



Rat der
Europäischen Union

Brüssel, den 16. November 2015
(OR. en)

14016/15

MI 718
COMPET 510
CONSOM 193
PI 87
IND 184
ECOFIN 856
MAP 30
TELECOM 210

VERMERK

Absender:	Vorsitz
Empfänger:	Ausschuss der Ständigen Vertreter/Rat
Betr.:	Vorbereitung der Tagung des Rates (Wettbewerbsfähigkeit) am 30. November und 1. Dezember 2015 Binnenmarktstrategie für Waren und Dienstleistungen – <i>Vorstellung durch die Kommission</i> – <i>Orientierungsaussprache</i>

Die Delegationen erhalten in der Anlage ein Papier des Vorsitzes zur Vorbereitung der Orientierungsaussprache über die "Binnenmarktstrategie für Waren und Dienstleistungen" auf der Tagung des Rates (Wettbewerbsfähigkeit) am 30. November 2015.

BINNENMARKTSTRATEGIE – FÖRDERUNG INNOVATIVER GESCHÄFTSMODELLE***Diskussionspapier des Vorsitzes***

Die Stärkung des Binnenmarkts zählt zu den Hauptprioritäten des luxemburgischen Vorsitzes. Nachdem die Kommission die Binnenmarktstrategie am 28. Oktober 2015¹ angenommen hat, schlägt der Vorsitz vor, im Rat (Wettbewerbsfähigkeit) eine Orientierungsaussprache zu führen.

Da diese Strategie sehr breit angelegt ist, schlägt der Vorsitz vor, die Aussprache vorrangig den Aspekten zu widmen, die den Unternehmen, insbesondere KMU und Kleinstunternehmen, dabei helfen sollen, ihre Geschäftstätigkeit auszuweiten.

* * *

Der Binnenmarkt, der auf der Entwicklung einheitlicher Regeln aufbaut, zählt zu den größten Errungenschaften der Europäischen Union: Schon seit über 50 Jahren bietet er Chancen, Beschäftigung und Wachstum. Allerdings müssen sich die EU und der Binnenmarkt an ein sich wandelndes Umfeld mit einer raschen Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen anpassen.

Tatsächlich ist es so, dass der Binnenmarkt nur einen Bruchteil seines Potenzials ausschöpft. Nach einer vom Europäischen Parlament durchgeführten eingehenden Analyse könnte sich der Nutzen einer Beseitigung der "Kosten des Nicht-Europas", d.h. der "Kosten des Nicht-Binnenmarkts" oder – positiv ausgedrückt – der Vorteil aus einem ehrgeizigen Ansatz zur Beseitigung bestehender Hindernisse, auf ca. 990 Mrd. EUR, d.h. bis zu 7,5 % zusätzliches Wachstum, belaufen².

Gleichzeitig eröffnen uns die Innovation und globale Wertschöpfungsketten große, ungeahnte Chancen. Die digitalen Technologien bringen in vielen Branchen Veränderungen mit sich, was dazu führt, dass die Produktion effizienter wird und neue, innovative Geschäftsmodelle entstehen.

¹ Dok. 13370/15.

² http://www.europarl.europa.eu/EPRS/EPRS_Mapping_the_Cost_of_Non-Europe-June%202014.pdf

Diese innovativen Modelle schaffen neue Möglichkeiten, einen Mehrwert bei nicht ausreichend genutzten Vermögenswerten zu schaffen, und sie ergeben neue Optionen für Sektoren, die bislang von traditionellen Geschäftsmodellen geprägt waren (B2B, B2C, C2C). **Dies hat Auswirkungen darauf, wie die Regulierungsbehörden Regeln konzipieren und durchsetzen sollten.**

Wesentliche Herausforderungen:

1. **Innovative Unternehmen** können aufgrund der 28 stark unterschiedlichen nationalen Gesetzesrahmen **nicht expandieren und bleiben in ihrer Geschäftstätigkeit weiterhin auf das Gebiet ihres Niederlassungsstaates beschränkt**. Hierdurch entstehen EU-Unternehmen, einschließlich Start-up-Unternehmen, erhebliche Wettbewerbsnachteile gegenüber ihren internationalen Konkurrenten. Es besteht in Europa kein Mangel an innovativen Ideen, die oftmals von KMU und Start-up-Unternehmen ausgehen; allerdings werden in zu vielen Fällen innovative Lösungen, die in Europa entwickelt wurden, nicht in Europa umgesetzt und vermarktet. In der EU werden verhältnismäßig wenige Start-up-Unternehmen gegründet, und diejenigen, denen es gelingt, ihre Produkte und Dienstleistungen in Verkehr zu bringen, haben oftmals Schwierigkeiten, ihre Geschäftstätigkeit im Binnenmarkt auszuweiten, insbesondere weil es schwierig ist, 28 verschiedene nationale Regelungen zu beachten. Nur sehr wenige EU-Unternehmen erreichen die für eine Expansion auf internationaler Ebene erforderliche kritische Masse. Hier wird eine große Chance verpasst.
2. **Die fest etablierten Regeln sind oftmals nicht für die Art und die Merkmale der neuen Geschäftsmodelle geeignet**. Sie können ein Hemmnis darstellen, das die Entwicklung innovativer Dienstleistungen verlangsamt oder sogar unmöglich macht. Wie Dienstleistungen und Güter bereitgestellt und konsumiert werden, unterliegt einem raschen Wandel; so entwickelt sich beispielsweise die partizipative Wirtschaft, ein komplexes Ökosystem aus Dienstleistungen auf Abruf und der über Online-Tauschplattformen laufenden vorübergehenden Nutzung von Gütern, rasant weiter und eröffnet zusätzliche Möglichkeiten für Wachstum und Nettoarbeitsplatzschaffung. Damit dieses Potenzial in vollem Umfang ausgeschöpft wird, sollten die EU und ihre Mitgliedstaaten ein geeignetes und entgegenkommendes Unternehmens- und Regulierungsumfeld schaffen.

Was ist zu tun?

Es muss dringend dafür gesorgt werden, dass der EU-Rechtsrahmen im **gesamten Binnenmarkt Rechtssicherheit gewährleistet** und zur Entwicklung innovativer Tätigkeiten **anregt**. Die Binnenmarktstrategie sollte einen konkreten Mehrwert bieten, indem sie es den Unternehmen und Verbrauchern ermöglicht, alle vom Binnenmarkt gebotenen Chancen zu nutzen.

Es liegt in der Verantwortung des Rates (Wettbewerbsfähigkeit), auf der Grundlage der Vorschläge der Kommission konkrete und kreative Lösungen auszuarbeiten, die Unternehmen und Verbrauchern in der EU einen Mehrwert bieten; diese müssen sich auf **einfache, klare und effiziente** EU-Vorschriften stützen, die den Unternehmen einen einfachen grenzüberschreitenden Handel ermöglichen.

Weitere Vorschläge im Rahmen der Binnenmarktstrategie, in Verbindung mit dem digitalen Binnenmarkt, sollten ehrgeizige Ziele verfolgen und durch einen **gut konzipierten und zukunfts-sicheren Rechtsrahmen** einen tatsächlichen Mehrwert für Unternehmen und Verbraucher in Europa schaffen. Hierbei müssen wir das richtige Maß finden und sicherstellen, dass die Regelungen Rechtssicherheit gewährleisten, den Unternehmen das Leben erleichtern und die Wahlmöglichkeiten und den Zugang der Verbraucher verbessern.

Fragen an die Minister:

- *Welche Maßnahmen im Rahmen der Binnenmarktstrategie sind Ihrer Meinung nach von entscheidender Bedeutung, um zur Schaffung eines vorhersehbaren und zukunfts-sicheren Rahmens beizutragen, der den Unternehmen eine Expansion und Nutzung aller Möglichkeiten des Binnenmarkts ermöglicht? Wie sollten diese Maßnahmen konzipiert werden, um eine Verwirklichung dieser Ziele zu gewährleisten?*
- *Gibt es zusätzlich zu den im Rahmen der Binnenmarktstrategie bestimmten Aktionen weitere Initiativen, die auf EU-Ebene erwogen werden sollten, um einen uneingeschränkt funktionierenden Binnenmarkt zu erzielen?*