Dienstleistungs-, Kapital- und Personenverkehr zwischen den Ländern ermöglichen, indem Grenzregelungen, Zölle und Tarife abgeschafft werden. Der Binnenmarkt besteht aus den 27 EU-Mitgliedstaaten und den vier EFTA-Mitgliedstaaten (Island, Liechtenstein, Norwegen und in gewissem Umfang auch die Schweiz). Zusammengenommen sind die Mitglieder des Binnenmarktes der weltgrößte Handelsplatz sowohl für Waren als auch für Dienstleistungen⁶, und seine Bedeutung wird noch zunehmen, wenn der Wunsch der Europäischen Politischen Gemeinschaft nach Aufnahme neuer Mitgliedsländer in die EU erfüllt wird.⁷

Der Zugang zum Binnenmarkt ermöglicht es österreichischen Unternehmen, sich zu spezialisieren und Waren und Dienstleistungen zu exportieren, bei denen sie einen relativen Wettbewerbsvorteil haben. Außerdem profitieren österreichische Verbraucher vom Zugang zu einer Vielzahl von Waren und Dienstleistungen, die zu günstigeren Preisen eingeführt werden können. Die Integration in den Binnenmarkt hat das österreichische BIP pro Kopf seit dem Beitritt 1995 bis 2015 gegenüber einer Situation ohne Integration dauerhaft um 2,6 % erhöht. Ebenso hat die Integration in den Binnenmarkt dauerhaft 105.000 Arbeitsplätze geschaffen und die Kaufkraft der Bürger um 1.100 Euro erhöht, siehe Abbildung 1.⁸ Berücksichtigt man auch die fortgesetzte Integration seit 2015, dürfte der wirtschaftliche Nutzen noch größer sein. Heute hängt fast jeder zweite Arbeitsplatz in Österreich direkt oder indirekt vom Außenhandel ab⁹ und 26 % aller Arbeitsplätze hängen vom Handel mit den Mitgliedern des Binnenmarktes ab.¹⁰

Heute werden mehr als 69 % der gesamten österreichischen Exporte mit dem Binnenmarkt abgewickelt und 80 % der gesamten Importe Österreichs stammen aus dem Binnenmarkt; das unterstreicht die Bedeutung des Binnenmarktes für die Internationalisierung vieler österreichischer Unternehmen, insbesondere KMU.¹¹

Vom freien Kapitalverkehr hat die österreichische Wirtschaft insgesamt ebenso profitiert. Heute stammen 50 % der ausländischen Direktinvestitionen (ADI) in Österreich aus Mitgliedstaaten des Binnenmarktes, was einem Gesamtbestand an ADI in Höhe von 104 Mrd. EUR entspricht. Ebenso werden 63 % aller österreichischen Auslandsdirektinvestitionen in Mitgliedsländern des Binnenmarktes getätigt.¹² Auch hat die Freizügigkeit es leichter gemacht, im Ausland zu leben und zu arbeiten: 261.000 Österreicher:innen leben derzeit in anderen EU-Ländern, während 819.000 EU-Bürger:innen in Österreich leben.¹³

Abbildung 1: Österreichische Arbeitnehmer:innen und Verbraucher:innen profitieren vom Binnenmarkt¹⁴



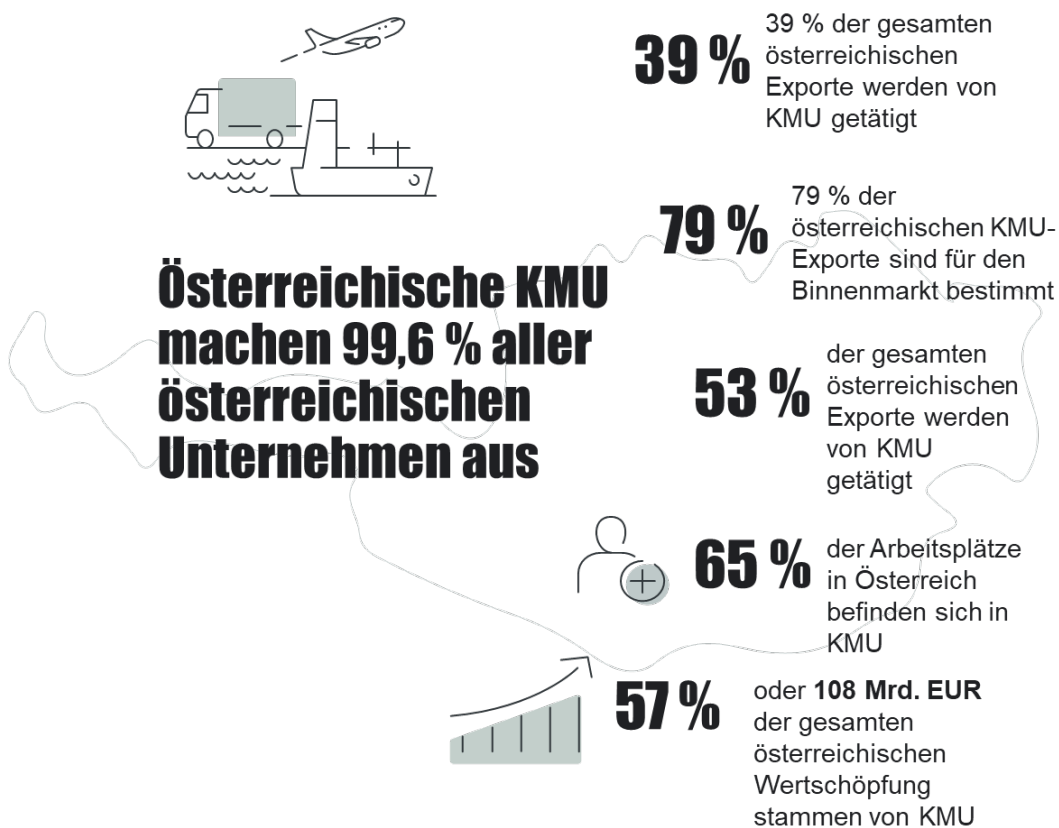
The Der Binnenmarkt bietet KMU Wachstums- und Entwicklungschancen

KMU sind das Rückgrat der österreichischen Wirtschaft. Sie machen 99,6 % aller Unternehmen aus und erwirtschaften 57 % der Wertschöpfung des Unternehmenssektors.¹⁵ Die KMU haben einen Anteil von 65 % an der Gesamtbeschäftigung aller Unternehmen¹⁶ und sind ein wichtiger Innovationsmotor, da sie innovative Lösungen für globale Herausforderungen wie den Klimawandel anbieten¹⁷.

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.^{18,19}

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.²⁰ Der Anteil der KMU an den österreichischen Gesamtexporten beträgt 39 %, und 79 % der Gesamtexporte von KMU sind für den Binnenmarkt bestimmt.²¹

Abbildung 2: Österreichische KMU profitieren vom Zugang zum Binnenmarkt



Hinweis: Als KMU gelten Unternehmen mit weniger als 250 Beschäftigten.

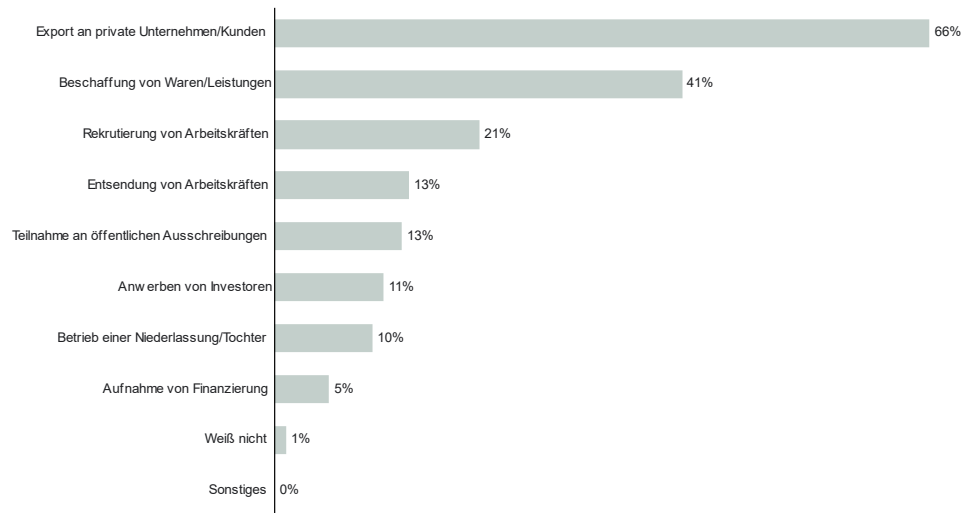
Von den KMU, die an der Befragung teilgenommen haben, gaben 97 % an, dass der Zugang zum Binnenmarkt für ihr Unternehmen wichtig ist. 68 % gaben an, dass der Binnenmarkt eine große Bedeutung hat, während 30 % der Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt eine gewisse oder geringe Bedeutung beimessen (siehe Abbildung 15 in Anhang 1).

66 % der befragten KMU exportieren an Privatunternehmen sowie an Einzelpersonen im Binnenmarkt. 41 % beziehen Waren von anderen Unternehmen im Binnenmarkt, siehe Abbildung 3. Zu weiteren Aktivitäten im Binnenmarkt zählen die Rekrutierung von Arbeitskräften (21 %), die Entsendung von Arbeitskräften (13 %) und die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen (13 %).

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 österreichische KMU fordern.

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

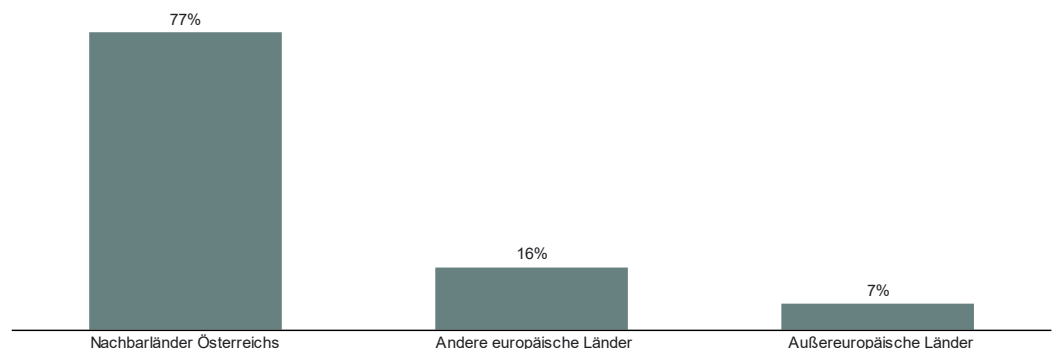


Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Auf welche Weise ist Ihr Unternehmen im Binnenmarkt tätig? Sie können mehrere Optionen auswählen“, n=439.

Ein Indiz für weiteres Wachstumspotenzial der österreichischen KMU im Binnenmarkt ist das derzeitige Exportverhalten. Im Durchschnitt gehen 77 % der KMU-Exporte in ein unmittelbares oder nahes Nachbarland Österreichs und 16 % in andere europäische Länder.

Abbildung 4: Österreichische KMU exportieren hauptsächlich in Nachbarländer



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

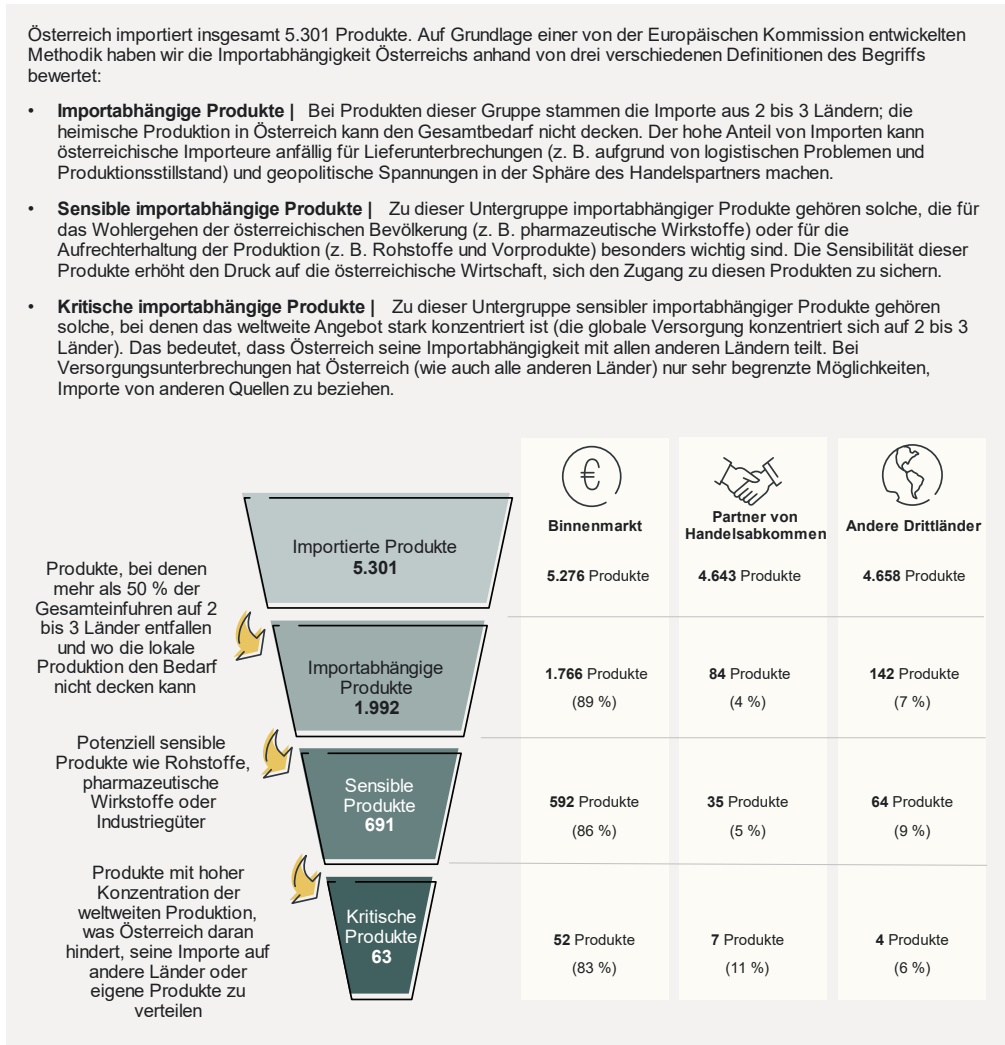
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Welcher Anteil der Exporte Ihres Unternehmens ist für die unten aufgeführten Märkte bestimmt? Bitte geben Sie den %-Anteil als ganze Zahl ein; die Summe muss 100 ergeben“, n=303. Zu den unmittelbaren oder näheren Nachbarn gehören Deutschland, die Tschechische Republik, die Slowakei, Ungarn, Slowenien, Italien, die Schweiz und Liechtenstein. Die Zahlen spiegeln den für die drei Kategorien bestimmten durchschnittlichen Exportanteil der befragten Unternehmen/KMU wider.

Der Binnenmarkt hat einen Hebeleffekt und bringt weltweite Einflussmöglichkeit

Der Binnenmarkt hat den Wohlstand in Österreich 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:

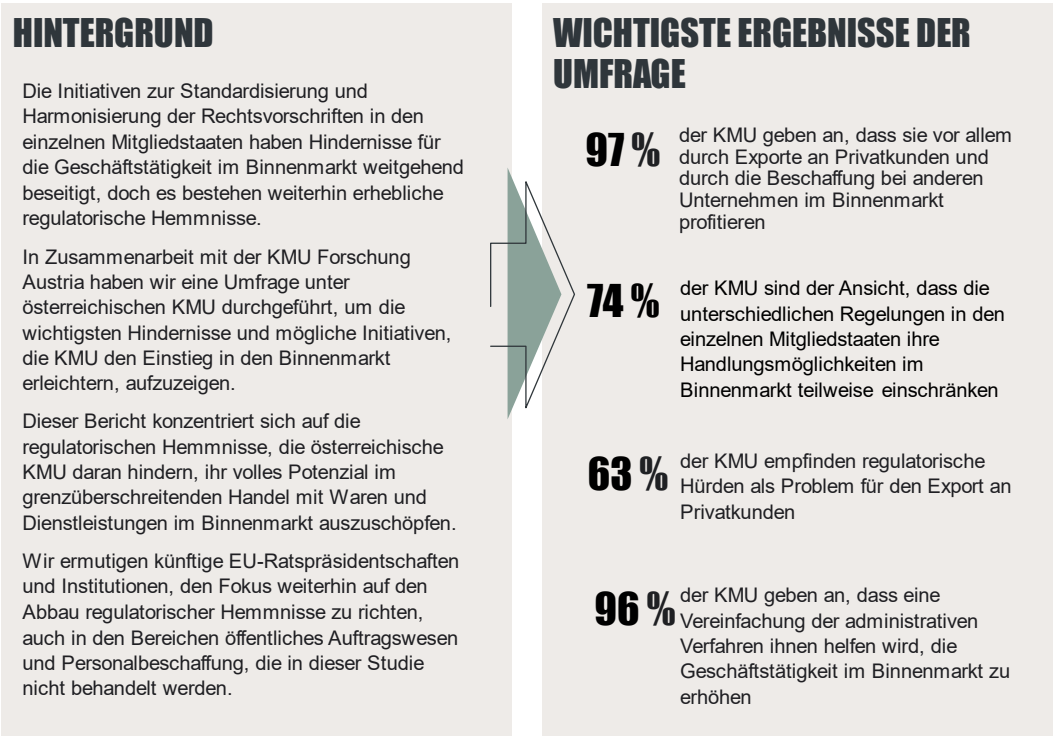
- **Umgang mit einer globalen Gesundheitskrise** | Die zentralisierte Beschaffung von Impfstoffen auf EU-Ebene stärkte die Verhandlungsposition der Mitgliedstaaten und ermöglichte den rechtzeitigen Zugang zu Impfstoffen in größeren Mengen, zu guten Lieferbedingungen und von mehreren Lieferanten.^{22,23} Insgesamt sicherte sich die EU 4,2 Milliarden Impfdosen für die EU-Bürger.²⁴
- **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.²⁵
- **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.²⁶ Österreichische Unternehmen haben Zugang zu 45 Handelsabkommen mit 78 Ländern, darunter die EFTA-Länder,^{27,28} und kein Handelspartner hat mehr Handelsabkommen als die EU.²⁹ 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.³⁰ 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.³¹
- **Balance zwischen Spezialisierung und Resilienz** | Der Binnenmarkt ermöglicht es den Mitgliedstaaten, sich zu spezialisieren und zu importieren, was andere besser produzieren können, siehe Abbildung 5. Österreich importiert derzeit 5.301 Produkte. Bei 1.992 dieser Produkte stammen die Importe aus nur 2 bis 3 Ländern, und Österreichs Unternehmen und Wirtschaft hängen vom Zugang und guten politischen Beziehungen zu diesen Ländern ab. Der Großteil dieser Produkte wird aus Partnerländern importiert, in denen der Handel unter regulierten Bedingungen stattfindet (1.766 Produkte werden innerhalb des Binnenmarktes und 84 aus Partnerländern mit Handelsabkommen importiert). Die verbleibenden 142 Produkte werden aus Drittländern importiert; dabei können Handelsabkommen mit diesen Ländern österreichischen Unternehmen helfen, ihre Importe noch stärker zu diversifizieren und resilientere globale Lieferketten aufzubauen.

Abbildung 5: Der Binnenmarkt ermöglicht Spezialisierung und trägt zur Stärkung der Resilienz bei³²



Quelle: Implement Economics auf Grundlage des BACI-Datensatzes (Base pour l'Analyse du Commerce International). Hinweis: Der BACI-Datensatz umfasst die bilateralen Handelsströme auf Produktebene im Jahr 2019. Die Produkte entsprechen der harmonisierten Systemnomenklatur (6-stelliger Code).

3 KMU wünschen sich einfachere Regulierungen und mehr Digitalisierung



Österreichische KMU fordern eine Harmonisierung und Vereinfachung der Rechtsvorschriften

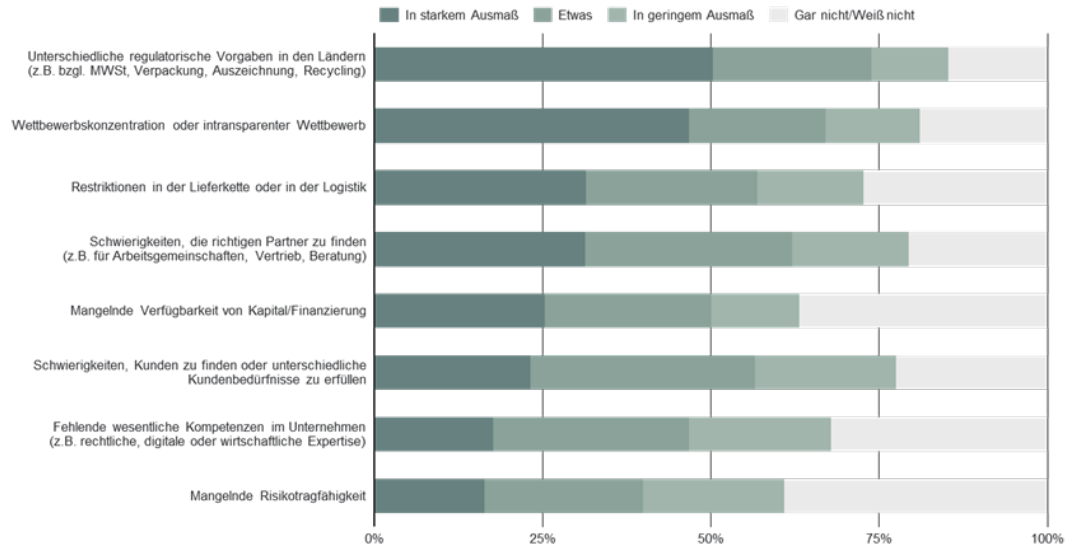
Der Binnenmarkt hat die Hindernisse für einen freien grenzüberschreitenden Fluss von Waren, Dienstleistungen, Kapital und Menschen weitgehend beseitigt. Die österreichischen KMU, die an der Umfrage teilgenommen haben, bestätigen, dass sie vom Binnenmarkt profitieren und es weiterhin Potenzial für eine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

Für 97 % der KMU-Exporteur:innen ist es wichtig, auf dem Binnenmarkt tätig zu sein, vor allem wegen der Exporte an Privatkunden (Unternehmen und Privatpersonen) und der Beschaffung bei anderen Unternehmen (siehe Abbildung 3 und Abbildung 15 in Anhang 1). Die potenziellen KMU-Exporteur:innen bestätigen das Potenzial, vom Binnenmarkt zu profitieren. 90 % dieser KMU sehen Potenzial für die Steigerung ihrer Exporte an Privatkunden und -kundinnen, 32 % für die Beschaffung bei anderen Unternehmen, 13 % für die Teilnahme an öffentlichen Ausschreibungen und 10 % für den Aufbau einer lokalen Präsenz in anderen Mitgliedstaaten des Binnenmarktes.

Die unterschiedlichen Regulierungen in den einzelnen Mitgliedstaaten werden als das größte Hindernis für österreichische KMU angesehen. 50 % der KMU sehen dadurch ihre Möglichkeiten, im Binnenmarkt tätig zu werden, stark eingeschränkt (für 35 % stellt es in gewissem oder geringerem Maße ein kritisches Hindernis dar), siehe Abbildung 6. Unterschiedliche Regulierungen sind für KMU ein größeres Hindernis für die

Geschäftstätigkeit auf dem Binnenmarkt als eine konzentrierte oder unklare Wettbewerbslandschaft (47 %) oder andere herkömmliche Exporthindernisse, denen man auf nationaler Ebene oft mit Maßnahmen zur Förderung und Beschleunigung des Exports begegnet.³³

Abbildung 6: Kritische Hindernisse für die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt

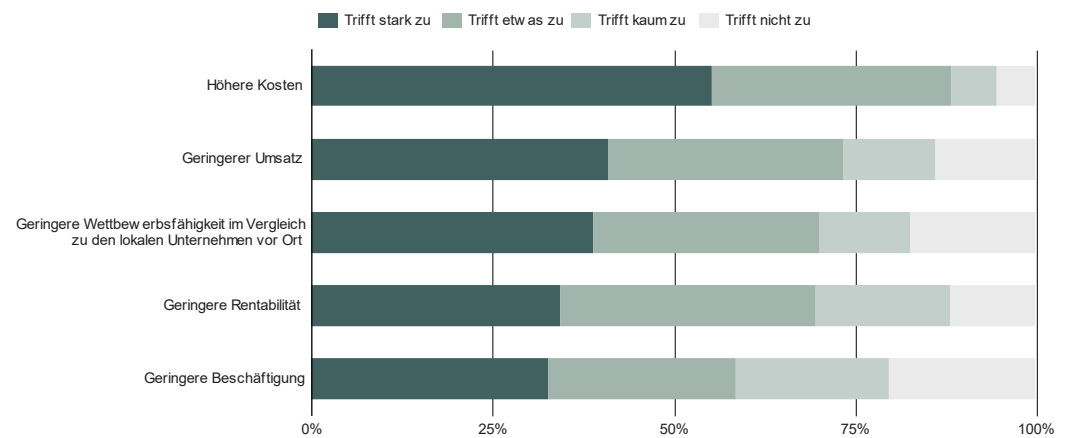


Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Was sind Ihrer Meinung nach die größten Hindernisse für eine Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt?“, n=405. Es haben keine potenziellen Exporteure diese Frage beantwortet, es werden also lediglich exportierende KMU abgebildet.

Nach Einschätzung der KMU erhöhen regulatorische Hemmnisse die Kosten (88 %), schmälern ihre Gewinne (73 %) und beeinträchtigen ihre Wettbewerbsfähigkeit im Vergleich zu lokalen Unternehmen (70 %), siehe Abbildung 7.

Abbildung 7: Folgen regulatorischer Hindernisse für exportierende KMU



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

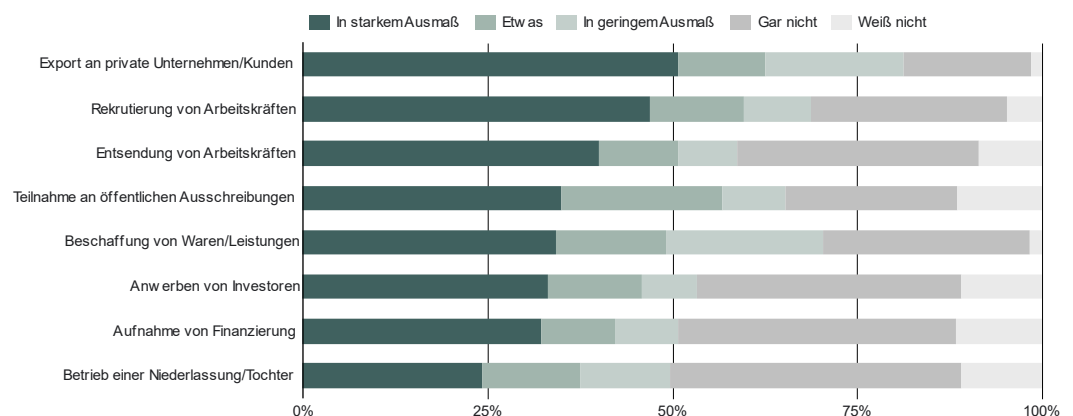
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Welche Auswirkungen haben regulatorische Hemmnisse für die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auf Ihr Unternehmen?“, n=332.

Dadurch entgehen der österreichischen Wirtschaft wichtige Möglichkeiten zur Schaffung weiterer und besser bezahlter Arbeitsplätze und mehr Arbeitsplatzsicherheit. Zudem könnten Verbraucher:innen durch niedrigere Preise, verbesserte Produktinnovationen und kürzere Lieferzeiten von einem Abbau regulatorischer Hemmnisse profitieren.

63 % der KMU sind der Ansicht, dass regulatorische Hürden sie daran hindern, an private Kundinnen und Kunden im Binnenmarkt zu exportieren, und 60 % sind der Ansicht, dass regulatorische Hürden sie daran hindern, Arbeitskräften anzuwerben (siehe Abbildung 8). Auch der Export an Privatkundinnen und -kunden ist ein Bereich, in dem 90 % der angehenden KMU-Exporteur:innen großes Potenzial für das Wachstum ihres Geschäfts im Binnenmarkt sehen (siehe Abbildung 16 in Anhang 1).

Darüber hinaus sind 51 % der KMU der Ansicht, dass regulatorische Hürden sie an der Entsendung von Arbeitskräften hindern und gleichzeitig die Teilnahme an der öffentlichen Auftragsvergabe und Beschaffung einschränken.

Abbildung 8: Regulatorische Hemmnisse hindern KMU an einer Ausweitung der Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt



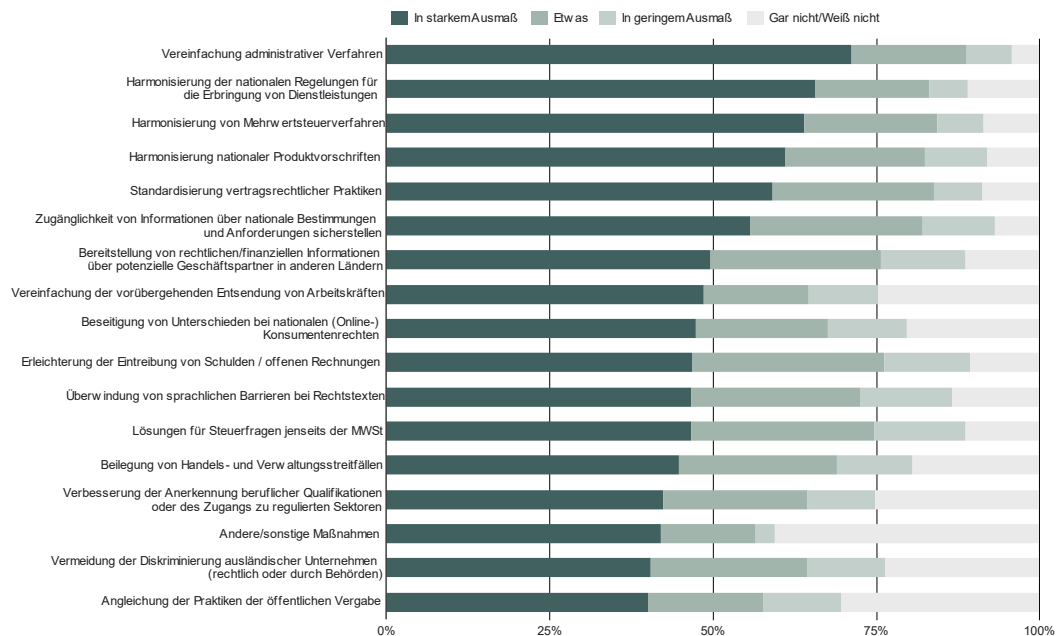
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit hindern regulatorische Hemmnisse Ihr Unternehmen an einer höheren Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt?“, n=382.

Die KMU nennen mehrere politische Initiativen, die zum Abbau regulatorischer Hemmnisse beitragen können.³⁴ 96 % der KMU verweisen auf eine Vereinfachung der Verwaltungsverfahren; davon geben 72 % an, dass diese Initiative ihnen in hohem Maße zu mehr Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt verhelfen werde. 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 österreichischen KMU die folgenden Initiativen:

- Harmonisierung der Umsatzsteuerverfahren** | Diese Forderung der österreichischen 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 (Empfehlung Nr. 2) und zur Schaffung einer zentralen Anlaufstelle für die Extended Producer Responsibility (EPR)-Systeme der Mitgliedstaaten (Empfehlung Nr. 8) sollen österreichischen 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 9: Politische Initiativen können Unternehmen helfen, ihre Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).

Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit würden die folgenden politischen Initiativen Ihnen helfen, Ihre Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten?“, n=396.

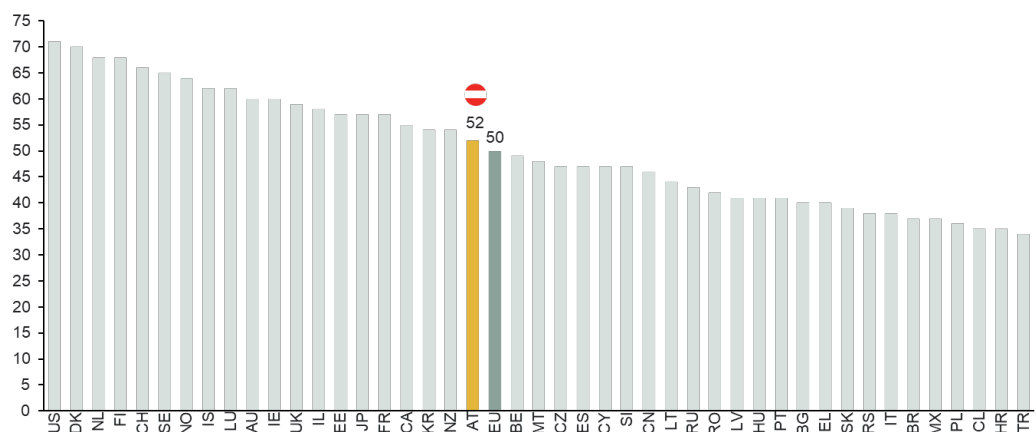
Stärkere Digitalisierung kann die Exporttätigkeit von KMU fördern

In der sich rasch entwickelnden globalen Landschaft von heute spielt die Digitalisierung eine entscheidende Rolle, wenn es darum geht, das Wachstum anzukurbeln, Beschäftigungsmöglichkeiten zu schaffen und durch ihre positiven Auswirkungen auf Umweltziele zu einer nachhaltigen Zukunft beizutragen.³⁵ Die Übernahme digitaler Technologien versetzt KMU in die Lage, sich besser auf internationalen Märkten zu etablieren, ihre Abläufe optimal zu rationalisieren und ihre Exportfähigkeit zu verbessern.

Laut dem International Digital Economy and Society Index (I-DESI) von 2020 liegt Österreich knapp über dem EU-Durchschnitt (52 gegenüber 50) aber weit hinter den digitalen Spitzenreitern weltweit, siehe Abbildung 10. Somit fällt Österreich global betrachtet hinter die digitalen Spitzenreiter zurück.

Nach den aktualisierten Zahlen für die EU, dem Digital Economy and Society Index (DESI) 2022, erhält Österreich einen Wert von 55 (vorher 54) und hat den Abstand zum EU-Durchschnitt von 52 (vorher 53) bei der Messung 2020 leicht vergrößert.³⁶

Abbildung 10: Die digitale Leistung Österreichs liegt knapp über dem EU-Durchschnitt

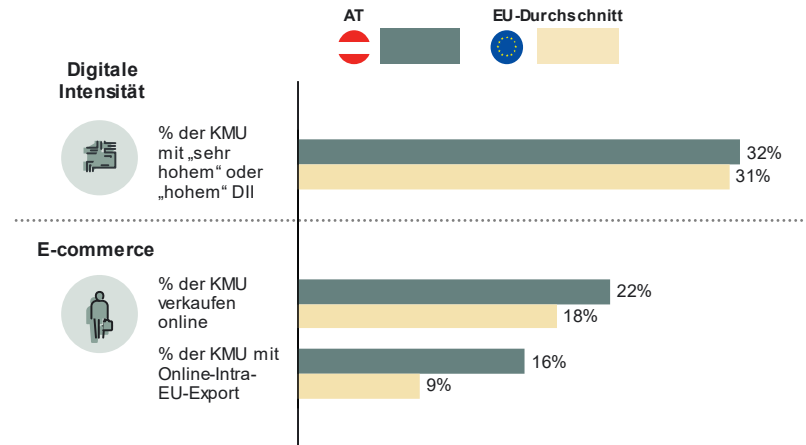


Quelle: Implement Economics auf Grundlage von Daten der Europäischen Kommission.

Hinweis: Der Internationale Index für die digitale Wirtschaft und Gesellschaft (I-DESI) basiert auf 24 Indikatoren. Der I-DESI-Score wird als gewichteter Durchschnitt der Länderergebnisse für 24 digitale Indikatoren innerhalb der fünf Dimensionen (digitale Fähigkeiten, Integration digitaler Technologie, Konnektivität, Internetnutzung, digitale öffentliche Dienste) berechnet. Die Gewichtung spiegelt die Priorität der Digitalpolitik in der EU wider. Die I-DESI ist die Version für 2020.

Gemessen am Digital Intensity Index (DII) liegen die österreichischen KMU im EU-Durchschnitt, siehe Abbildung 11. Im Vergleich zu anderen KMU in der EU scheinen österreichische KMU in Bezug auf ihr Engagement im elektronischen Handel weiter fortgeschritten zu sein: 22 % der österreichischen KMU verkaufen online (EU-Durchschnitt: 18 %) und 16 % exportieren online innerhalb der EU (EU-Durchschnitt: 9 %).

Abbildung 11: Die Performance österreichischer KMU beim Einsatz digitaler Tools³⁷

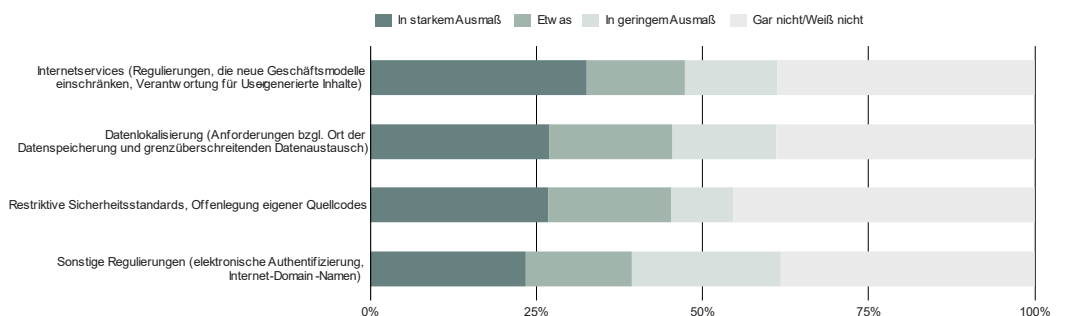


Quelle: Implement Economics auf Grundlage von Daten der Europäischen Kommission über die Anwendung digitaler Systeme.
 Hinweis: Der Digital Intensity Index misst die Nutzung verschiedener Technologien durch Unternehmen und spiegelt den Grad der Digitalisierung der Unternehmen wider. Die Daten beziehen sich nur auf KMU, definiert als Unternehmen mit 10 bis 249 Beschäftigten.

Trotz ihrer bisherigen Performance glauben 89 % der befragten österreichischen KMU, dass eine verstärkte Nutzung digitaler Tools ihrem Unternehmen helfen kann, mehr über den Binnenmarkt zu verkaufen. 54 % glauben sogar, dass dies ihren Exporten in hohem Maß helfen kann, siehe Abbildung 21 in Anhang 1.

Österreichische KMU sind der Ansicht, dass regulatorische Hemmnisse den Einsatz von weiteren digitalen Tools behindern. Am hinderlichsten werden dabei Beschränkungen für Internetservices bewertet (einschließlich regulatorischer Bedingungen, die eine Nutzung neuer Geschäftsmodelle einschränken, sowie nicht-IP-bezogene Haftungen) sowie technologische Hürden (einschließlich restriktiver Sicherheitsstandards und Anforderungen zur Offenlegung geschützter Quellcodes) und Einschränkungen in der Datenlokalisierung (einschließlich Anforderungen an die Datenspeicherung und Verbote des grenzüberschreitenden Datenverkehrs), siehe Abbildung 12.

Abbildung 12: Regulatorische Hemmnisse hindern KMU an der Einführung digitaler Tools



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).
 Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit stellen die folgenden Hindernisse rechtliche Hürden für eine Einführung digitaler Tools in Ihrem Unternehmen dar?“, n=221.

Die KMU erwähnen mehrere Bereiche, in denen politische Entscheidungsträger zur Beschleunigung der Digitalisierung beitragen können, siehe Abbildung 13. Dabei geben 41 % der KMU an, dass mehr digitale öffentliche Dienstleistungen ihnen helfen würden, ihren Digitalisierungsgrad zu erhöhen, und fast ebenso viele befürworten eine Erleichterung der Integration digitaler Technologien. Ebenso geben 32 % der KMU an, dass eine verbesserte digitale Infrastruktur ihnen dabei helfen würde, ihren Digitalisierungsgrad zu erhöhen.

Abbildung 13: Die Politik kann die Digitalisierung von KMU in mehreren Bereichen unterstützen



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU (weitere Angaben siehe Anhang 1).
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „In welchen der folgenden Bereiche kann die Politik Ihr Unternehmen bei der Digitalisierung unterstützen?“, n=406.

4 Eine mutige und ehrgeizige Vision für den Binnenmarkt

HINTERGRUND

Zum 30. Jahrestag des Binnenmarktes hat Europa bewiesen, wie viel es erreichen will, wie ehrgeizig es ist und wie schnell es bei einem gemeinsamen Ziel und mit einer einheitlichen Vorgehensweise handeln kann.

Der Binnenmarkt ist der Schlüssel zu einem für die Menschen funktionierenden Wirtschaftssystem, zu einem stärkeren Europa in der Welt und macht Europa bereit für das digitale Zeitalter – drei der sechs Hauptziele im Arbeitsprogramm der Europäischen Kommission für 2023.

In dieser Studie werden alle EU -Regierungen und die nächste Europäische Kommission aufgefordert, eine mutige und ehrgeizige Vision für den Binnenmarkt zu erarbeiten und die historischen Errungenschaften der Harmonisierung von Regulierungen zu nutzen.

LÖSUNGEN

- #1 Einführen einer ehrgeizigen Binnenmarktstrategie
- #2 Stärkung von SOLVIT durch die Einrichtung eines Binnenmarkt-Ombudsmanns in jedem EU-Mitgliedstaat und Verpflichtung von SOLVIT, in strukturellen Fällen proaktiver zu handeln
- #3 Durchführung eines Datenflusstests für alle bestehenden und neuen EU -Verordnungen

1. Verabschiedung einer ehrgeizigen Binnenmarktstrategie

Die Sicherung der vier Freiheiten des Binnenmarktes rechtfertigt eine ständige Überprüfung und Aktualisierung von EU-Rechtsvorschriften. Der Binnenmarkt wird nie vollendet sein, sondern muss sich an technologische Entwicklungen, globale Bedingungen und wichtige gesellschaftliche Herausforderungen anpassen. Wir fordern die nächste Europäische Kommission dazu auf, ehrgeizig und visionär bei der Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit der EU zu sein.

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.³⁸

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.

Eine ambitionierte Binnenmarktstrategie kann die komplexen und uneinheitlichen regulatorischen Anforderungen reduzieren, die für KMU wie ABS Transportbahnen und Pfeifer Austria die Kosten in die Höhe treiben, wie in den nachstehenden Business Cases beschrieben.

KOMPLEXE UND UNEINHEITLICHE RECHTLICHE ANFORDERUNGEN TREIBEN DIE KOSTEN IN DIE HÖHE

ABS Transportbahnen ist eine 1997 gegründete österreichische Tochtergesellschaft der Doppelmayr-Gruppe. ABS ist auf die Herstellung von Schrägaufzügen und Standseilbahnen spezialisiert. Das Unternehmen ist international tätig, seine Hauptmärkte sind jedoch Österreich, Deutschland und Italien.

Call for action

Da Aufzugsanlagen schon lange automatisiert sind, sind die Vorschriften für den Bau und den Betrieb von Schrägaufzügen weniger restriktiv wie für Seilbahnen und Standseilbahnen. Dadurch ist der Betrieb von Schrägaufzügen oft kostengünstiger, da beispielsweise keine ständige Überwachung durch Sicherheitspersonal während des Betriebs erforderlich ist. Allerdings ist ABS mit einer beträchtlichen Fragmentierung der nationalen und subnationalen Gesetze, die ihre Aufzugssysteme betreffen, konfrontiert. Verschiedene Länder sowie autonome Provinzen haben unterschiedliche gesetzliche Definitionen für Aufzugssysteme und damit auch unterschiedliche Produkt- und Sicherheitsanforderungen, was für das Unternehmen erhebliche Kosten verursacht.

„Wir müssen unterschiedliche rechtliche Definitionen und Anforderungen in den verschiedenen Ländern und autonomen Provinzen einhalten, was unsere Kosten stark in die Höhe treibt.“

Stefan Huter, Vorstandsvorsitzender der ABS Transportbahnen

Potenzial

Die unterschiedlichen nationalen und regionalen Rechtsvorschriften erhöhen die Verwaltungskosten für ABS und stellen ein Hindernis für die Geschäftstätigkeit in der EU dar. Derzeit muss das Unternehmen etwa 5 bis 15 % der gesamten Projektkosten für zusätzliche Verwaltungsaufgaben im Zusammenhang mit den unterschiedlichen nationalen und subnationalen Gesetzen für Seilbahnen und Aufzüge aufwenden.

Die Vereinfachung und Harmonisierung der Rechtsvorschriften und die Einführung gemeinsamer Standards werden die Kosten senken und es für KMU wie ABS einfacher machen, im gesamten Binnenmarkt tätig zu sein, ohne dass unnötige regulatorische Kosten entstehen.

DIE GELANGENSBESTÄTIGUNG BEI LIEFERUNGEN VERURSACHT KOSTEN BEI DEN UNTERNEHMEN

Pfeifer Österreich ist eine Tochtergesellschaft der deutschen Pfeifer-Gruppe und ist auf die Herstellung einer breiten Palette von Produkten spezialisiert, insbesondere Ketten und Seile sowie Hebetchnik. Das Unternehmen beliefert die Bau-, Logistik- und Architekturbranche im In- und Ausland und bietet Prüfungen der Ausrüstung an.

Call for action

Pfeifer Österreich sieht sich bei Geschäften im Binnenmarkt mit mehreren bürokratischen Hürden konfrontiert. Ein Beispiel ist die steuerrechtlich vorgeschriebene Gelangensbestätigung, die Pfeifer Austria beim Kauf von Waren aus dem Ausland ausstellen muss. Wenn Pfeifer in ein anderes Land versendet, muss das Unternehmen von seinen Kund*innen eine Ankunftsbestätigung verlangen. Diese Bestätigung ist erforderlich, um die Voraussetzungen für die Steuerbefreiung einer innergemeinschaftlichen Lieferung nachzuweisen, stellt jedoch für Pfeifer Austria einen erheblichen Verwaltungsaufwand dar - sowohl in Bezug auf Zeit als auch auf Kosten.

Potenzial

Das bestehende Netz aus Richtlinien, Verordnungen und nationalen Gesetzen treibt die Transaktionskosten in die Höhe, da in den einzelnen Mitgliedstaaten unterschiedliche Rechte und Vereinbarungen gelten.

Die Umsetzung der vier Freiheiten des Binnenmarktes würde es für KMU wie Pfeifer Österreich einfacher machen, ihr Geschäft auf den gesamten Binnenmarkt auszuweiten, ohne mit unnötigen Verwaltungskosten konfrontiert zu sein. Bei der Ausstellung von Ankunftsbestätigungen für Sendungen und bei der Erfüllung anderer komplexer bürokratischer Anforderungen entstehen für Pfeifer Austria erhebliche Verzögerungen und Kosten.

„Etwa einer unserer 26 Mitarbeiter kümmert sich ausschließlich um die Bürokratie, die mit der Geschäftstätigkeit auf dem Binnenmarkt verbunden ist - einschließlich z.B. der Ankunftsbestätigungspflicht für Sendungen aus Deutschland.“

Günther Leutgeb, Qualitätsmanagement bei Pfeifer Österreich

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

SOLVIT wurde 2002 gegründet, um Bürger:innen sowie Unternehmen (kostenlos) bei Problemen zu unterstützen, die sich aus einer möglichen falschen Anwendung von Binnenmarktvorschriften ergeben. SOLVIT-Zentren gibt es in allen EU-Mitgliedstaaten sowie in Island, Liechtenstein und Norwegen. Gemeinsam bilden die Zentren ein informelles Problemlösungsnetz unter der Schirmherrschaft der Europäischen Kommission.

Eine Überprüfung der SOLVIT-Einrichtungen in den einzelnen Ländern zeigt, dass europäische Unternehmen SOLVIT nur selten nutzen und oft kein Vertrauen in SOLVIT als relevanten Partner bei der Lösungsfindung haben.³⁹ Auch die Funktionalität von SOLVIT kann in mehreren Ländern noch verbessert werden:

- **Sicherstellung von Personal und Qualifikationen** | In einigen SOLVIT-Zentren herrscht ein Mangel an qualifizierten Sachbearbeiter:innen und erhöhte Personalfuktuation.⁴⁰
- **Angehen von strukturellen Probleme** | 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. Österreichische KMU, wie Fülöp Essenzen im nachstehenden Business Case, 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.⁴¹

DIE BESCHAFFUNG VON INFORMATIONEN ÜBER LOKALE ANFORDERUNGEN IST AUFWÄNDIG UND BREMST DIE EXPANSION

Fülöp Essenzen ist ein kleines, auf energetische Essenzen und Sprays spezialisiertes Ein-Frau-Unternehmen. Das Unternehmen verkauft seine Produkte über verschiedene Einzelhändler:innen sowie über seinen Online-Shop direkt an Endverbraucher:innen. Ungefähr 50 % des Umsatzes von Fülöp Essenzen stammen aus dem Export – hauptsächlich nach Deutschland und in die Schweiz. Da das Unternehmen neue Märkte erschließen möchte, rechnet es damit, dass der Anteil der Exporte am Gesamtumsatz in Zukunft steigen wird.



Call for action

Ein Export in neue Länder des Binnenmarktes stellt für Fülöp Essenzen eine Herausforderung dar, hauptsächlich weil klare und genaue Informationen über die lokalen Anforderungen nur sehr schwer zu erhalten sind. Für Fülöp Essenzen war es zum Beispiel schwierig, Informationen über Registrierungssysteme und Recyclinganforderungen für Verpackungen zu erhalten. Es kostet Einzelunternehmer viel Zeit, sich über die Anforderungen auf dem Laufenden zu halten, und professionelle Beratung ist mit zu hohen Kosten verbunden.

„Zu Beginn unserer Exporttätigkeit war es sehr schwierig, genaue Informationen über nationale Anforderungen zu erhalten. Es gab keine Anlaufstelle, die zuverlässige und umfassende Informationen liefern konnte.“

Marianne Fülöp, Inhaberin und Gründerin von Fülöp Essenzen



Potenzial

Ein starkes und proaktives SOLVIT-Netz könnte KMU wie Fülöp Essenzen helfen, sich über seine Rechte und Möglichkeiten zu informieren, und eine zentrale Anlaufstelle für aktuelle, umfassende Informationen über nationale Anforderungen bieten. Mit einer solchen Lösung würde es für Fülöp Essenzen leichter, in neue Länder zu exportieren. Derzeit schreckt das Unternehmen wegen der vermutlich hohen Anfangsinvestitionen in Form von Geld und Zeit vor der Erschließung neuer Märkte zurück.

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.⁴²

3. Durchführung eines Datenflusstests für alle bestehenden und neuen EU-Verordnungen

Wie in Kapitel 2 beschrieben, ist die Digitalisierung ein wichtiger Motor für Produktivität und künftiges Wirtschaftswachstum.⁴³ Der Datenverkehr, d.h. der Zugriff von Daten von den Unternehmen die sie nutzen und übertragen können, ist eine Voraussetzung für die Digitalisierung. Digitale Technologien und Lösungen ermöglichen und beschleunigen auch den grünen Wandel in Wirtschaft und Gesellschaft.⁴⁴

Aus diesen Gründen ist es wichtig, ungerechtfertigte Hindernisse für den Datenverkehr im Binnenmarkt zu beseitigen, wie es die Europäische Kommission beispielsweise mit der Verordnung über den freien Datenverkehr versucht hat.⁴⁵ Es gibt nach wie vor mehrere Hindernisse für den Datenverkehr, die häufig auf Vorschriften zum Schutz der Privatsphäre (Datenschutz) zurückzuführen sind.⁴⁶ Dabei handelt es sich um ein legitimes Interesse, das in der EU-Grundrechtscharta geregelt ist und somit in der EU einen Verfassungswert hat.

In Anbetracht des übergeordneten Interesses am Schutz der Privatsphäre empfehlen wir der Europäischen Kommission, einen Vorschlag zur bestmöglichen Förderung des Datenverkehrs vorzulegen. Der Vorschlag sollte die Einführung eines „Datenflusstests“ 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. Unternehmen würden dadurch die Möglichkeit erhalten, als unverhältnismäßig empfundene Datenschutzentscheidungen rechtlich anzufechten. 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, nach Ansicht österreichischer KMU eines der Haupthindernisse für eine Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt, für europäische Unternehmen gesenkt (siehe z. B. den unten aufgeführten Business Case zu Lettvint).

RESTRIKTIONEN UND UNSICHERHEIT ÜBER DATENSCHUTZREGELUNGEN VERHINDERN MARKTEINTRITT

Lettvint ist ein österreichisches Ein-Personen-Unternehmen, das Unternehmensberatung zu Veränderungsprozessen, Problemlösung, Team- und Business-Coaching sowie Kommunikationsstrategie anbietet. Lettvint bietet seine Dienstleistungen sowohl persönlich als auch über Online-Kanäle an. Die Gründerin und Geschäftsführerin des Unternehmens, Brita Eipeldauer, betreut Kunden sowohl direkt in Österreich als auch über Geschäftspartner*innen in anderen Ländern.



Call for action

Als junges und kleines Unternehmen sieht sich Lettvint mit erheblichen Unsicherheiten und Informationsbarrieren bezüglich der Datenschutzanforderungen auf nationaler und subnationaler Ebene in anderen EU-Ländern konfrontiert. In Österreich hat Lettvint ein ansässiges Unternehmen beauftragt, sich um die lokalen Datenschutzangelegenheiten zu kümmern, um seine Dienste auf Online-Kanälen etablieren zu können. In Deutschland haben jedoch Faktoren wie regionale Unterschiede in den Datenschutzgesetzen, Schwierigkeiten und Kosten im Zusammenhang mit der Beschaffung relevanter Informationen sowie unsichere Geschäftsaussichten das Unternehmen dazu veranlasst, seine Dienste nicht über Online-Kanäle anzubieten.

“Der Versuch, meine Online-Dienste in Deutschland zu erweitern, war beispielsweise aufgrund der detaillierten regionalen Unterschiede in den Datenschutzgesetzen überwältigend. Für mich war es zu früh, zu unsicher und zu kostspielig, um ein Unternehmen in Deutschland damit zu beauftragen.”

Brita Eipeldauer, Gründerin und CEO bei Lettvint

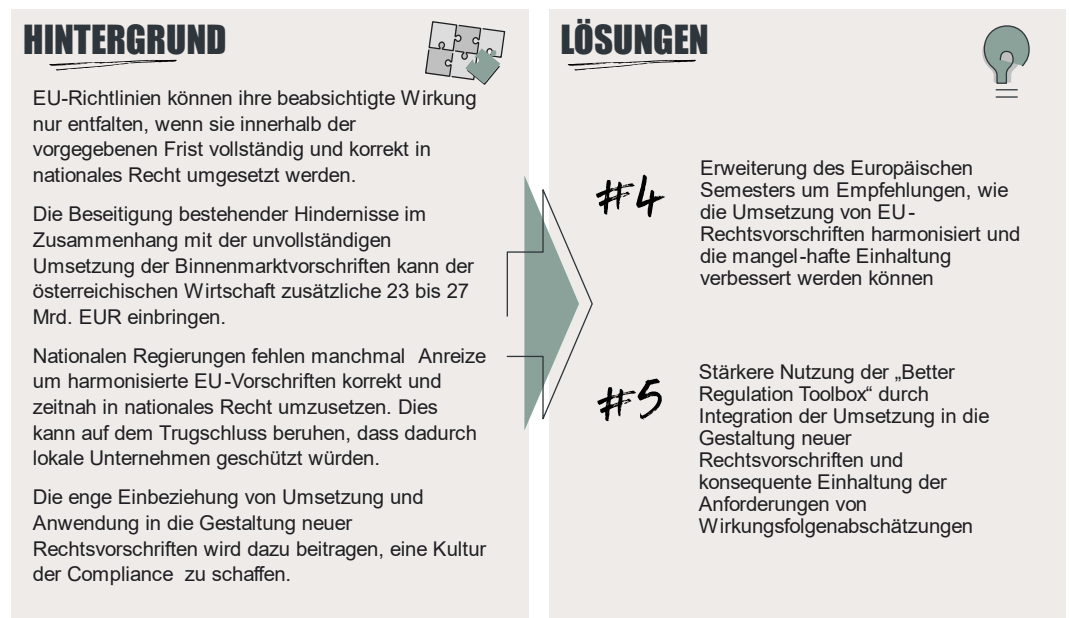


Potenzial

Hindernisse für den Datenverkehr, einschließlich der unterschiedlichen Datenschutzanforderungen in der EU, halten Unternehmen, insbesondere kleine Unternehmen wie Lettvint, davon ab, Online-Dienste im gesamten Binnenmarkt einzurichten. Die Unsicherheiten und Kosten werden angesichts des frühen Stadiums der Unternehmen und der erwarteten Einnahmen oft als zu hoch eingeschätzt.

Ein "Datenflusstest", der die nationalen und EU-Gesetzgeber und Regulierungsbehörden verpflichtet, die potenzielle Unverhältnismäßigkeit ihrer Datenschutzanforderungen systematisch zu bewerten, wäre ein erster Schritt. Außerdem wäre eine Harmonisierung der Regulierungen sowie eine bessere und proaktivere Informationsversorgung für die Unternehmen erforderlich.

5 Aufbau einer Kultur des Vertrauens und Compliance gewährleisten



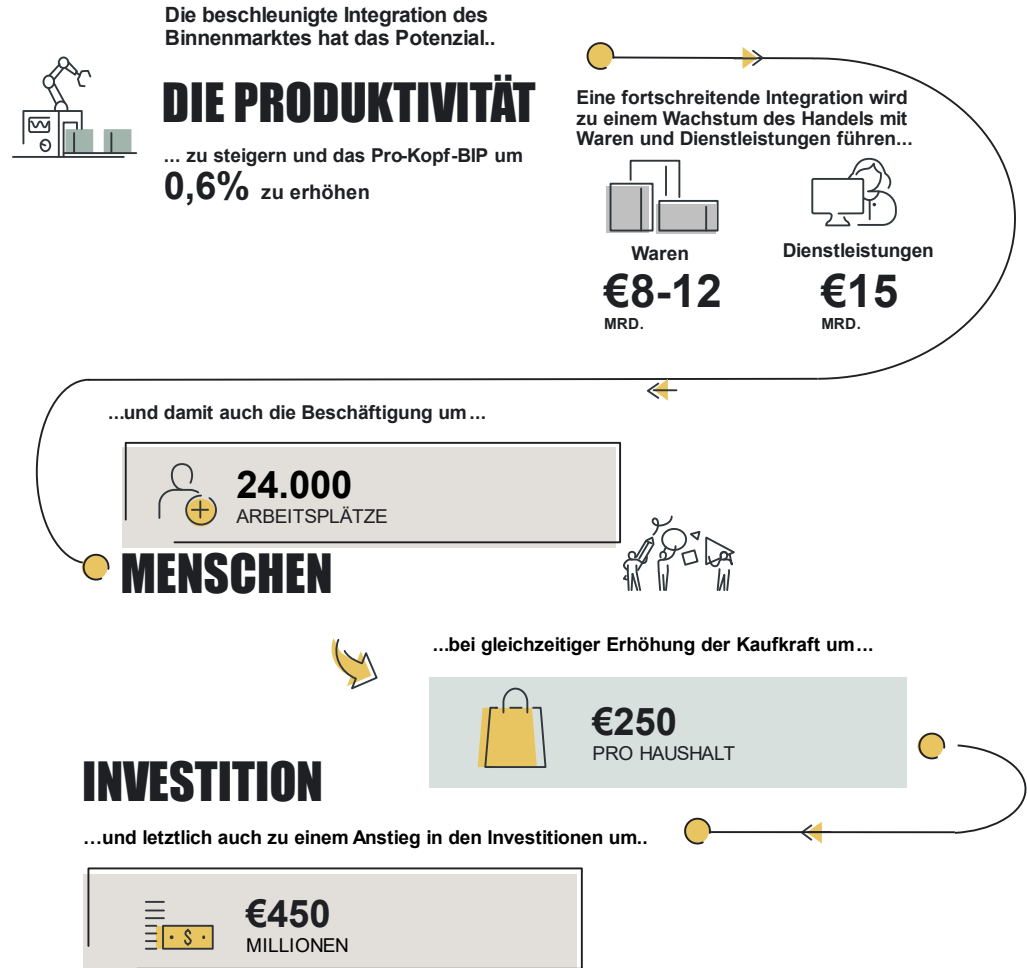
4. Erweiterung des Europäischen Semesters um Empfehlungen, wie die Umsetzung von EU-Rechtsvorschriften harmonisiert und die mangel-hafte Einhaltung verbessert werden können

Die Beseitigung von Hindernissen, die auf unvollständige Umsetzung von EU-Vorschriften zurückzuführen sind, wird voraussichtlich EU-weit große wirtschaftliche Vorteile bringen.⁴⁷ Nach Schätzungen der Europäische 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.⁴⁸

Ähnliche Auswirkungen sind in Österreich zu erwarten. Wenn der Nutzen für Österreich dem österreichischen Beitrag zum gesamten EU-internen Handel entspricht, könnte das Pro-Kopf-BIP jährlich um 0,6 % steigen, und der Waren- und Dienstleistungssektor würde das österreichische BIP dauerhaft um 23 bis 27 Mrd. EUR jährlich erhöhen (8 bis 12 Mrd. EUR bzw. 15 Mrd. EUR für Waren und Dienstleistungen⁴⁹). Außerdem werden durch die höhere Zahl von Waren und Dienstleistungen voraussichtlich 24.000 Arbeitsplätze jährlich geschaffen. Die Vorteile werden an die österreichischen Haushalte weitergegeben, deren Einkommen voraussichtlich dauerhaft im Durchschnitt um 250 EUR steigen wird. Schließlich werden die Investitionen voraussichtlich um 450 Mio. EUR jährlich steigen (siehe Abbildung 14).⁵⁰

Angesichts des hohen Anteils, den Österreich am Handel im Binnenmarkt hat, dürften österreichische Unternehmen von einem verbesserten Marktzugangs erheblich profitieren.

Abbildung 14: Potenzielle Vorteile Österreichs durch Beseitigung von Hindernissen im Binnenmarkt



Die bestehende Umsetzungslücke untergräbt das Vertrauen von Unternehmen sowie Bürger:innen in einen effektiv funktionierenden Binnenmarkt. Sie sendet auch das klare Signal an einzelne Regierungen, dass eine Nichteinhaltung der Vorschriften kaum Konsequenzen hat. Wir schlagen daher vor, Empfehlungen zur Schließung der Umsetzungslücke und zur Harmonisierung der Umsetzung von EU-Vorschriften in das Europäische Semester aufzunehmen mit dem Vorteil, dass das Europäische Semester durch eine Kombination aus hartem und weichem Recht geprägt ist, das auf einer Mischung aus Überwachungsmechanismen und möglichen Sanktionen beruht, mit denen Anreize für Regierungen geschaffen können um die Umsetzungslücke zu schließen.

Die vorgeschlagene Lösung wird mehrere der regulatorischen Hemmnisse beseitigen, die österreichische KMU derzeit daran hindern ihre Geschäftstätigkeit auf den Binnenmarkt auszuweiten.

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

Kräutermax handelt mit Kräutern, Naturkosmetik und Nahrungsergänzungsmitteln. Das Unternehmen verkauft seine Produkte in physischen Geschäften, einschließlich Apotheken und Lebensmitteleinzelhändler, sowie online über das Fulfillment by Amazon (FBA)-Programm von Amazon. Etwa 20 bis 30 % der Einnahmen von Kräutermax stammen aus dem Export, vor allem aus den Nachbarländern Österreichs.

Call for action

Die regulatorische Fragmentierung stellt für Kräutermax eine erhebliche Herausforderung dar und betrifft einen großen Teil seines Produktportfolios. Die Mitgliedstaaten legen unterschiedlich aus, ob die Produkte von Kräutermax als Nahrungsergänzungsmittel (gemäß EU-Verordnung) oder als Arzneimittel (gemäß nationaler Verordnung) einzustufen sind. 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 Kräutermax 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 einem Land wird ein Kraut, das in einer bestimmten Dosierung verkauft wird, als Nahrungsergänzungsmittel ohne gesundheitsbezogene Angaben betrachtet, während es in einem anderen Land als Arzneimittel eingestuft wird. Das macht es für uns sehr schwierig und kostspielig, zu expandieren.“

Cristoph Zauner, Geschäftsführer und Inhaber von Kräutermax

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 Kräutermax 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.⁵¹

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 vorgeschlagene Lösung wird dazu beitragen, einige der bestehenden rechtlichen Hindernisse abzubauen, auf die österreichische KMU wie Bosch + Sohn (siehe unten) hingewiesen haben, und die qualitativ hochwertige Gestaltung künftiger Rechtsvorschriften wird das Risiko neuer administrativer Hindernisse und unbeabsichtigter negativer Auswirkungen in der Zukunft verringern.

KOMPLEXE REGELUNGSVORSCHRIFTEN BEEINFLUSSEN DIE INNOVATIONSFÄHIGKEIT

Bosch + Sohn ist ein Betrieb mit 100 Mitarbeiter:innen, der sich auf die Entwicklung und Herstellung medizinischer Geräte spezialisiert hat, insbesondere auf Blutdruckmessgeräte, Geräte zur Messung der Körpertemperatur und andere Geräte für die kardiologische Diagnostik. Bosch + Sohn hat seinen Sitz in Deutschland und ein Verkaufs- und Vertriebsbüro in Österreich. Das Unternehmen exportiert hauptsächlich in die DACH-Region, nach Italien, Spanien, Frankreich, Ungarn sowie in einige Länder Afrikas, des Nahen Ostens und Asiens, einschließlich China.



Call for action

Die neue EU-Medizinprodukteverordnung (Medical Devices Regulation, MDR) stellt für Bosch + Sohn eine große Belastung dar. Neue Zulassungsanforderungen verursachen enorme Kosten, die von der Unternehmensgröße unabhängig sind. Zudem sind die Genehmigungsverfahren extrem langwierig und unvorhersehbar, und die unzureichende Anzahl der benannten Stellen, die solche Anträge prüfen, zieht die Verfahren weiter in die Länge. Diese Verzögerungen sind besonders nachteilig für Produkte mit kurzen Lebenszyklen und hohen Innovationsraten (z. B. Produkte mit digitalen Komponenten/Konnektivität medizinischer Geräte). Im schlimmsten Fall können die Medizinprodukte bei ihrer offiziellen Zulassung schon veraltet sein.

„Die langwierigen Genehmigungsverfahren im Rahmen der MDR können zu Finanzierungsproblemen für KMU führen, da sie die Rückflüsse aus bereits getätigten Investitionen verzögern.“

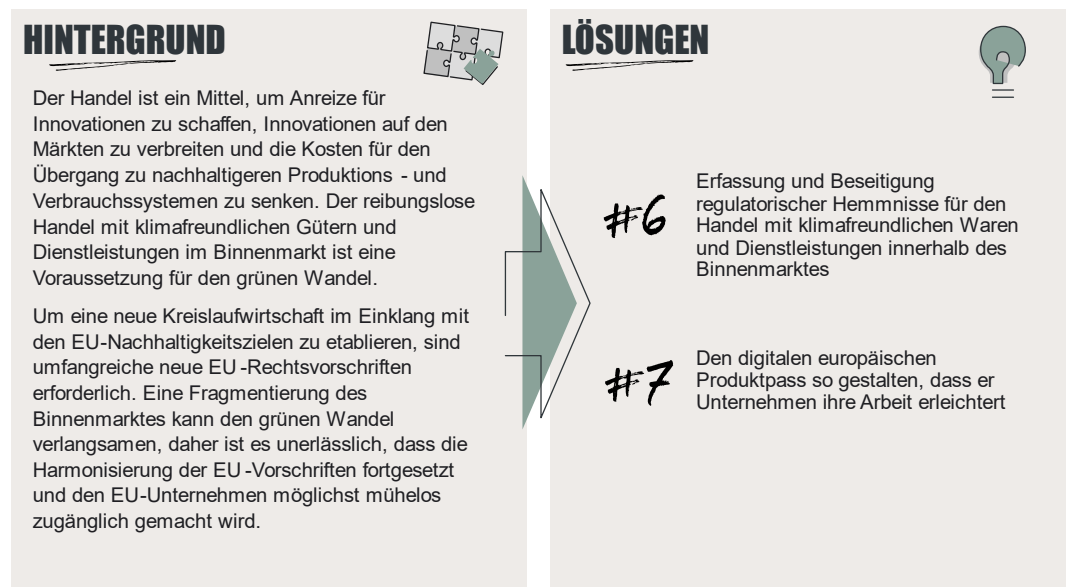
Rudolf Mad, Geschäftsführer Österreich bei Bosch + Sohn



Potenzial

Die mit der Produktzulassung verbundenen Kosten sind für Medtech-Hersteller im Vergleich zur Situation vor der neuen EU-Medizinprodukteverordnung um mindestens das Doppelte gestiegen. Diese Kosten schlagen sich in höheren Produktpreisen nieder. Für kleinere Unternehmen wie Bosch + Sohn sind diese Preissteigerungen höher als für große Unternehmen mit Massenprodukten. Dadurch ist die Wettbewerbsfähigkeit der KMU gefährdet. Darüber hinaus wirkt sich eine Verlängerung der Zulassungsverfahren auf die Einnahmen aus, da die Zeit auf dem Markt verkürzt wird. Einfachere Zulassungsverfahren und mehr benannte Stellen würden erheblich dazu beitragen, dass die MDR ihre Ziele erreicht, nämlich Patientensicherheit und Produktverfügbarkeit zu gewährleisten und gleichzeitig eine nachhaltige und attraktive medizintechnische Innovationslandschaft in Europa zu fördern.

6 Grüne Kreislaufwirtschaft im Binnenmarkt



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.

Bis 2030 will Österreich 100 % seines Stroms aus erneuerbaren Energiequellen erzeugen. Dazu soll auf einer Million Dächern – mit in Österreich hergestellten Produkten – Solarstrom erzeugt werden, wofür in den nächsten zwei Jahren 260 Millionen Euro investiert werden sollen.⁵²

Regulatorische Hemmnisse behindern den weltweiten Handel mit klimafreundlichen Gütern erheblich (bis zu zehnmal mehr als Zölle⁵³); 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.⁵⁴ Da Windenergie bis 2030 voraussichtlich 43 % des europäischen Strombedarfs decken wird, machen regulatorische Hindernisse den grünen Wandel übermäßig kostspielig und belasten die öffentlichen Haushalte.⁵⁵

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 einen Prozess vor, bei dem die Europäische Kommission einen „schrittweisen“ Ansatz zur Harmonisierung der Rechtsvorschriften mit den folgenden drei Schritten verfolgt:

- **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.⁵⁶ 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. Das 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 Schaffung eines echten europäischen grünen Binnenmarktes würde KMU helfen, etwa der Austria Metal Trading, wie im unten stehenden Business Case beschrieben.

NATIONALE BAUSTOFFGESETZE BEHINDERN DEN HANDEL MIT KRITISCHEN GÜTERN

Austria Metal Trading (nachfolgend AMT) wurde 2016 in Niederösterreich gegründet. Das Unternehmen ist auf den Großhandel mit Metallprodukten spezialisiert, die in der Regel in Asien und der Türkei in Lohnarbeit hergestellt werden. Das Produktportfolio von AMT umfasst zum Beispiel duktile Pfähle für Baustellen sowie Strukturkomponenten für große Photovoltaikanlagen (PV-Anlagen), die einen bedeutenden Anteil am Umsatz des Unternehmens haben. PV-Anlagen erzeugen Strom direkt aus Sonnenenergie, einer erneuerbaren Energiequelle und sind der Schlüssel zur Verringerung unserer Abhängigkeit von fossilen Brennstoffen und ein Beitrag zum grünen Wandels.



Call for action

AMT stößt auf mehrere regulatorische Hindernisse, die das Unternehmen an der Expansion auf dem Binnenmarkt hindern. Im Baugewerbe gelten in einigen Mitgliedstaaten immer noch nationale Normen und ATM muss für EU-zertifizierte Metallprodukte eine zusätzliche nationale Zertifizierung beantragen, wenn seine Produkte in mehreren EU-Ländern eingesetzt werden. Die mit diesen nationalen Zertifizierungsanforderungen verbundenen Kosten sind für ein relativ kleines Unternehmen wie AMT unerschwinglich, so dass ihm einige Märkte nicht zugänglich sind oder es in dem betreffenden Land eine Tochtergesellschaft gründen muss.

„Die Abschaffung noch bestehender nationaler Vorschriften für die Anwendung bestimmter Metallprodukte würde uns neue Märkte innerhalb der EU eröffnen.“

Gerald Seebacher, Geschäftsführer von Austria Metal Trading



Potenzial

Der bestehende Flickenteppich aus Richtlinien, Verordnungen und nationalen Gesetzen treibt die Transaktionskosten im Baugewerbe in die Höhe, da die einzelnen Mitgliedstaaten über unterschiedliche Rechte und Vereinbarungen verfügen. Eine Vereinfachung der Rechtsvorschriften, die Harmonisierung und die Einführung gemeinsamer Normen würden die Kosten für Bauzulieferer wie AMT senken und ihre Expansion in neue EU-Länder ermöglichen. Das würde sich auch positiv auf die EU-Lieferkette für klimafreundliche Güter auswirken, wo viele der Lieferungen wie PV-Module, Dachbefestigungsmaterial oder Wechselrichter einer starken und fragmentierten Regulierung unterliegen.

7. Den digitalen europäischen Produktpass so gestalten, dass er Unternehmen ihre Arbeit erleichtert

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.

Ein gut konzipierter DPP kann wichtige produktspezifische Informationen 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, 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 Kohäsion innerhalb des Binnenmarktes verursacht. Daher empfehlen wir für den DPP folgende Merkmale:

- Es werden ausschließlich relevante Daten 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).

DIE DDP-ANFORDERUNGEN MÜSSEN FÜR KMU RELEVANT, GERECHT UND NICHT DISKRIMINIEREND SEIN

Cogvis ist ein österreichisches Technologieunternehmen, das sich auf die Entwicklung einer intelligenten Pflegelösung namens cogvisAI spezialisiert hat. Das cogvisAI-System besteht aus einem berührungslosen 3D-Smart-Sensor, der mithilfe von KI Daten in Echtzeit verarbeitet, um Stürze und andere kritische Situationen besser zu erkennen und ein höheres Maß an Privatsphäre zu gewährleisten als radargestützte und herkömmliche kamerabasierte Systeme. Der Hauptmarkt des Unternehmens ist Österreich, doch es weitet seine Präsenz in der gesamten EU einschließlich Schweden, Frankreich und dem restlichen DACH-Markt, aus. Heute wird cogvisAI in rund 15 % der österreichischen Pflegeheime eingesetzt.



Call for action

Obwohl sich Cogvis von Anfang an dazu verpflichtet hat, so viele Komponenten wie möglich von europäischen Märkten zu beziehen, um die Verwaltung der Lieferketten zu erleichtern und relevante Informationen über Zwischenprodukte zu erhalten, stammen einige cogvisAI-Komponenten aus Asien. Relevante Produktinformationen, insbesondere im Hinblick auf den vorgeschlagenen digitalen Produktpasses (DPP), sind von europäischen Anbietern wesentlich leichter zu erhalten als von asiatischen Anbietern. Zudem agieren europäische Anbieter – im Durchschnitt – nachhaltiger.



Potenzial

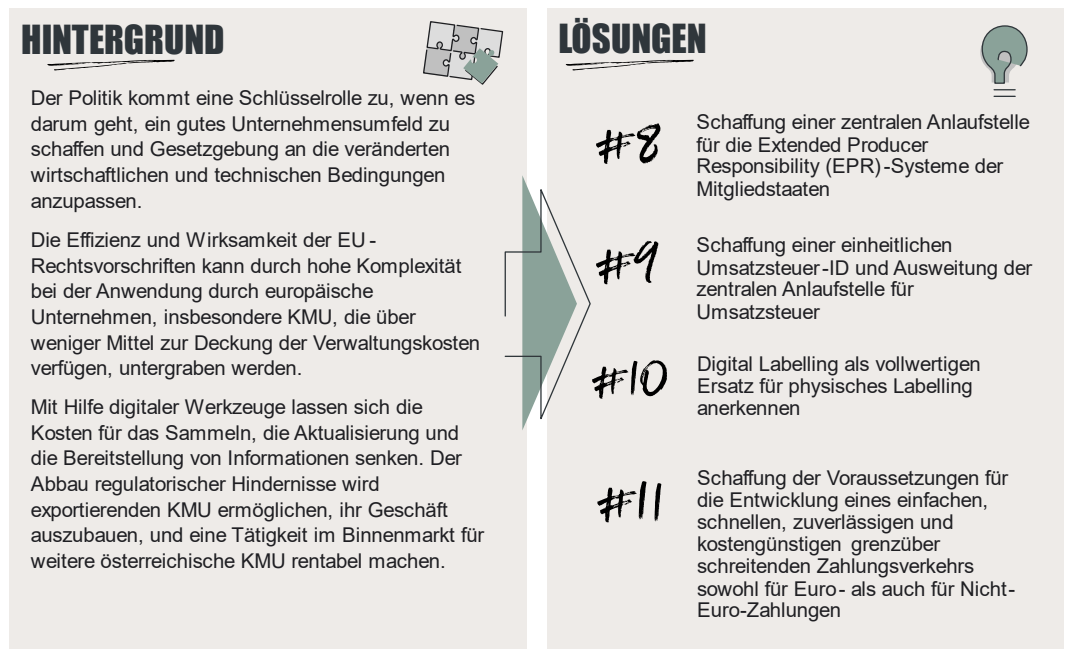
Informationen von Lieferant:innen für den DPP einzuholen kann für Unternehmen, insbesondere für KMU, mit einem hohen Verwaltungs- und Kostenaufwand verbunden sein. Damit entsteht auch die Gefahr, dass zirkuläre Arbeitsprozesse in Unternehmen erschwert werden, was das Potenzial des DPP einschränken würde.

KMU wie Cogvis 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.

„Nachhaltigkeit ist für unser Unternehmen von zentraler Bedeutung; wir wollen die Umweltauswirkungen unserer Produkte in der gesamten Wertschöpfungskette verstehen und minimieren.“

René Haslhofer, CCO at Cogvis

7 Nutzung digitaler Tools zur Kostensenkung und Schaffung von Wachstumsbedingungen



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

Wir empfehlen die Einführung eines wirklich harmonisierten EPR-Ansatzes: eine digitale One-Stop-Shop-Lösung für alle EPR-Belange, die eine einheitliche EPR-Registrierung und -Meldung in allen Mitgliedstaaten erleichtern würde. Unter Aufsicht der Europäischen Kommission würde diese Anlaufstelle auch als zentrales und aktuelles Informationsportal für EPR-Anforderungen in allen Mitgliedstaaten dienen und auf Produktebene arbeiten. Idealerweise sollten vor und nach Einführung der zentralen EPR-Lösung erhebliche Anstrengungen unternommen werden, um die Standardisierung der EPR-Systeme in allen Mitgliedstaaten und so weit wie möglich auch in allen Produktkategorien zu verbessern und zu beschleunigen.

Eine solche Lösung würde es für österreichische Hersteller wie Trade Post 47 einfacher und kostengünstiger machen, die EPR-Vorschriften für alle in einem bestimmten Mitgliedstaat verkauften Produkte einzuhalten, und gleichzeitig regulatorische

Handelshemmnisse im Binnenmarkt abbauen (und damit den Handel fördern) und die Kreislaufwirtschaft stärken.

UNKLARE VORSCHRIFTEN SCHAFFEN UNSICHERHEIT UND ZUSÄTZLICHE KOSTEN

Die Trade Post 47 GmbH ist ein neu gegründeter Einzelhändler für Science-Fiction-Produkte. Das Unternehmen vertreibt eine breite Palette von Science-Fiction-Artikeln, von Spielzeug und Sammlerstücke über Bücher und Comics bis hin zu elektronischen Produkten wie Lampen. Die Hauptmärkte des Unternehmens sind derzeit Österreich und Deutschland, doch das Ziel ist der Verkauf in ganz Europa.



Call for action

Für Trade Post 47 ist es schwierig und kostspielig, die verschiedenen Systeme der erweiterten Herstellerverantwortung (Extended Producer Responsibility, EPR) in der EU einzuhalten. Das betrifft vor allem die Anforderungen an Verpackung und Entsorgung von Elektronik (und damit einen Großteil der Produkte von Trade Post 47) in den verschiedenen EU-Ländern, in die das Unternehmen expandieren möchte. Erstens ist es schwierig und zeitaufwändig, die relevanten Informationen über die EPR-Anforderungen eines bestimmten Landes zu beschaffen – hinzu kommt eine kostspielige professionelle Beratung über die jeweiligen Informationen. Zweitens ist es für KMU wie Trade Post 47 unverhältnismäßig teuer, die Gebühren für die Verpackungsentsorgung in einem bestimmten Land im Voraus zu bezahlen, insbesondere wenn die Gebühren die Einnahmen aus den wenigen und für einen geringen Preis verkauften Artikeln übersteigen.

„Wir geben mehrere hundert Euro aus, nur um die richtigen Informationen über die EPR-Anforderungen zu erhalten, ganz zu schweigen von den zusätzlich anfallenden Entsorgungsgebühren.“

Robert Kaiser, Gründer und CEO von Trade Post 47



Potenzial

Die Einrichtung einer digitalen zentralen Anlaufstelle für EPR kann die einheitliche EPR-Registrierung und -Meldung erleichtern. Sie kann auch als zentrales und aktuelles Informationsportal über die EPR-Anforderungen in allen Mitgliedstaaten dienen und auf Produktebene arbeiten. Das verringert für ein KMU wie Trade Post 47 die Geschäftsrisiken, vereinfacht Prozesse und fördert die Expansion im gesamten Binnenmarkt. Trade Post ist der Meinung, dass es ohne die Herausforderungen im Zusammenhang mit den EPR-Anforderungen bereits in allen Nachbarländern tätig wäre.

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.⁵⁷

Wir fordern die Europäische Kommission auf, eine einheitliche Umsatzsteuer-Identifikationsnummer in der EU einzuführen und das bestehende Konzept eines USt.-One-Stop-Shop auf alle Warentransaktionen (einschließlich EU-weiter Lagerhaltung und Weiterverkäufe) auszuweiten. Eine solche Vereinfachung wird es den 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 österreichische KMU als entscheidend für vermehrte Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt beschreiben.

Neben einem geringeren Verwaltungsaufwand und einfacheren Zugang zum europäischen Binnenmarkt für KMU werden auch die Steuerbehörden von einer einheitlichen Umsatzsteuer-Identifikationsnummer profitieren, da geringere Komplexität die Einhaltung der Vorschriften erhöht.⁵⁸ 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.

MEHRWERTSTEUER-REGISTRIERUNG ERSCHWERT EU EXPANSION

Die amalix GmbH ist ein kleiner Einzelhändler, der eine Vielzahl von Produkten wie Kosmetika und Haushaltswaren unter seinen eigenen Marken online verkauft. amalix ist Teil des Fulfillment by Amazon (FBA)-Programm, in dem das Unternehmen seine Auftragsabwicklung, einschließlich Verpackung und Vorbereitung der Sendungen, an Amazon auslagert. amalix verkauft seine Produkte in mehreren europäischen Ländern. Der Hauptmarkt ist Deutschland, und etwa 20 % der Einnahmen des Unternehmens stammen aus dem Export.

Call for action

Trotz zahlreicher Vereinfachungen der europäischen Mehrwertsteuerprozesse im Zuge der Einführung des One-stop-shop system (OSS) haben amalix und andere Amazon FBA-Händler immer noch erhebliche Schwierigkeiten mit der Mehrwertsteuerregistrierung da das OSS nicht für Amazon FBA-Lager gilt. Deswegen müssen sich FBA-Einzelhändler, die ausschließlich aus KMU bestehen, in allen Ländern, in denen sie lagern wollen, einzeln für die Abführung der Mehrwertsteuer registrieren. Dies ist sowohl kostspielig als auch zeitaufwändig.

“Die Mehrwertsteuerregistrierung in Spanien ist für uns besonders mühsam, weil wir einem spanischen Steuerberater eine beglaubigte Vollmacht mit Apostille ausstellen müssen. Zu all dem bürokratischen Aufwand, der mit der Erteilung der Umsatzsteuer-Identifikationsnummer verbunden ist, kommt noch der Zeitfaktor hinzu. In den meisten EU-Ländern dauert es 1-3 Wochen, in Spanien mindestens dreimal solange.“

Janine Wohlgenannt, Geschäftsführerin und Inhaberin von amalix GmbH

Potenzial

Die Ausweitung des VAT OSS auf paneuropäische Lagerhaltung, einschließlich FBA-Lager, würde die Notwendigkeit mehrfacher Mehrwertsteuerregistrierungen für amalix erheblich reduzieren und die Kosten und den Zeitaufwand für den Verkauf in weitere europäische Länder über das Amazon FBA-Programm verringern. Eine einheitliche Umsatzsteuer-Identifikationsnummer für die gesamte EU würde es amalix ermöglichen, die Vorteile des Binnenmarktes in vollem Umfang zu nutzen und die weitere Expansion in wichtige EU-Länder zu ermöglichen.

10. Digital Labelling als vollwertigen Ersatz für physisches Labelling anerkennen

Um Produkte auf dem EU-Markt in Verkehr zu 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 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 Kennzeichnungen haben außerdem den Vorteil, dass sie leicht zu aktualisieren und auffindbar sind und zudem in allen Amtssprachen bereitgestellt werden können – und das wesentlich kostengünstiger und einfacher für die Hersteller, als es bei physischen Kennzeichnungen der Fall ist.⁵⁹ Da schriftliche Produktinformationen im Zuge des technologischen Fortschritts und der sich ändernden Gesetzgebung schnell irrelevant werden können, bietet die digitale Kennzeichnung eine flexiblere, effizientere und leichter skalierbare Lösung für diese Herausforderung. Als Alternative zur physischen Kennzeichnung kann die digitale Kennzeichnung den grenzüberschreitenden Handel im Binnenmarkt erleichtern.

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 sie 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.⁶⁰

Wie das nachstehende Beispiel von Fellingier Arbeitsschutz und Kräutermax zeigen, kann die digitale Kennzeichnung den mit den nationalen Kennzeichnungsvorschriften verbundenen finanziellen und administrativen Aufwand erheblich verringern.

EINE NATIONALE KENNZEICHNUNG ERHÖHT DIE KOSTEN UND VERBIETET DIE AUSWEITUNG AUF ANDERE EU-LÄNDER

Fellinger Arbeitsschutz ist ein kleines österreichisches Unternehmen, das im Jahr 2009 gegründet wurde. Das Unternehmen ist auf Arbeitsschutzprodukte spezialisiert und vertreibt diese vor allem in Österreich (ca. 95 % des Umsatzes) sowie in anderen EU-Ländern, vor allem in Deutschland.

Call for action

Fellinger Arbeitsschutz vertreibt eine Vielzahl verschiedener Produkte aus der Kategorie Arbeitsschutz. Gerhard Fellingner, Unternehmensgründer, bestätigt dass KMU mit überproportional hohem bürokratischen Aufwand belastet sind, und fordert deswegen Ausnahmen. Wenn das Unternehmen beispielsweise Handelswaren aus Deutschland bestellt, ist das Erstellen einer Gelangensbestätigung vom Empfänger notwendig. Für ein Ein-Personen-Unternehmen wie Fellinger Arbeitsschutz stellt das einen beträchtlichen Aufwand dar. Die Anforderung, die Produktverpackungen in der jeweiligen Landessprache zu gestalten und darauf hinzuweisen, wie die Verpackungen beispielsweise korrekt zu entsorgen sind, ist für KMU wie Fellinger Arbeitsschutz ebenfalls mit hohen Kosten verbunden. Darüber hinaus muss ein lokales Unternehmen mit der Validierung der Verpackungen beauftragt werden, was bis zu 500 EUR pro Jahr kosten kann und einen erheblichen Aufwand bedeutet.

„Aufgrund der hohen Kosten und des hohen Aufwands, den die nationalen Verpackungsvorschriften mit sich bringen, exportieren wir nicht mehr nach Italien.“

Gerhard Fellingner, Gründer und Geschäftsführer von Fellinger Arbeitsschutz

Potenzial

Eine digitale Etikettierung könnte den finanziellen und administrativen Aufwand in Verbindung mit den Verpackungsanforderungen, denen sich Fellinger Arbeitsschutz beim Export seiner Produkte in andere EU-Länder gegenüber sieht, erheblich verringern.

Neben den Kostenvorteilen würde eine digitale Kennzeichnung Fellinger Arbeitsschutz auch die Notwendigkeit ersparen, Verpackungen auf die einzelnen Märkte zuzuschneiden. Das würde dem Unternehmen größere Flexibilität verleihen und eine Erweiterung des Produktionsumfangs ermöglichen.

DIE EINHALTUNG NATIONALER KENNZEICHNUNGSVORSCHRIFTEN KANN FÜR KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN ZU KOSTSPIELIG SEIN

Kräutermax handelt als Unternehmen mit Kräutern, Naturkosmetik und Nahrungsergänzungsmitteln. Das Unternehmen verkauft seine Produkte in Offline-Stores, darunter auch Apotheken und Lebensmittel-Einzelhändler, und ebenso online bei Amazon über das FBA-Programm (Fulfillment by Amazon). Etwa 20 bis 30 Prozent der Einnahmen von Kräutermax stammen aus dem Export, vor allem in Nachbarländer.

Call for action

Die unterschiedlichen nationalen Kennzeichnungsanforderungen stellen bei Exporten in andere Länder des Binnenmarktes eine echte Herausforderung für Kräutermax dar. Besonders ausgeprägt ist das Problem bei physischen Etiketten, die für verschiedene europäische Länder zu ergänzen und separat zu drucken sind. So kann das Unternehmen seine Produkte nicht über das Amazon FBA-Programm in Italien lagern, da es Etiketten in Übereinstimmung mit den italienischen Kennzeichnungsvorschriften herstellen müsste. Angesichts der erwarteten Verkaufsmengen wäre dies sehr kostspielig. Da zudem die Inhaltsstoffe der Produkte selten sind, ist die Übersetzung der Etiketten gleichermaßen zeitaufwändig und anspruchsvoll. Dieses Problem betrifft im Übrigen nicht nur Italien: Es hindert das Unternehmen zurzeit auch daran, in andere nahe gelegene Absatzorte zu expandieren.

„Wir gehen davon aus, dass die Lagerung eines unserer Produkte in Italien aufgrund der Etikettierungsvorschriften Kosten in Höhe von 2.000 bis 4.000 EUR verursachen würde. Da der Durchschnittspreis unserer Produkte bei 30 EUR liegt, wäre es für uns unter diesen Voraussetzungen sehr schwierig, unsere Kosten zu decken.“

Cristoph Zauner, Geschäftsführer und Inhaber von Kräutermax

Potential

Eine digitale Kennzeichnung könnte den finanziellen und administrativen Aufwand zur Einhaltung der Verpackungsanforderungen, denen sich Fellingner Arbeitsschutz beim Export seiner Produkte in andere EU-Länder gegenüber sieht, erheblich verringern.

Neben den Kostenvorteilen würde eine digitale Kennzeichnung Fellingner Arbeitsschutz auch die Notwendigkeit ersparen, Verpackungen auf einzelne Märkte zuzuschneiden. Das würde dem Unternehmen mehr Flexibilität verleihen und eine Steigerung der Produktion ermöglichen.

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

Wie die Umfrage deutlich zeigt, erachten österreichische KMU es als entscheidend für das Funktionieren des Binnenmarktes, dass grenzüberschreitende Zahlungen für Unternehmen und Verbraucher erschwinglich und bequem möglich sind.

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.

HOHE GEBÜHREN AUF GRENZÜBERSCHREITENDE TRANSAKTIONEN SCHRECKEN VON INTERNATIONALEN GESCHÄFTEN AB

Speedinvest Pirates ist ein Wachstumspartner für Start-ups und bietet von Branding und Wachstumsmarketing bis hin zu Vertrieb und Preisgestaltung diverse Dienstleistungen an, um Start-ups zu helfen, ihre Wachstumsziele zu erreichen. Das Unternehmen wurde 2017 gegründet und hat seinen Sitz in Wien, arbeitet aber mit Portfoliounternehmen in ganz Europa zusammen.

Call for action

In ihrem Geschäftsalltag nimmt das Unternehmen Speedinvest Pirates Effizienzdefizite und Herausforderungen in den grenzüberschreitenden Zahlungsinfrastrukturen für europäische Unternehmen wahr. Derzeit wird das Angebot an grenzüberschreitenden Zahlungsmöglichkeiten von wenigen Finanzdienstleistungsunternehmen dominiert. Sie verlangen von Händlern hohe Gebühren, was die Kosten für Verbraucher:innen in die Höhe treibt und KMU benachteiligt. Speedinvest Pirates nimmt diese Probleme selbst, als auch durch die Brille jener KMU wahr, mit denen sie zusammenarbeiten. Ein erheblicher Teil der von den Unternehmen zu leistenden Zahlungen entfällt auf Gebühren, was den wirtschaftlichen Wert der Zahlungen schmälert. Auch die kleinen, aber ehrgeizigen KMU, mit denen sie zusammenarbeiten, sehen sich aufgrund unverhältnismäßig hoher Gebühren mit einer Schmälerung ihrer Zahlungen konfrontiert - ein Umstand der die Unternehmen von einer Expansion in den Binnenmarkt abhält.

„Wir erkennen beispielsweise, dass einige unserer E-Commerce-Portfoliounternehmen ihre Markteinführungsstrategie aufgrund der hohen Gebühren für grenzüberschreitende Zahlungen überdenken. Sie könnten sogar entscheiden, sich ausschließlich auf den heimischen Markt zu konzentrieren, was die ursprüngliche Idee des europäischen Binnenmarktes empfindlich untergräbt.“

Dieter Rappold, CEO und Gründer von Speedinvest Pirates

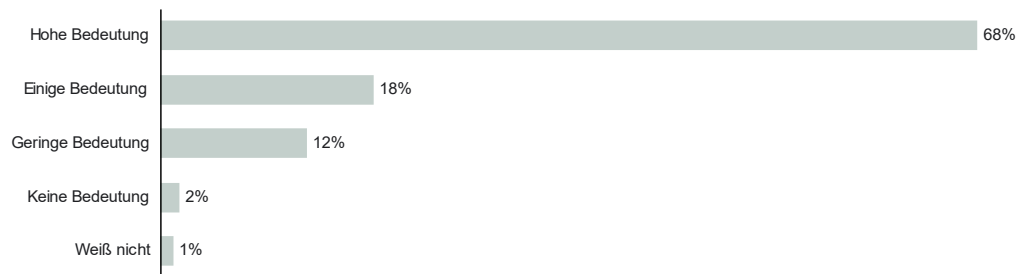
Potential

Bedingungen für die Entwicklung kostengünstiger grenzüberschreitender Zahlungssysteme zu schaffen würde dazu beitragen, dass Verbraucher:innen und Händler:innen innerhalb des Binnenmarkts zu geringen Kosten über Grenzen hinweg sichere Geschäfte tätigen können. Ein dem Wettbewerb angemesseneres Ökosystem für Zahlungssysteme würde die Wettbewerbsbedingungen für KMU angleichen und ihnen ermöglichen, ihr Marktpotenzial im Binnenmarkt zu erhöhen.

Anhang 1 Beschreibung der KMU-Umfrage

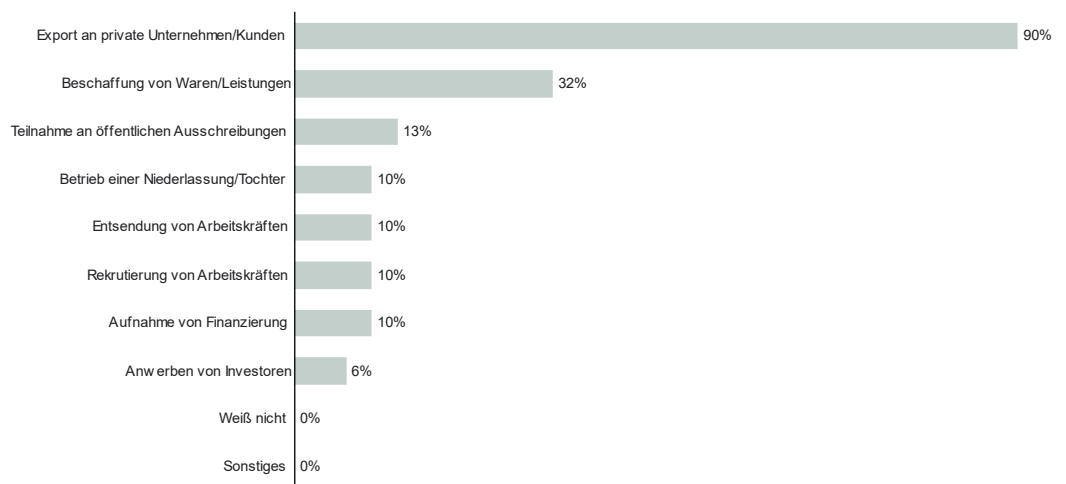
Um die größten Hindernisse und mögliche Lösungen für die Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt zu ermitteln, haben wir in enger Zusammenarbeit mit KMU-Forschung Austria eine Umfrage durchgeführt. Die Zielgruppe der Umfrage waren KMU, die bereits im Binnenmarkt exportieren oder exportieren möchten. Die Umfrage umfasste insgesamt 21 Fragen. Insgesamt nahmen 475 KMU an der Umfrage teil, 92 % (439) der Befragten sind Exporteure und 8 % (36) sind potenzielle Exporteure. Die meisten Befragten sind im Einzel- oder Großhandel (25 %) und im Verarbeitenden Gewerbe (23 %) tätig. Unter den Befragten sind KMU unterschiedlicher Größe repräsentativ vertreten. Dieser Anhang enthält detaillierte Antworten.

Abbildung 15: Der Binnenmarkt ist für exportierende KMU von großer Bedeutung



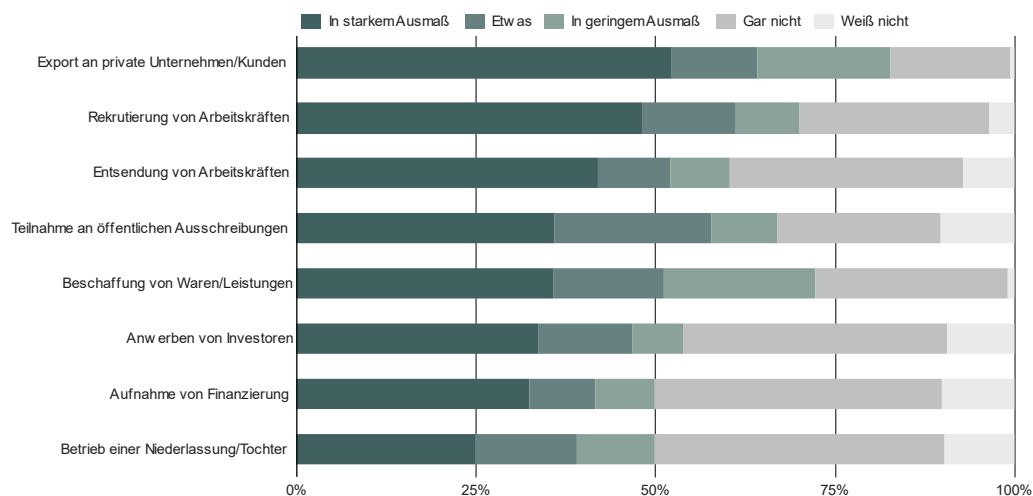
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Wie wichtig ist es für Ihr Unternehmen, im Binnenmarkt tätig zu sein?“, n=380.

Abbildung 16: Wachstumspotenziale im Binnenmarkt, potenzielle KMU-Exporteure



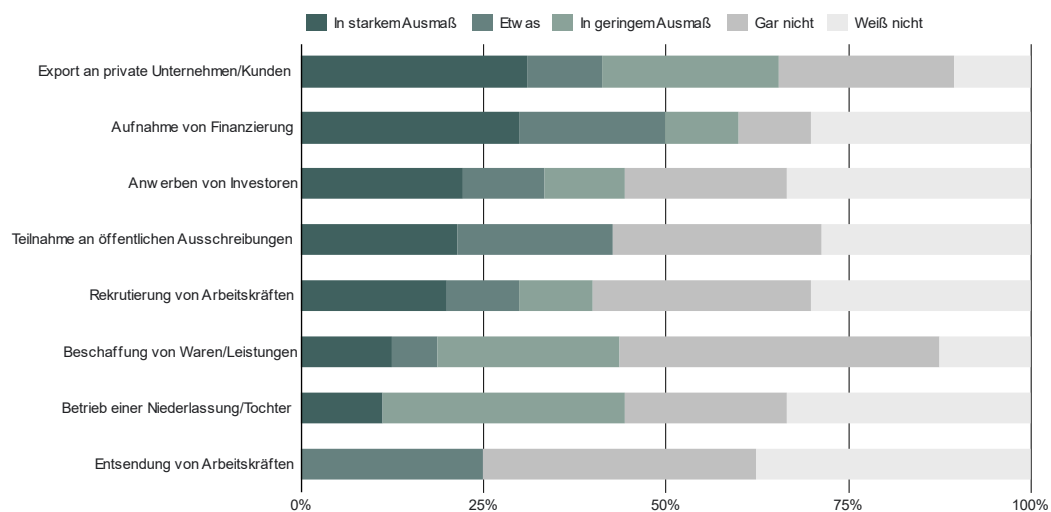
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Wo sehen Sie die größten Wachstumspotenziale für Ihr Unternehmen innerhalb des Binnenmarktes?“, n=31.

Abbildung 17: Regulatorische Hindernisse, exportierende KMU



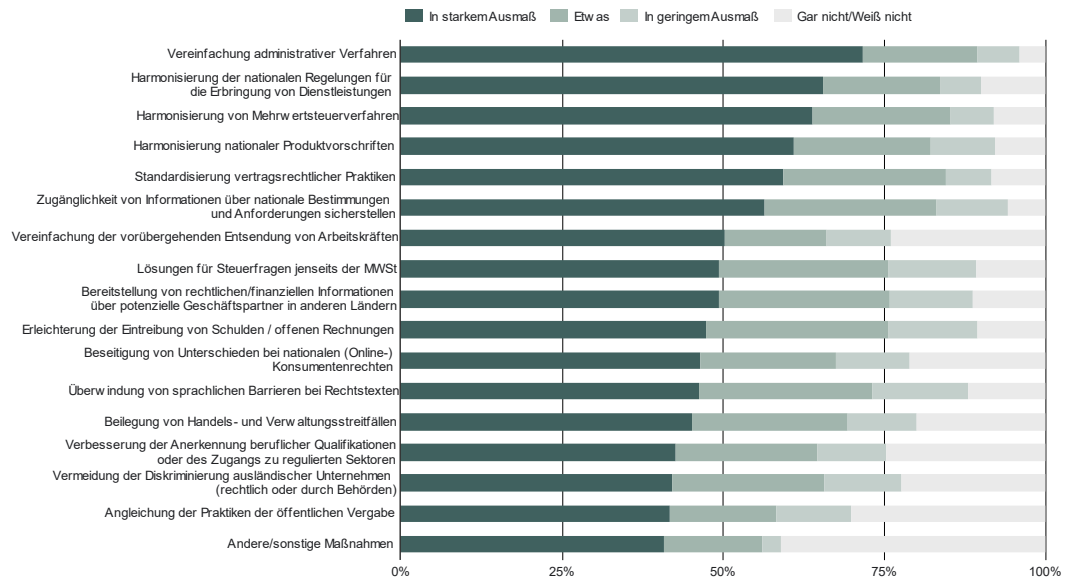
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit hindern regulatorische Hemmnisse Ihr Unternehmen an einer höheren Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt?“, n=369.

Abbildung 18: Regulatorische Hindernisse, potenzielle KMU-Exporteure



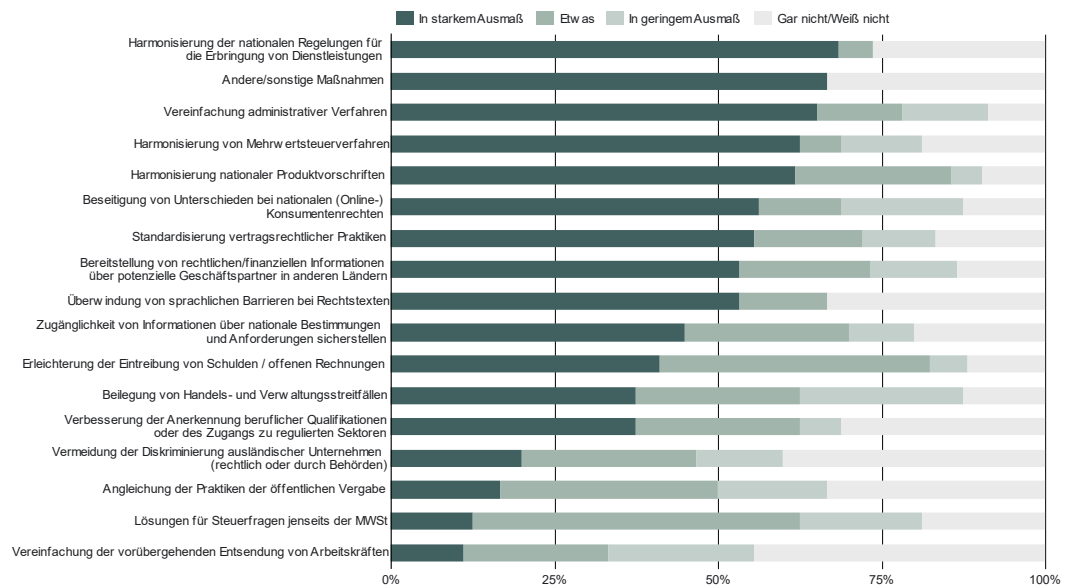
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit hindern regulatorische Hemmnisse Ihr Unternehmen an einer Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt?“, n=29.

Abbildung 19: Politische Initiativen, die exportierenden KMU helfen könnten ihre Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten



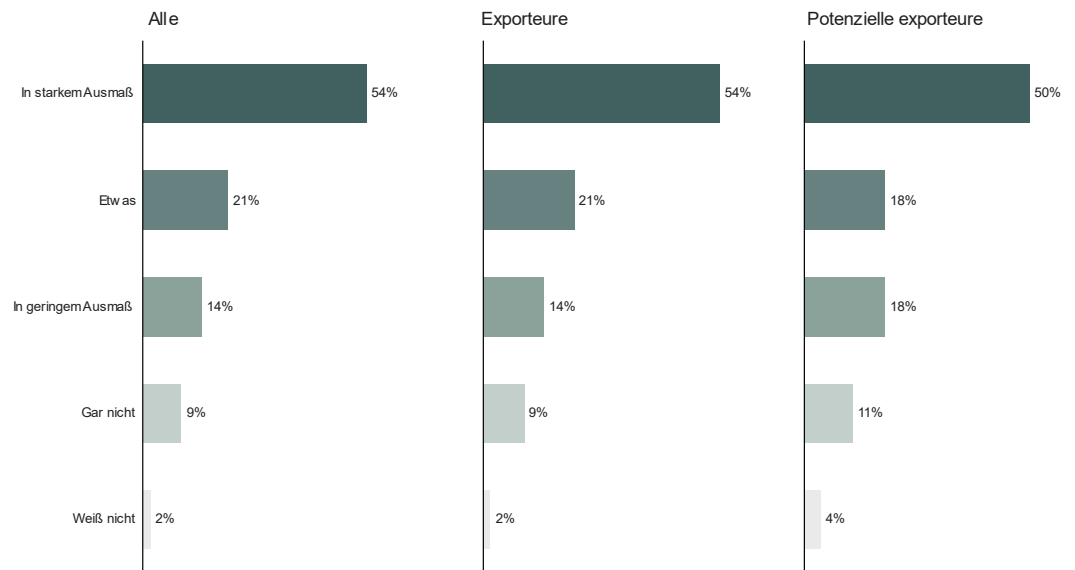
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit werden folgende politische Initiativen KMU helfen, Geschäfte im Binnenmarkt zu tätigen?“, n=372.

Abbildung 20: Politische Initiativen, die potenziellen KMU-Exporthelfern helfen könnten ihre Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten



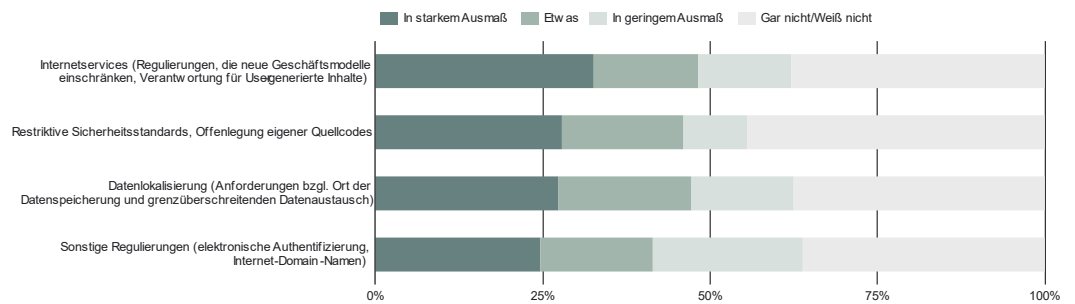
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit werden folgende politische Initiativen KMU helfen, Geschäfte im Binnenmarkt zu tätigen?“, n=24.

Abbildung 21: Kann die verstärkte Nutzung digitaler Werkzeuge die Exporte im Binnenmarkt steigern?



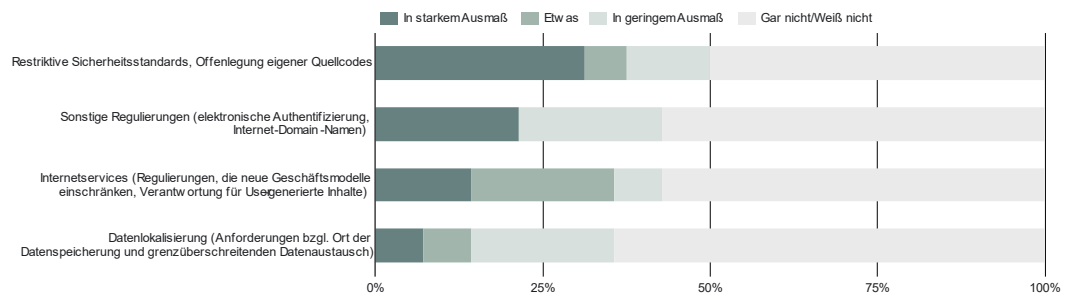
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Was glauben Sie, inwieweit eine verstärkte Digitalisierung in Ihrem Unternehmen Ihre Exportleistung steigern wird?“, n=408 (380 Exporteure, 28 potenzielle Exporteure).

Abbildung 22: Regulatorische Hindernisse, die KMU-Exporteur:innen die Einführung digitaler Tools erschweren



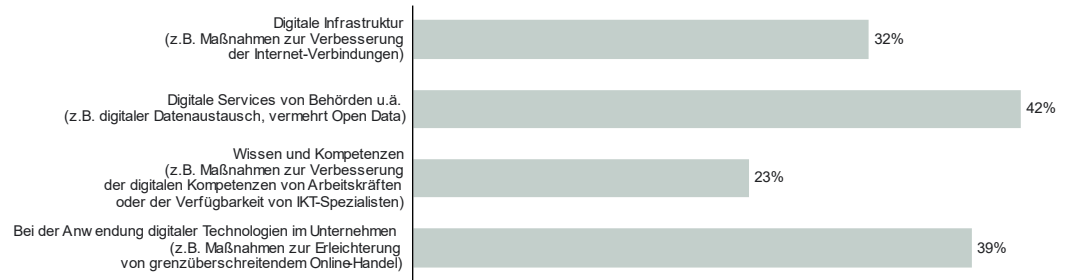
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit stellen die folgenden Hindernisse rechtliche Hürden für eine Einführung digitaler Tools in Ihrem Unternehmen dar?“, n=221.

Abbildung 23: Regulatorische Hindernisse, die potenziellen KMU-Exporteur:innen die Einführung digitaler Tools erschweren



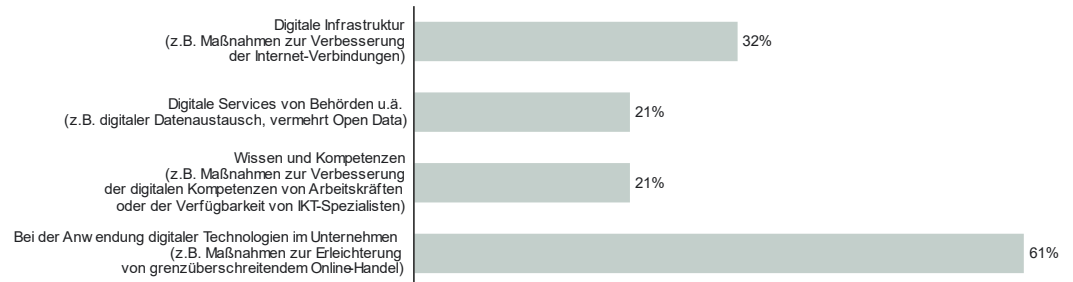
Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „Inwieweit stellen die folgenden Hindernisse rechtliche Hürden für eine Einführung digitaler Tools in Ihrem Unternehmen dar?“, n=16.

Abbildung 24: Bereiche, in denen die Politik die Digitalisierung von KMU-Experte:innen unterstützen kann



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „In welchen der folgenden Bereiche kann die Politik Ihr Unternehmen bei der Digitalisierung unterstützen?“, n=406.

Abbildung 25: Bereiche, in denen die Politik die Digitalisierung potenzieller KMU-Experte:innen unterstützen kann



Quelle: Implement Economics auf Grundlage einer Umfrage unter 475 österreichischen KMU.
Hinweis: Frage aus der Umfrage: „In welchen der folgenden Bereiche kann die Politik Ihr Unternehmen bei der Digitalisierung unterstützen?“, n=28.

Liste der Endnoten

- ¹ Europäische Kommission (2023). *EU Competitiveness beyond 2030: Looking ahead at the Occasion of the 30th Anniversary of the Single Market*.
- ² Europäischer Rat (2023). *Schlussfolgerungen der Sitzung in Brüssel*, 30. Juni 2023, EUCO 7/23, CO EUR 5, CONCL 3.
- ³ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*. Die Schätzergebnisse zeigen, um wie viel höher das Niveau der Ergebnisvariablen im Jahr 2015 war, als es ohne die verstärkte Integration des Binnenmarktes der Fall gewesen wäre.
- ⁴ Europäische Kommission (2020). *A Single Market that Delivers for Businesses and Consumers*.
- ⁵ Internationale Energieagentur (2023). *Österreichischer Aufbau- und Resilienzplan*.
- ⁶ OECD (2022). *Trade in goods and services*.
- ⁷ Siehe <https://www.epcsummit2023.md/president-maia-sandus-message-regards-organisation-epc-summit>.
- ⁸ LE Europe (2017). *The EU Single Market: Impact on Member States*.
- ⁹ Wirtschaftskammer Österreich (WKO) (2023). *30TH ANNIVERSARY OF THE SINGLE MARKET – An unfinished milestone of integration*.
- ¹⁰ Wirtschaftskammer Österreich (WKO) (2023). *30TH ANNIVERSARY OF THE SINGLE MARKET – An unfinished milestone of integration*. Dem Bericht zufolge werden mit jeder Exportmilliarde rund 10.000 Arbeitsplätze gesichert. Daher wird der Anteil der Gesamtexporte in den Binnenmarkt zur Berechnung der Schätzung der Zahl der durch den Binnenmarkt durch den Export geförderten Arbeitsplätze (112 von 166 Mrd. EUR) herangezogen, und unter Berücksichtigung dieser gesamten Exportunterstützung werden fast 50 % davon verwendet. Alle Arbeiten wie angegeben.
- ¹¹ OECD (2023). *X – TEC by partner countries and size-class [TEC3_REV4]*.
- ¹² OECD (2023). *ADI-Statistiken nach Partnerländern und Wirtschaftszweigen – Zusammenfassung [BMD4]*.
- ¹³ Eurostat (2023). *Bevölkerung am 1. Januar nach Altersgruppe, Geschlecht und Geburtsland [MIGR_POP3CTB]* und Eurostat (2023). *EU- und EFTA-Bürger, die ab dem 1. Januar ihren gewöhnlichen Aufenthalt in einem anderen EU-/EFTA-Land haben [MIGR_POP9CTZ]*.
- ¹⁴ Quellen der Infografik, u.a.: Allgemeine Vorteile: LE Europe (2017). *The EU Single Market – Impact on Member States*, Trade: Eurostat [TEC3_REV4], [LFSI_EMP_A] and WKO (2023). *30th Anniversary of the Single Market – An unfinished milestone of integration*, Investment: Eurostat [FATS_OUT2_R2], [FATS_G1A_08], OECD [FDI statistics according to Benchmark Definition 4th Edition (BMD4)] und schließlich Mobility: Eurostat [MIGR_POP3CTB], [MIGR_POP9CTZ]. Anmerkung: Die EU-internen exportgestützten Arbeitsplätze werden anhand von Daten der WKO (2023) zum Export in den Binnenmarkt und der von der WKO (2023) verwendeten Annahme geschätzt, dass jede exportierte Milliarde rund 10.000 Arbeitsplätze sichert.
- ¹⁵ Europäische Kommission (2022), 2021 SME country fact sheet's background document – AUSTRIA.
- ¹⁶ Europäische Kommission (2022). *2021 SME country fact sheet's background document – AUSTRIA*.
- ¹⁷ Europäische Kommission (2022). *Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs*.
- ¹⁸ WTO (2016). *Gleiche Wettbewerbsbedingungen für KMU*.
- ¹⁹ USITC (2019). *U.S. SME Exports: Handelshemmnisse für die Ausfuhren kleiner und mittlerer Unternehmen aus den USA in das Vereinigte Königreich*.
- ²⁰ HBS (2018). *25 Years of the European Single Market*.
- ²¹ Eurostat (2023). *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01]*. Hinweis: Daten sind nur für den EU-internen Export verfügbar. Daher sind die Ausfuhren nach Norwegen, Liechtenstein und Island in der Berechnung nicht berücksichtigt.
- ²² BEUC (2022). *Making the most of EU Advance Purchases of Medicines*.
- ²³ Europäische Kommission (2022). *Questions & Answers on Vaccine Negotiations*.
- ²⁴ Europäische Kommission (2022). *Safe COVID-19 Vaccines for Europeans*.
- ²⁵ European Council (2022). *EU Sanctions against Russia Explained*.
- ²⁶ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 71). Oxford Academic.
- ²⁷ European Commission (2022a). *Negotiations and Agreements*.
- ²⁸ WTO (2022). *Datenbank für regionale Handelsabkommen*.
- ²⁹ Europäische Kommission (2022). *EU Trade Agreements: Delivering for Europe's Businesses*.
- ³⁰ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 23). Oxford Academic.

-
- ³¹ Bradford, A. (2020). *The Brussels Effect: How the European Union Rules the World* (p. 63). Oxford Academic.
- ³² Europäische Kommission (2021). *Strategic Dependencies and Capacities*.
- ³³ Die in dieser Umfrage verwendeten Antwortkategorien stammen aus einer Umfrage, die von Business Finland in Auftrag gegeben und von der Implement Consulting Group durchgeführt wurde, siehe Implement Consulting Group (2022). *Impact study on economic growth*.
- ³⁴ Die in dieser Umfrage verwendeten Antwortkategorien basieren auf der Unternehmensumfrage von Eurochambres (2020). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- ³⁵ Implement Consulting Group (2022). *Digital Decarbonisation – How the Digital Sector is Supporting Climate Action*.
- ³⁶ European Commission (2021). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2020 – Austria* and European Commission (2023). *Digital Economy and Society Index (DESI) 2022 – Austria*.
- ³⁷ European Commission (2022). *SME Performance Review 2021 – Graphs Austria*, Eurostat (2023). *Digital intensity by size class of enterprise [ISOC_DII]*.
- ³⁸ Europäische Kommission (2023). *EU Competitiveness beyond 20430: Looking ahead at the Occasion of the 30th Anniversary of the Single Market*.
- ³⁹ Eurochambres (2019). *The State of the Single Market: Barriers and Solutions*.
- ⁴⁰ Europäische Kommission (2020). *Single Market Scoreboard*.
- ⁴¹ Das Herkunftslandprinzip besagt, dass dann, wenn 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 Grundsatzes gewährleistet ein Regulierungssystem, das entweder eine vollständige Rechtsharmonisierung oder eine wirksame Anwendung des Herkunftslandprinzips auf Grundlage einer Vertrauenskultur zwischen den Mitgliedstaaten und ihren Verwaltungen vorsieht. Das ist notwendig, um überschießende Umsetzung und „Gold-Plating“ zu verhindern. Nationale Behörden sollten den Grundsatz der gegenseitigen Anerkennung in vollem Umfang einhalten und den Marktzugang nicht länger auf Grundlage nationaler Vorschriften beschränken. Die Beachtung dieses Grundsatzes ist wichtig für die Freizügigkeit und wird den Weg für eine vollständige Umsetzung der Dienstleistungsrichtlinie ebnen.
- ⁴² De Stree et al. (2020). *The E-commerce Directive as the Cornerstone of the Internal Market, requested by the IMCO Committee*.
- ⁴³ Europäische Kommission (2020). *Shaping the digital transformation in Europe*.
- ⁴⁴ Implement Consulting Group (2022). *Digital Decarbonisation – How the Digital Sector is Supporting Climate Action*, beauftragt von Google.
- ⁴⁵ See EUR-Lex (2018). *Regulation (EU) 2018/1807 of European Parliament and of the Council of 14 November 2018 on a framework for the free flow of nonpersonal data in the European Union*.
- ⁴⁶ Kommerskollegium (2021). *Främja Dataöverföring och Datadelning genom ett Nytt Dataflödestest*.
- ⁴⁷ Europäischer Parlamentarischer Forschungsdienst (2014). *The Cost of Non-Europe in the Single Market*.
- ⁴⁸ Europäische Kommission (2020). *A Single Market that Delivers for Businesses and Consumers*.
- ⁴⁹ Die Berechnungen beruhen auf der Europäischen Kommission (2020). *A Single Market that Delivers for Businesses and Consumers*. Wir haben den österreichischen Anteil am gesamten EU-internen Handel herangezogen, um eine Schätzung des Wachstumspotenzials des österreichischen Waren- und Dienstleistungsverkehrs auf Länderebene aus Eurostat (2023) zu erhalten. *Trade by NACE Rev. 2 activity and enterprise size class [EXT_TEC01]*.
- ⁵⁰ Berechnung von Implement Economics auf Grundlage 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]*.
- ⁵¹ Europäische Kommission (2021). *Better Regulation' Toolbox 2021* (Ch.1).
- ⁵² Internationale Energieagentur (2023). *Österreichischer Aufbau- und Resilienzplan*.
- ⁵³ De Melo, J. und J-M Solleder (2019). *The Role of an Environmental Goods Agreement in the Quest to Improve the Regime Complex for Climate Change*.
- ⁵⁴ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market*.
- ⁵⁵ Wind Europe (2022). *WindEurope-Panel auf der COP27: Permitting, Permitting, Permitting*.
- ⁵⁶ Implement Consulting Group (2023). *A European Green Single Market*.
- ⁵⁷ European Commission (2017). *Modernising VAT for E-commerce: Question and Answer*.
- ⁵⁸ Europäische Kommission (2022). *VAT in the Digital Age: Final Report, Volume 3: Single Place of VAT Registration and Import One-Stop Shop* (p. 41).
- ⁵⁹ VVA (2018). *Study for the Introduction of an E-labelling Scheme in Europe*. DigitalEurope.
- ⁶⁰ Europäische Kommission (2021). *Simplification and Digitalisation of Labels on Chemicals*.

