

Unterrichtung
durch die Europäische Kommission

Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen:

Kleine Unternehmen - große Welt: Eine neue Partnerschaft, um KMU zu helfen, ihre Chancen im globalen Kontext zu nutzen

KOM(2011) 702 endg.

Der Bundesrat wird über die Vorlage gemäß § 2 EUZBLG auch durch die Bundesregierung unterrichtet.

Hinweis: vgl. Drucksache 694/10 = AE-Nr. 100869,
Drucksache 698/10 = AE-Nr. 100870,
Drucksache 737/10 = AE-Nr. 100903 und
Drucksache 114/11 = AE-Nr. 110123



EUROPÄISCHE KOMMISSION

Brüssel, den 9.11.2011
KOM(2011) 702 endgültig

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN
RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND
DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN**

„Kleine Unternehmen – große Welt:

**Eine neue Partnerschaft, um KMU zu helfen, ihre Chancen im globalen Kontext zu
nutzen“**

MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DAS EUROPÄISCHE PARLAMENT, DEN RAT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND SOZIALAUSSCHUSS UND DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN

„Kleine Unternehmen – große Welt:

Eine neue Partnerschaft, um KMU zu helfen, ihre Chancen im globalen Kontext zu nutzen“

1. EINLEITUNG

Die Europäische Union muss neue Quellen des Wachstums erschließen, um Arbeitsplätze und Wohlstand für ihre Bürgerinnen und Bürger zu schaffen. Bedeutende Märkte von Drittstaaten wie China, Indien, Russland und Brasilien, die hohe Wachstumsraten oder ein starkes Wachstumspotenzial aufweisen, stellen für EU-Unternehmen erhebliche Chancen dar.¹ In der derzeitigen Wirtschaftslage können Ausfuhren in expandierende Märkte außerhalb der EU eine ergiebige Quelle wirtschaftlichen Wachstums sein. Um diese Chancen zu nutzen, müssen KMU ihre Geschäftstätigkeit über die Grenzen der EU hinaus ausdehnen.

Die Förderung der **Wirtschaftstätigkeit der KMU außerhalb der EU** stellt daher einen wichtigen Teil der gesamten Strategie der EU zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit dar, wie sie im Rahmen der Leitinitiative zur Strategie Europa 2020 in der Mitteilung über eine integrierte Industriepolitik², im überarbeiteten „Small Business Act“ für Europa³ und in der aktuellen Mitteilung zur Handelspolitik⁴ umrissen wird. Diese Konzepte bauen auf der Verpflichtung der Kommission auf, die Vorteile des Binnenmarkts für KMU zu vermehren⁵, und ergänzen diese Verpflichtung.

Auf die 23 Millionen kleinen und mittleren Unternehmen (KMU)⁶ in Europa entfielen 2010 zwei Drittel der Arbeitsplätze im Privatsektor und 59 % der gesamten Wertschöpfung des nichtfinanziellen Sektors der gewerblichen Wirtschaft. Rund 80 % der in den letzten fünf Jahren geschaffenen Arbeitsplätze entstanden in KMU. In Bereichen wie Maschinen und Einrichtungen oder Chemie in Brasilien oder Energie in Indien konnten unsere Unternehmen bereits bedeutende Ergebnisse erzielen, und die Liste der Beispiele ließe sich fortsetzen. Um den Unternehmen hier den Weg zu ebnen, muss Europa den Internationalisierungsprozess vorantreiben und KMU bei dessen Umsetzung unterstützen.

¹ Nach Angaben der OECD wird damit gerechnet, dass auf die aufstrebenden Märkte bis 2030 ein Anteil von 60 % am weltweiten BIP entfällt.

² KOM(2010) 614.

³ KOM(2008) 394, überarbeitet in KOM(2011) 78.

⁴ KOM(2010) 612.

⁵ Dargestellt in der Binnenmarktakte, KOM(2010) 608.

⁶ Gemäß Definition in der am 6. Mai 2003 angenommenen Empfehlung 2003/361/EG der Kommission, die seit dem 1. Januar 2005 gilt; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/sme-definition/index_en.htm.

In den vergangenen drei Jahren exportierten zwar 25 % der in der EU ansässigen KMU innerhalb des Binnenmarkts und über dessen Grenzen hinaus, doch **nur 13 % der EU-KMU sind im außerhalb der EU gelegenen Ausland** in den Bereichen Handel, Investitionen oder anderen Formen der Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern **tätig**⁷.

Derzeit werden Anstrengungen unternommen, um den Binnenmarkt weiter auszubauen und ihn als natürlichen „Inlandsmarkt“ für KMU leichter zugänglich zu machen.

Mit Hilfe der in diesem Dokument vorgeschlagenen Strategie sollen andererseits die Bedingungen geschaffen werden, unter denen sich KMU an Märkten außerhalb der EU in gleicher Weise einbringen können.

Es liegt auf der Hand, dass die Tätigkeiten vieler Kleinstunternehmen und KMU im Bereich der nicht handelbaren Güter von Natur aus lokal orientiert sind. Im Bereich der handelbaren Güter besteht jedoch z. B. im Hinblick auf innovative Fertigungsprozesse und die Kreativwirtschaft ein bedeutendes, bisher noch ungenutztes Potenzial zur Expansion außerhalb der EU, wo es neue, wachsende Märkte, Exporteinnahmen und Verbesserungen bezüglich Technologien, Kapital und Produktivität zu erschließen gilt⁸. Einiges deutet auf eine Korrelation zwischen Internationalisierung und der Wettbewerbs- und Innovationsfähigkeit von Unternehmen hin, wenn man diese mit nur lokal operierenden KMU vergleicht⁹. Dieses noch unerschlossene Wachstumspotenzial muss die EU freisetzen, um das Wirtschaftswachstum zu fördern und überall in Europas Volkswirtschaft Arbeitsplätze zu schaffen¹⁰.

Die aktuelle von der Kommission im August 2011 veröffentlichte Untersuchung „Opportunities for the Internationalisation of SMEs“ von EIM Business and Policy Research hat ergeben, dass bei den für zwölf Märkte (darunter China, Japan, Russland, Indien und Brasilien) bestimmten EU-Ausfuhren im Wert von insgesamt 261,6 Mrd. EUR auf Wirtschaftszweige, in denen KMU eine beherrschende Stellung haben, 134,6 Mrd. EUR

⁷ Bericht „*Internationalisation of European SMEs*“, Dezember 2009; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

⁸ Vor kurzem wurde in einem Bericht darauf hingewiesen, dass Europas KMU heutzutage vor allem danach streben, sich das Potenzial der rasch wachsenden Mittelschichten in aufstrebenden Ländern zu erschließen. Zuvor investierten viele Unternehmen in aufstrebenden Märkten oder bezogen von dort, um ihre Produktionskosten zu senken (EIU: „New horizons: Europe’s small and medium-sized companies look to emerging markets for growth“).

⁹ Bericht „*Internationalisation of European SMEs*“, Dezember 2009; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm. Die in diesem Bericht vorgelegten Angaben beziehen sich auf Tätigkeiten von KMU innerhalb des Binnenmarkts und außerhalb der Grenzen der EU.

¹⁰ In den vergangenen Jahrzehnten hat die Liberalisierung des internationalen Verkehrs von Waren, Dienstleistungen, Kapital, Personen und Informationen zu einer stärker integrierten Weltwirtschaft geführt, in der grenzüberschreitende Wertschöpfungsketten zunehmend an Bedeutung gewinnen. Der Anteil des internationalen Handels am weltweiten BIP hat sich seit den 1950er Jahren verdreifacht. Aufstrebende Volkswirtschaften in Asien, Lateinamerika und Afrika dürften künftig einen wesentlichen Anteil zum globalen Wirtschaftswachstum beisteuern (vgl. Fußnote 1); dadurch ergeben sich für europäische Unternehmen viele neue Chancen außerhalb der EU. Es ist an der Zeit, dass sich diese Unternehmen die Globalisierung zunutze machen. Europäische KMU müssen in der Lage sein, von diesem Wachstum zu profitieren, und gleichzeitig zum EU-Wachstum beitragen.

entfielen. Je nach Land machen die Ausfuhren KMU-dominierter Wirtschaftszweige zwischen 39 % und 62 % der Gesamtexporte aus¹¹.

Internationale Märkte – sowohl im privaten als auch im öffentlichen Sektor – bieten europäischen Unternehmen beträchtliche Chancen. KMU sind jedoch bei der Erschließung des Weltmarkts mit besonderen Hindernissen konfrontiert, nicht zuletzt im Hinblick auf den Zugang zu Marktinformationen und die Suche nach möglichen Kunden und passenden Partnern. Außerdem müssen sie komplexere Fragen lösen wie die Einhaltung ausländischer Gesetze, zum Beispiel zwingende Bestimmungen des Vertragsrechts, Zollvorschriften, technische Regeln und Normen, die Organisation des Technologietransfers und die Wahrung von Urheber- oder gewerblichen Schutzrechten. Zur Bewältigung dieser Herausforderungen stehen KMU in der Regel weniger internes Fachwissen und Finanz- und Humanressourcen¹² zur Verfügung als größeren Unternehmen.

Den europäischen KMU dabei zu helfen, Hindernisse bei der Internationalisierung zu überwinden und ihre Integration in die Weltwirtschaft zu fördern, ist Teil der in der Agenda Europa 2020 umrissenen Strategie für intelligentes und nachhaltiges Wachstum. Bei den von der Kommission 2009 und 2011¹³ durchgeführten öffentlichen Konsultationen der Interessenträger wurde jedoch von vielen Seiten Besorgnis über mögliche Gefahren der unkoordinierten Verbreitung von Förderprogrammen auf diesem Gebiet geäußert; eine suboptimale Nutzung von Haushaltsmitteln könne die Folge sein.

Angesichts unserer Europa-2020-Ziele und unter Berücksichtigung dieser Bedenken in der Öffentlichkeit **wird in der vorliegenden Mitteilung vorgeschlagen, die KMU zur Verfügung stehenden derzeitigen Förderstrukturen zu überprüfen, es werden die wichtigsten Problembereiche ermittelt und eine Reihe von Maßnahmen vorgeschlagen, bei denen Aktionen auf europäischer Ebene am meisten Mehrwert beitragen können; darüber hinaus werden Leitlinien für den kohärentesten und effizientesten Einsatz knapper finanzieller Mittel auf prioritären Märkten wie China, Brasilien, Indien, Russland, Vereinigte Staaten oder Japan formuliert.** In der Mitteilung sollen eine kohärentere und effektivere EU-Strategie zur Förderung der KMU auf den Auslandsmärkten festgelegt und bessere Möglichkeiten vorgeschlagen werden, diesen Firmen einschlägige Informationen zukommen zu lassen und sie bei ihren Bemühungen um die Erschließung neuer Märkte und bei der Suche nach passenden Partnern zu unterstützen, so dass die vorhandenen Mittel besser genutzt werden. In diesem Zusammenhang ist es äußerst wichtig, die Besonderheiten von KMU zu berücksichtigen, vor allem was die Größe und den Wirtschaftszweig angeht; auch die besonderen Schwierigkeiten, die sich für Kleinstunternehmen stellen, sind ins Auge zu fassen. Das übergeordnete Leitmotiv dieser

¹¹ Siehe „Opportunities for the Internationalisation of SMEs“, Tabelle 2.1, S. 20; August 2011, http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/enterprise-europe-network/intern_event_en.htm. Nachstehend als „Opportunities Report“ bezeichnet.

¹² „Wenig Zugang zu ausreichenden Humanressourcen“ war ein wesentlicher Engpass für die Geschäftstätigkeit in sieben wichtigen Ländern außerhalb der EU. Siehe Kapitel 2 des *Opportunities Report*.

¹³ Nachdem 2009 zunächst ein Arbeitspapier dazu veröffentlicht worden war, führte die abschließende, im Mai 2011 eingeleitete und auf einer Reihe von Leitfragen basierende Konsultation zu mehr als 60 Antworten eines breiten Spektrums von Interessenträgern. Sämtliche Einzelheiten der Konsultation und eine Zusammenfassung der Antworten finden sich unter http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/listeningstakeholders/public-consultation-sme-support/index_en.htm.

Mitteilung lautet, Synergien zu schaffen und dazu zu ermutigen, sich gemeinsam um mehr Effizienz und die Schließung von Lücken zwischen bestehenden Aktivitäten zu bemühen, durch die mit Mitteln des privaten Sektors, der Mitgliedstaaten und der EU bereits KMU in Drittländern unterstützt werden.

Bei der Koordinierung und Steuerung dieses Prozesses wird die Kommission eine entscheidende Rolle spielen, u. a. auch durch die Einrichtung eines regelmäßigen Forums zur Internationalisierung der KMU („SME Internationalisation Forum“); dieses Thema wird auch ein besonderer Schwerpunkt bei den regelmäßigen Treffen der KMU-Beauftragten der Mitgliedstaaten sein. In all diese Maßnahmen werden Vertreter des privaten Sektors einbezogen.

2. POLITISCHER HINTERGRUND: BESTEHENDER RAHMEN DER KMU-UNTERSTÜTZUNG

Sowohl auf einzelstaatlicher als auch auf EU-Ebene werden bereits erhebliche Mittel zur Förderung von Unternehmen aufgewandt. Dies betrifft den öffentlichen wie den privaten Sektor. In einem vor kurzem für die Kommission zusammengestellten Überblick wurden **in der EU und ihren Mitgliedstaaten mehr als 300 Förderprogramme¹⁴ zur Unterstützung der Internationalisierung von Unternehmen¹⁵** gezählt. Eine europäische Strategie der Internationalisierung der KMU muss daher berücksichtigen, dass bereits ein Umfeld aus politischen Vorgaben und Umsetzungsmaßnahmen aller Art besteht. Jede Aktion oder Initiative, auf welcher Ebene auch immer und ob bereits eingeleitet oder nicht, sollte sich auf KMU richten; die tatsächliche Effizienz dieser Maßnahmen sollte an der Fähigkeit gemessen werden, ihr Ziel zu erreichen.

2.1. Auf EU-Ebene ergriffene Maßnahmen inner- und außerhalb Europas¹⁶

In der KMU-Strategie der EU, die im „Small Business Act for Europe“ (SBA) dargelegt, von der Kommission im Juni 2008 erstellt, vom Europäischen Rat im Dezember 2008 gebilligt und 2011 überprüft wurde, werden die EU und die Mitgliedstaaten dazu aufgerufen, insbesondere durch marktspezifische Förderung und Unternehmerschulung dafür zu sorgen, dass die KMU vom Wachstum der Märkte außerhalb der EU profitieren, bzw. die KMU dazu zu ermutigen. Bei der SBA-Überprüfung wurde die Notwendigkeit einer Förderung durch die Kommission in Bereichen wie Hilfe beim Marktzugang, Beseitigung nichttarifärer Handelshemmnisse und Beratung in Rechtsangelegenheiten sowie auf dem Gebiet der Normung und der Konformitätsbewertung erneut unterstrichen¹⁷.

Was die unterstützende Infrastruktur angeht, so hilft das Enterprise Europe Network nicht nur Unternehmen und insbesondere KMU, die Vorteile des Binnenmarkts auszuschöpfen, sondern es bietet KMU auch Unterstützung bei der Internationalisierung an. Die Netzpartner in den Mitgliedstaaten werden häufig durch Organisationen zur Unternehmensförderung auf nationaler und lokaler Ebene betreut, was dazu beiträgt, die Förderungsstrukturen der

¹⁴ Programme mit einem Budget, das bei den größeren Mitgliedstaaten mehr als 2 Mio. EUR betrug.

¹⁵ *Opportunities Report*.

¹⁶ Eine detailliertere Aufzählung der EU-Förderinitiativen findet sich in einem Hintergrund-Dokument unter http://ec.europa.eu/enterprise/policies/international/files/annexes-to-consultation_en.pdf.

¹⁷ KOM(2011) 78.

verschiedenen Länder zu integrieren. Das Netzwerk unterstützt die KMU über mehr als 600 lokale Partner auf der ganzen Welt. In der Regel wird sich ein KMU bei Internationalisierungsplänen nach Unterstützung und Beratung vor Ort umsehen, ob es nun die Geschäftsmöglichkeiten des Binnenmarkts ausloten oder sich auf Drittmärkte vorwagen will.

Die überarbeitete Marktöffnungsstrategie der Kommission¹⁸ trägt mit ihrem Ansatz des partnerschaftlichen Umgangs zwischen der Europäischen Kommission, den Mitgliedstaaten und den in der EU ansässigen Unternehmen Wesentliches zur Förderung der Internationalisierung europäischer KMU bei. KMU drängen zunehmend auf Exportmärkte und haben häufig am stärksten mit Handelshemmnissen zu kämpfen. Sie profitieren von dem partnerschaftlichen Ansatz sowohl innerhalb der EU als auch in Drittländern. Dies wird u. a. durch Kompetenzteams für die Marktöffnung an wichtigen Exportmärkten unter Leitung der EU-Delegation erreicht. Die Datenbank Market Access ist ein weiteres wichtiges Instrument der Marktöffnungsstrategie. Hier stehen Informationen über Zölle und wichtige nichttarifäre Hemmnisse in Drittländern sowie ein Leitfaden für Exporteure¹⁹ kostenlos zur Verfügung. In der neuen EU-Handelsstrategie²⁰ wurde die Nützlichkeit der Marktöffnungsstrategie und der damit verbundenen Dienstleistungen für die Verbesserung des Zugangs von EU-Unternehmen zu globalen Märkten bekräftigt.

Das Europäische Zollinformationsportal (ECIP)²¹ bietet Unternehmen, die im Außenhandel tätig werden wollen, neben E-Learning-Programmen und Online-Datenbanken weitere praktische Informationen.

Die EU leistet finanzielle Unterstützung für das Zentrum für industrielle Zusammenarbeit EU-Japan und unterstützt die EU-Gateway-Programme und Executive-Training-Programme für Japan und Korea sowie den KMU-Helpdesk für IPR-Fragen in China. Ferner unterstützt die EU ein Netz (privatwirtschaftlicher) europäischer Unternehmensverbände an mehr als 20 Auslandsmärkten sowie Unternehmenskammern in Hongkong, Malaysia und Singapur. Diese bestehenden Organisationen und Programme unterscheiden sich nach Zweck und Bandbreite der angebotenen Dienstleistungen, ein Schwerpunkt ist aber bei allen die KMU-Förderung.

Das Europäische Parlament stellt Mittel für vorbereitende Maßnahmen zur Förderung des geschäftlichen, akademischen und wissenschaftlichen Austausches bereit. Mit einem Teil dieser Mittel wurden das Europäische Geschäfts- und Technologiezentrum in Indien und erst vor kurzem die EU-KMU-Zentren in China und Thailand gegründet. Diese Einrichtungen sollen KMU aus der EU an Drittmärkten umfassende Dienste anbieten. Diese erstmals an Drittmärkten eingerichteten Zentren werden wichtige Erfahrungen für künftige Aktivitäten der Unternehmensförderung liefern.

Es liegt auf der Hand, dass internationale Zusammenarbeit in Forschung und Innovationen die Wettbewerbsfähigkeit und die Marktergebnisse von Unternehmen allgemein und insbesondere von KMU erhöht. Das EU-Forschungsrahmenprogramm bietet finanzielle

¹⁸ KOM(2007) 183.

¹⁹ Siehe <http://madb.europa.eu/>.

²⁰ KOM(2010) 612.

²¹ http://ec.europa.eu/ecip/index_en.htm.

Unterstützung für derartige Aktivitäten einschließlich Fördermaßnahmen, was zur Internationalisierung von KMU beitragen kann.

2.2. Maßnahmen der Mitgliedstaaten²²

Über diese Anstrengungen auf EU-Ebene hinaus gibt es **eine breitere und sogar noch bedeutendere Palette von Maßnahmen zur Förderung der Geschäftstätigkeit an Drittmärkten, die von den Mitgliedstaaten, nationalen Handelskammern und dem privaten Sektor (Unternehmensverbände und Unternehmensberater) angeboten werden.** Auf nationaler und lokaler Ebene verfügen Unternehmensverbände, KMU-Agenturen und Handelsförderungsorganisationen über reichlich Erfahrung, mit der sie die Internationalisierung von KMU unterstützen können. Sie befassen sich meist mit den Kernaufgaben der Handelsförderung wie Anbahnung von Geschäftskontakten, Handelsmessen, Geschäftsreisen und spezifischen Marktstudien. Bei wirtschaftsbezogenen Aktivitäten der Botschaften der Mitgliedstaaten kommt es im Rahmen regelmäßiger von EU-Delegationen organisierter Sitzungen auf EU-Ebene häufig zu einem gewissen Austausch von Informationen; dies gilt insbesondere, wenn das gemeinsame Interesse daran auf der Hand liegt – beispielsweise bei der Koordination von Bemühungen um den Abbau von Handelshemmnissen. Auf anderen Gebieten hingegen (z. B. Wirtschaftsdiplomatie im Zusammenhang mit umfangreichen Beschaffungsaufträgen) überwiegen unter EU-Mitgliedstaaten gewöhnlich wettbewerbliche Erwägungen.

2.3. Fazit: Kosteneffizienz muss erhöht werden

Die Begründung für die bestehende Vielfalt an Maßnahmen zur Unterstützung der Internationalisierung erscheint wohl fundiert²³, doch sind nicht alle internationalen Förderprogramme gleich effektiv. Die große Zahl von Maßnahmen und Gremien trägt dazu bei, dass es KMU schwerfällt, die verfügbare Unterstützung tatsächlich ausfindig zu machen und zu nutzen²⁴. In Zeiten knapper öffentlicher Finanzen liegt es nahe, darüber nachzudenken, wie man durch Zusammenarbeit und Vernetzung innerhalb der EU sowohl die Effizienz als auch die Auswirkungen der bestehenden Maßnahmen verstärken könnte²⁵. Daher sollten künftige Maßnahmen in erster Linie auf mehr Transparenz, mehr Kohärenz und mehr Zusammenarbeit gerichtet sein, um eine kosteneffizientere „Arbeitsteilung“ zwischen den bestehenden EU-Programmen, zwischen der Europäischen Union und deren Mitgliedstaaten, der Mitgliedstaaten untereinander sowie zwischen Einrichtungen des öffentlichen und des privaten Sektors erreicht werden. EU-Aktivitäten sollten nicht auf nationaler oder regionaler Ebene vorhandene Maßnahmen ersetzen, sondern diese ergänzen, sofern möglich Synergien

²² Siehe Auflistung im *Opportunities Report*.

²³ Aus einer kürzlich erstellten Untersuchung von EU-KMU mit Auslandserfahrung ging hervor, dass mehr als die Hälfte dieser Unternehmen (63 %) ihr Ergebnis verbesserten, nachdem sie an einem internationalen Unterstützungsprogramm teilgenommen hatten. Die Resultate stammen aus einer Umfrage bei EU-KMU mit Auslandserfahrung, die im *Opportunities Report* zitiert wird.

²⁴ Laut *Opportunities Report* sind die öffentlichen Förderprogramme selbst unter den bereits global tätigen KMU nur 27 % bekannt. Außerdem nähmen lediglich rund 7 % der internationalisierten KMU öffentliche Unterstützung für ihre Geschäftstätigkeit im Ausland in Anspruch.

²⁵ Die Zusammenarbeit in Russland bietet in diesem Zusammenhang ein gutes Beispiel. Maßnahmen „zur Verbesserung des Investitionsklimas und zur Schaffung eines günstigen Umfelds für KMU aus der EU werden durch die hochrangige Zusammenarbeit zwischen der Europäischen Kommission, der EU-Delegation in Russland, den Botschaften, den EU-Unternehmensverbänden, den Handelskammern und der russischen Regierung bereits wirksam durchgeführt“ (siehe *Opportunities Report*).

schaffen und spezielle Maßnahmen nur dort einführen, wo eindeutig Lücken festgestellt werden.

Ferner könnte man die Wirksamkeit der bestehenden Fördermaßnahmen auf europäischer Ebene beurteilen. Durch eine umfassende Evaluierung der Pilotprojekte im Zusammenhang mit den EU-KMU-Zentren ließe sich feststellen, ob sich ähnliche Initiativen anderweitig als nützlich erweisen könnten. Auch wird das Enterprise Europe Network angesichts der wachsenden Zahl außerhalb der EU ansässiger Netzpartner seine Verwaltung straffen müssen, um seine Dienstleistungen für europäische Unternehmen zu verbessern.

In der vorliegenden Mitteilung wird daher ein kohärenterer und stärker integrierter Ansatz der KMU-Förderung vorgeschlagen, der auf einer detaillierten Darstellung der an prioritären Märkten bestehenden Unterstützungsdienste basiert. Darüber hinaus wird in der Mitteilung eine Reihe von Leitlinien für EU-Maßnahmen auf diesem Gebiet festgelegt.

3. DIE WICHTIGSTEN HERAUSFORDERUNGEN FÜR INTERNATIONALISIERUNGSWILLIGE KMU

Häufig sind KMU in der EU die von der EU, den Mitgliedstaaten oder dem privaten Sektor angebotenen Dienstleistungen zur Unternehmensförderung nicht bekannt²⁶. Hier wäre besonders darauf zu achten, dass sich KMU bei der Suche nach Unternehmensförderung zunächst nach einer Anlaufstelle in ihrer Nähe umschauen. Die verschiedenen Konzepte und Methoden der Unternehmensförderung innerhalb der EU und die breite Palette von Programmen und Organisationen auf nationaler, EU- oder globaler Ebene bringen die KMU in eine schwierige Lage, denn es fehlen ihnen die Human- und Finanzressourcen, um passende Programme zu ermitteln und auf diese zuzugreifen²⁷. Wären die Informationen bereits „zu Hause“ für alle KMU in der EU besser zugänglich, könnten diese Unternehmen leichter angemessene, auf ihre Bedürfnisse zugeschnittene Dienstleistungen finden. In dieser Mitteilung wird daher die Möglichkeit untersucht, ein Online-Portal für internationale Geschäftsbeziehungen einzurichten, das für Einsteiger als Tor zu geschäftsrelevanten Informationen über Auslandsmärkte dient und einen Überblick über die verfügbaren Fördermaßnahmen für eine Geschäftstätigkeit an Drittmärkten bietet.

Insbesondere **viele KMU aus kleineren und neuen Mitgliedstaaten sind benachteiligt**, weil ihre Regierung oder Handelskammer an vielen prioritären Märkten nicht vertreten ist²⁸. Daher mangelt es diesen Unternehmen an Information und Unterstützung; sie sollten zur Zusammenarbeit und auch zum Erfahrungsaustausch zwischen „Exportveteranen“ und neuen Marktbeteiligten ermutigt werden. Die Möglichkeiten, zu Zusammenarbeit und Vernetzung unter den verschiedenen Handelskammern und ähnlichen Organisationen in Drittländern anzureizen und zu motivieren, könnten verbessert werden, insbesondere dort, wo die

²⁶ Laut dem *Opportunities Report* kennen 24 % der internationalisierten KMU öffentliche Programme zur Förderung der Internationalisierung, die ihre Firma in Anspruch nehmen könnte. Dieser Bekanntheitsgrad steigt mit der Unternehmensgröße: Bei Kleinstunternehmen beträgt er 23 %, bei kleinen 36 % und bei mittleren Unternehmen 37 %, gleichwohl bleibt es eine Minderheit von KMU, die solche Programme kennen.

²⁷ „Von den 24 % der im Ausland tätigen KMU, denen öffentliche Förderprogramme bekannt sind, nimmt weniger als ein Drittel diese Programme für ihre Geschäftstätigkeit in Anspruch.“ *Opportunities Report*.

²⁸ Laut dem *Opportunities Report* liegt die Zahl der von Mitgliedstaaten in sieben wichtigen Zielländern angebotenen Fördermaßnahmen zwischen 4 und 25.

vielfältigen kulturellen und sprachlichen Kenntnisse dieser Stellen von hohem Wert sein können.

Weitere Herausforderungen liegen in der Natur der KMU selbst. Die von öffentlichen und privaten Organisationen sowie von der EU oder den Mitgliedstaaten angebotenen Dienste decken möglicherweise nicht alle Bedürfnisse ab oder reichen vielleicht nicht aus, um die Nachfrage der KMU zu befriedigen²⁹. An dieser Stelle ist eine umfassendere Analyse der lokalen Gegebenheiten an jedem einzelnen Markt erforderlich, damit man beurteilen kann, welche Maßnahmen erforderlich sein könnten; dadurch lässt sich auch der aus Synergien sowie europaweiter Vernetzung und Zusammenarbeit resultierende Spielraum für höhere Effizienz und Effektivität ermitteln. Da die örtlichen Gegebenheiten sehr unterschiedlich sind, ist ein lokal orientierter Bottom-up-Ansatz unverzichtbar; damit lassen sich Lücken in den angebotenen Dienstleistungen erkennen und es kann festgelegt werden, an welcher Stelle Maßnahmen auf EU-Ebene Mehrwert schaffen würden.

Aus der Analyse der Kommission geht auch hervor, dass die **direkte Kommunikation** mit den KMU eine entscheidende Rolle spielt. KMU in der EU, die im Ausland tätig werden wollen, müssen sich zunächst zu Hause vorbereiten; dazu müssen die richtigen Fähigkeiten und erforderlichen Informationen möglichst in der Nähe vorhanden sein und im Wesentlichen von örtlichen Unternehmensverbänden³⁰, privaten Beratern oder über verschiedene Quellen im Internet beschafft werden. Sobald sie im Ausland operieren, ist der Bedarf an Unterstützung, die die KMU am Zielmarkt selbst benötigen, häufig schwieriger zu decken. Die Bekanntheit der bereits eingerichteten Dienste reicht nicht immer aus, und die KMU stehen beim Zugang zu Märkten außerhalb der EU und der Anbahnung einer Geschäftsbeziehung mit ausländischen Partnern nach wie vor beträchtlichen Schwierigkeiten gegenüber. Umfragen zufolge fällt es KMU generell schwer, nützliche Informationen einzuholen³¹.

4. EINE EU-STRATEGIE ZUR FÖRDERUNG DER INTERNATIONALISIERUNG VON KMU

4.1. Die Ziele der EU für eine Strategie der Unternehmensförderung

Mit dieser Mitteilung soll, aufbauend auf dem kürzlich überarbeiteten „Small Business Act“ für Europa und der Agenda EU 2020, eine kohärente EU-Strategie dargelegt werden, nach der unternehmensbezogene Dienstleistungen zur Förderung der Integration europäischer Firmen

²⁹ Ebd.: „2009 gaben 40 % der KMU einen Mangel an angemessener staatlicher Unterstützung als ein wichtiges Hindernis für die Internationalisierung an.“

³⁰ Bisher beschränkt sich die von der Kommission innerhalb der EU angebotene lokale Unterstützung einer Internationalisierung auf das Enterprise Europe Network, kurzfristige Programme wie „Understanding China“ (<http://www.understandingchina.eu>), einige in verschiedenen europäischen Städten veranstaltete Konferenzen und Seminare zum Thema KMU (u. a. zwecks Schulung von Ausbildern in den Handelskammern usw.) sowie bestimmte Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Brüsseler Niederlassung des Zentrums für industrielle Zusammenarbeit EU-Japan (<http://www.eu-japan.eu>), damit die Programme des Zentrums auch bei KMU in der EU bekannter werden. Die meisten vom KMU-Helpdesk für IPR-Fragen in China veranstalteten Aktivitäten fanden innerhalb der EU statt. Dass diese Dienstleistungen in der Nähe der KMU angeboten wurden, erwies sich als ein wichtiger Faktor für den Erfolg.

³¹ „44 % der EU-KMU nannten einen Mangel an angemessenen Informationen als bedeutendes Hindernis.“ Bericht „*Internationalisation of European SMEs*“, Dezember 2009; http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/market-access/internationalisation/index_en.htm

in die Weltwirtschaft wirksamer und effizienter erbracht werden.

Die Ziele der neuen EU-Strategie lauten:

- **für KMU leicht zugängliche und angemessene Informationen darüber bereitstellen, wie sie ihr Geschäft außerhalb der EU ausbauen können;**
- **die Kohärenz der Fördermaßnahmen erhöhen;**
- **die Kosteneffizienz der Fördermaßnahmen erhöhen;**
- **bestehende Lücken in den Unterstützungsdiensten schließen;**
- **gleiche Ausgangsbedingungen schaffen und den KMU aus allen Mitgliedstaaten der EU einen gleichberechtigten Zugang bieten³².**

Die Instrumente, die zur Erreichung dieser Ziele eingesetzt werden sollen, werden in den nachstehenden Abschnitten beschrieben.

4.2. Erreichung unserer Ziele

Um ein KMU vom Moment des Entschlusses zur Internationalisierung bis zur Aufnahme der Geschäftstätigkeit an Drittmärkten zu begleiten, wird die Kommission wie folgt vorgehen:

4.2.1. Darstellung des Umfelds der Unterstützungsdienste vor Ort und im Ausland

Die Kommission wird eine fundierte Darstellung und Analyse der bestehenden Unterstützungsdienste innerhalb der EU und in Drittländern veranlassen. Dabei werden Mitgliedstaaten und in den EU-Delegationen angesiedelte Kompetenzteams für die Marktöffnung eingebunden; dieser Schritt ist erforderlich, um etwa vorhandene Lücken und Überschneidungen im derzeitigen Dienstleistungsangebot zu ermitteln³³. Auf Basis dieser Analyse wird beurteilt, ob weitere Maßnahmen erforderlich sind³⁴. Dies geschieht zunächst nur für prioritäre Märkte (siehe nachstehend 4.2.5.2), wobei zur Beurteilung des Umfangs und der Verfügbarkeit der jeweiligen Unterstützungsdienste einheitliche Kriterien angelegt werden. Diese Bestandsaufnahme muss sowohl private als auch öffentliche Initiativen auf lokaler, regionaler, nationaler und EU-Ebene umfassen.

Die Darstellung wird einen Überblick über die bestehenden lokalen Dienste privater und öffentlicher Anbieter (einschließlich von Mitgliedsländern und Einrichtungen auf EU-Ebene) in Drittländern bieten. Darüber hinaus sollten die Kompetenzteams für die Marktöffnung lokale Organisationen, z. B. Handelskammern, europäische Unternehmensverbände und

³² Wie im neuen in der Mitteilung vom 29. Juni zum nächsten mehrjährigen Finanzrahmen vorgeschlagenen Programm für Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und für KMU vorgesehen.

³³ Wo keine Kompetenzteams für die Marktöffnung existieren, wird es Aufgabe der EU-Delegationen sein, gegebenenfalls grundlegende Informationen zur Ergänzung der vom Diensteanbieter zur Ausarbeitung der Darstellung benötigten Feststellungen zu liefern. Diese Delegationen können gegebenenfalls Koordinationstreffen zwischen Unternehmen und den vor Ort tätigen Unternehmensverbänden organisieren.

³⁴ Im *Opportunities Report* wird diese Darstellung als eine der Hauptaufgaben betrachtet, die zwecks einer Koordination auf EU-Ebene zu bewältigen sind.

Partner des Enterprise Europe Network, an einem Tisch versammeln und deren Arbeit koordinieren, um bei den bestehenden lokalen KMU-Fördermaßnahmen Synergien und Lücken zu ermitteln. Dadurch würde die Vernetzung verbessert und das Gespräch zwischen den derzeitigen Anbietern von Unternehmensförderung erleichtert, was zu stärkerer Kohärenz führt und die Zugänglichkeit der Dienstleistungen für KMU aus allen Mitgliedstaaten erhöht. Für einen umfassenden Überblick ist der Einsatz und die Zusammenarbeit der Mitgliedstaaten und bestehenden Förderorganisationen unverzichtbar.

Der Überblick über die innerhalb und außerhalb der EU angebotenen Dienstleistungen wird in Zusammenarbeit mit den Mitgliedstaaten und EU-Delegationen regelmäßig aktualisiert.

Im Zuge dieser Maßnahmen wird die Kommission die Effektivität der bereits funktionierenden EU-Unterstützungsdienste beurteilen.

Im Rahmen des laufenden Programms für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation wird die Kommission sofort

- eine fundierte Darstellung und Analyse der innerhalb der EU und in Drittländern bestehenden Unterstützungsdienste privater und öffentlicher Anbieter veranlassen, wobei angestrebt wird, die Arbeiten zu den prioritären Märkten bis Ende 2012 abzuschließen;**
- Doppelarbeit und Aufsplitterung sowie Lücken und potenzielle Synergien bei den bestehenden KMU-Fördermaßnahmen ermitteln;**
- die Zusammenarbeit zwischen bestehenden öffentlich finanzierten Diensteanbietern über die in den EU-Delegationen angesiedelten Kompetenzteams für die Marktöffnung und die nationalen Behörden der Mitgliedstaaten fördern.**

4.2.2. Informationen für die KMU frei Haus

Der Zugang der KMU zu Dienstleistungen und Fachwissen muss erleichtert werden; in der ersten Phase ihrer Internationalisierung müssen die Unternehmen passende Programme bereits „zu Hause“ ermitteln können. Das heißt, sie benötigen sowohl im physischen Sinne als auch virtuell eine lokale Anlaufstelle in der EU.

Das Enterprise Europe Network mit seinen 600 lokalen Partnern wird es den KMU ermöglichen, vor Ort einen unmittelbaren Kontakt herzustellen und professionelle Unterstützung direkt ins Haus geliefert zu bekommen.

Zu diesem Zweck wird sich die Kommission um eine bessere Zusammenarbeit zwischen dem Enterprise Europe Network und sämtlichen Interessenträgern in den Mitgliedstaaten bemühen, was die Wirksamkeit des Netzes erhöhen dürfte. Auf der operativen Ebene wird eine neue Verwaltungsstruktur mit einer stärkeren Einbindung von Anbieterorganisationen und Interessenträgern errichtet, damit gewährleistet ist, dass die Dienstleistungen für die KMU immer effektiver werden.

Anfang 2012 eröffnet die Kommission ein inhaltsreiches Online-Portal, das bestehende Inhalte integriert und straft sowie drittland- und sektorspezifische Informationen über Zielmärkte und einen detaillierten Überblick über die verschiedenen zur Verfügung stehenden Unterstützungsdienste bietet. Dieses Portal wird mit den Online-Inhalten von „one-stop

shops“ in den einzelnen Mitgliedstaaten verlinkt sein und bestehende Informationen nicht duplizieren³⁵.

Bis 2014 werden die Kosten des Enterprise Europe Network aus vorhandenen Haushaltsmitteln gedeckt. Parallel dazu wird ein Portal-Pilotprojekt durchgeführt, das nach und nach die Übersetzungen der Informationen in alle Sprachen der EU aufnehmen wird. In diesem Portal werden die auf EU- und einzelstaatlicher Ebene bestehenden Portale einschließlich der EU-Datenbank Market Access und des Export Helpdesk verlinkt; das Portal wird zusätzliche Informationen sowie einen Überblick über die verschiedenen verfügbaren Dienstleistungen bieten.

Die Kommission wird Folgendes tun:

- das Enterprise Europe Network mit einer neuen Verwaltungsstruktur ausstatten, die die Arbeitsweise und die Zusammenarbeit des Netzes mit Anbieterorganisationen und Interessenträgern verbessert, damit die KMU vor Ort besser informiert werden;
- 2012 ein mehrsprachiges Online-Portal eröffnen, das drittland- und sektorspezifische Informationen über prioritäre Märkte und einen detaillierten Überblick über die verschiedenen zur Verfügung stehenden Unterstützungsdienste bietet. Das Portal fällt unter das bestehende Programm für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation und wird auf der Grundlage bestehender Datenbanken wie Market Access, Export Helpdesk und Europäisches Zollinformationsportal Profile zu Geschäftschancen und -risiken bieten, die Indikatoren wie die Wirtschaftslage, Handelshemmnisse, den Verwaltungsaufwand, Zollverfahren, die Regelungen für das öffentliche Beschaffungswesen und sonstige Daten für ausführende KMU enthalten³⁶. Dazu gehören beispielsweise Informationen zu EU-Rechtsvorschriften, die für den Abschluss von Verträgen mit Parteien in Drittländern herangezogen werden können³⁷. Das Portal wird regelmäßig aktualisiert werden;
- 2012 zusammen mit den Mitgliedstaaten und Interessenträgern eine Sensibilisierungskampagne einleiten, um die KMU mit den zur Verfügung stehenden Unterstützungsdiensten vertraut zu machen.

4.2.3. Das Dienstleistungsangebot für KMU an prioritären Märkten um eine europäische Dimension erweitern

KMU können spezifische Unterstützung benötigen, sobald sie ihre Tätigkeit in einem Drittland aufgenommen haben. Deshalb wird die Kommission bis spätestens 2012 konkrete Empfehlungen zur Verbesserung der Effizienz und Effektivität des gesamten für europäische KMU an Drittmärkten zur Verfügung stehenden Fördersystems entwickeln.

³⁵ „Durch eine auf EU-Ebene organisierte Sammlung von Informationen über Marktentwicklungen und das rechtliche und institutionelle Umfeld an den Auslandsmärkten ließen sich Effizienzgewinne erzielen“, heißt es in dem Kommissionsbericht *„Internationalisation of European SMEs“*, Dezember 2009, S. 9.

³⁶ In Ergänzung beispielsweise der Dienste, die von den TBT-Kontaktstellen der WTO-Mitgliedstaaten angeboten werden; zu den Aufgaben dieser Auskunftstellen gehört die Information über technische Verordnungen, Normen und Konformitätsbewertungsverfahren.

³⁷ Siehe den am 11. Oktober 2011 angenommenen Vorschlag der Kommission für ein Gemeinsames Europäisches Kaufrecht.

Diese Initiative wird auf den Ergebnissen der Überblicksdarstellung und den mit Pilotprojekten der Unternehmensförderung gesammelten Erfahrungen aufbauen.

Die Chancen für europäische Unternehmen ändern sich von einem Markt zum andern; dementsprechend rief die Kommission an prioritären Märkten die Kompetenzteams für die Marktöffnung ins Leben³⁸.

Da die Lage an den einzelnen prioritären Märkten sehr unterschiedlich sein kann, ist ein Bottom-up-Ansatz erforderlich. Koordiniert von den Kompetenzteams für die Marktöffnung in den jeweiligen EU-Delegationen wird eine Plattform eingerichtet, die Vertretern der Programme zur Unternehmensförderung, darunter beispielsweise bilaterale Handelskammern, Exportförderungsstellen der Mitgliedstaaten, Unternehmensverbände und Partner des Enterprise Europe Network, regelmäßige Treffen ermöglicht. So könnten diese Vertreter den Bekanntheitsgrad ihrer eigenen Vorhaben steigern, den Aufwand durch Spezialisierung und Arbeitsteilung straffen und potenzielle gemeinsame Vorhaben entwerfen. Mittels einer besseren Vernetzung lokaler Stellen ließen sich Fachwissen und Kompetenzen bündeln und eine effektivere Arbeitsteilung erreichen. Angesichts knapper Ressourcen könnte diese Straffung einen Hebeleffekt auf die Anstrengungen der lokalen Stellen bewirken, was für alle Beteiligten von Vorteil wäre.

Der Hauptvorteil dieses Ansatzes bestünde darin, dass der Umfang und die Bekanntheit der Vorhaben zur Unternehmensförderung in Drittländern erhöht und auf diese Weise die besten verfügbaren Fähigkeiten und Kompetenzen zu erschwinglichen Kosten angeboten würden. Ferner würde die Vernetzung von Fachwissen es erleichtern, alle Bereiche der Wirtschaft zu erreichen, und darüber hinaus sowohl europäischen Clustern als auch Exportkonsortien und deren KMU dabei helfen, potenzielle Partner in Drittländern zu ermitteln.

Gestützt auf die Ergebnisse der Überblicksdarstellung wird die Kommission zusammen mit den Mitgliedstaaten das EU-Portfolio der Unternehmensförderung für KMU in Drittländern auf der Grundlage bewährter Verfahren fördern, bewerten und optimieren. Zu diesem Portfolio sollten nicht nur die EU-KMU-Zentren und das Enterprise Europe Network gehören, sondern auch andere etablierte EU-Programme der Unternehmensförderung, die Vermittlungsinitiativen unterstützen (wie „Invest in Med“, East Invest, AL-INVEST) und die Zusammenarbeit von Clustern fördern (wie die European Cluster Collaboration Platform und der European Cluster Managers' Club), die nationalen Kontaktstellen des Forschungsrahmenprogramms der EU sowie Programme zur Vernetzung und individuelle Ausbildungsprogramme in der EU (z. B. die Gateway- Programme für Japan und Korea und die Executive-Training-Programme).

All diese Instrumente, die häufig über unterschiedliche Rechtsgrundlagen und Haushaltsbestimmungen verfügen und sich auf unterschiedliche Märkte richten, werden zusammen im Rahmen eines integrierten Konzepts der Förderung europäischer KMU genutzt werden müssen, indem man mittels Arbeitsvereinbarungen z. B. gemeinsame Richtwerte festlegt, Synergien erzielt und sich über Verfahren austauscht, und zwar nicht zuletzt über Verfahren zur Leistungsmessung dieser Programme (Evaluierung).

³⁸ Eine Liste von Kompetenzteams für die Marktöffnung, die bereits tätig sind oder noch eingerichtet werden sollen, findet sich im Anhang dieser Mitteilung.

Die Mitgliedstaaten werden aufgefordert, darüber nachzudenken, ihre Dienstleistungsangebote in Drittländern auf freiwilliger Basis allen EU-KMU zugänglich zu machen³⁹. Diese bessere Nutzung vorhandener Strukturen und Fachkenntnisse würde nicht nur die allgemeine Effizienz begünstigen, sondern es etablierten Organisationen in Mitgliedstaaten auch ermöglichen, einen größeren Kundenkreis zu erreichen. Dies würde darüber hinaus besonders KMU zugute kommen, die in Mitgliedstaaten ansässig sind, die nicht an sämtlichen Drittlandsmärkten mit nationalen Organisationen zur Unternehmensförderung vertreten sind.

Gegebenenfalls wären – vorbehaltlich des künftigen mehrjährigen Finanzrahmens – Regelungen zur Aufstockung der EU-Finanzierung zu erwägen, was die grenzüberschreitende Zusammenarbeit und den Zugriff auf ergänzendes Fachwissen unter den Diensteanbietern erleichtern würde, wodurch wiederum die knappen öffentlichen Mittel besser genutzt würden.

Damit dieser ganze Prozess gesteuert, die Entwicklung aufgezeichnet, Fortschritte überwacht und die Effektivität des Ansatzes evaluiert werden können, sollte in bestimmten Abständen ein Evaluierungsverfahren mit allen wichtigen Interessenträgern durchgeführt werden. Diese Evaluierung könnte in Form eines jährlichen Forums stattfinden, zu dem die Kommission die Interessenträger zwecks Erfahrungs- und Meinungsaustausch einlädt. Dabei könnten alle Teilnehmer Möglichkeiten der Arbeitsteilung ausloten, den Bedarf an neuen Maßnahmen ermitteln und voneinander lernen.

Die Kommission wird Folgendes tun:

- **die grenzüberschreitende Zusammenarbeit und den Zugriff auf ergänzendes Fachwissen unter den Diensteanbietern erleichtern, vor allem durch finanzielle Anreize, die vom neuen Programm für Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen und für KMU im Rahmen des vorgeschlagenen mehrjährigen Finanzrahmens 2014-2020 gedeckt werden könnten;**
- **die bestehenden Maßnahmen unter Beteiligung aller wichtigen Interessenträger regelmäßig evaluieren;**
- **zusammen mit den Mitgliedstaaten das EU-Portfolio der Unternehmensförderung für KMU in Drittländern auf der Grundlage bewährter Verfahren bewerten, optimieren und fördern⁴⁰.**

4.2.4. Förderung der Internationalisierung von KMU durch Cluster und Netze

KMU fehlen häufig die richtigen Partner zur Entwicklung und Produktion weltweit wettbewerbsfähiger Waren und Dienstleistungen. Zunehmend bewältigen sie Expansion und

³⁹ Dabei könnte man sich von Artikel 20 Absatz 2 Buchstabe c AEUV leiten lassen; dieser lautet: „Die Unionsbürgerinnen und Unionsbürger haben unter anderem ... c) im Hoheitsgebiet eines Drittlands, in dem der Mitgliedstaat, dessen Staatsangehörigkeit sie besitzen, nicht vertreten ist, Recht auf Schutz durch die diplomatischen und konsularischen Behörden eines jeden Mitgliedstaats unter denselben Bedingungen wie Staatsangehörige dieses Staates“.

⁴⁰ Dazu gehören nicht nur die EU-KMU-Zentren und das Enterprise Europe Network, sondern auch andere etablierte EU-Programme der Unternehmensförderung, die Vermittlungsinitiativen unterstützen und die Zusammenarbeit von Clustern fördern, die nationalen Kontaktstellen des Rahmenprogramms sowie Programme zur Vernetzung und individuelle Ausbildungsprogramme in der EU.

Innovationen nicht allein, sondern indem sie sich auf eine strategische Zusammenarbeit mit ausländischen Partnern einlassen und internationalen Netzen beitreten. In diesem Zusammenhang ist die Bedeutung der Vergabe von Unteraufträgen anzuerkennen.

Cluster, Unternehmensnetze und Exportkonsortien können einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dass KMU solche Aktivitäten entwickeln und sich verstärkt international ausrichten. Vor allem Exportkonsortien können bei der Internationalisierung eine besondere Rolle spielen, da sie aus Unternehmensgruppen bestehen, die gemeinsam an einem Projekt zur Exportentwicklung arbeiten. Beispielsweise haben jüngste Untersuchungen gezeigt, dass neu gegründete KMU, die in einer bestimmten Marktnische neue Waren und Dienstleistungen entwickeln, häufig von Anfang an auf Auslandsmärkten tätig sind und ihre Exportfähigkeit durch die Mitgliedschaft in einem Cluster gestärkt wird⁴¹.

KMU, die Mitglied von Clustern und Unternehmensnetzen sind, kommen Kontakte, Geschäftsverbindungen sowie formale und informelle Kenntnisse zugute, die in diesen Gruppierungen weitergereicht werden, und sie profitieren von den maßgeschneiderten Dienstleistungen, die diese Organisationen anbieten. Diese Vorteile begünstigen u. a. die Entwicklung von Partnerschaften im Ausland, und dies wiederum erleichtert KMU den Zugang zu weltumspannenden Wertschöpfungsketten, die Entwicklung strategischer Allianzen mit Forschungsorganisationen im Rahmen von Clustern oder Netzen, die Ausweitung ihrer Vermarktungstätigkeiten im Ausland einschließlich der Akquise öffentlicher Aufträge, den Erwerb der passenden Fähigkeiten und die Einholung maßgeschneiderten fachlichen Rates⁴².

In diesem Zusammenhang sollte in den Mitgliedstaaten die Bedeutung der moderierenden Funktion dieser Cluster und Netze anerkannt werden; diese Organisationen sollten daher in Programme zur Unternehmensförderung einbezogen werden, die sich auf die Förderung der Internationalisierung von KMU richten⁴³. Gleichzeitig stellt die transnationale Zusammenarbeit in Clustern und Netzen eine bedeutende Herausforderung dar, die auf allen Ebenen angenommen werden sollte⁴⁴; ferner sollten diese Organisationen durch

⁴¹ Vgl. beispielsweise die Studie von OSEO/UBIFRANCE (2010) über den Zusammenhang zwischen Innovationen und Exporten, http://www.oseo.fr/storage/newsletters/vendredi_28_mai_20102/gauche/actualites/etude_oseo_ubifrance.

⁴² *European Clusters Go International: Networks and clusters as instruments for the initiation of international business cooperation*, VDI/VDE/IT, 2011, <http://www.vdivde-it.de/news-en/publications/best-practice/european-clusters-go-international-2013-networks-and-clusters-as-instruments-for-the-initiation-of-international-business-cooperation>.

⁴³ Zu diesem Zweck wurde im März 2011 im Rahmen des Programms für Wettbewerbsfähigkeit und Innovation auf EU-Ebene eigens eine Ausschreibung zur Förderung der internationalen Zusammenarbeit in regionalen und nationalen Clusterprogrammen eingeleitet. Vgl. http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/itemlongdetail.cfm?item_id=4968.

⁴⁴ In dieser Hinsicht wird die im Rahmen der European Cluster Excellence Initiative errichtete European Cluster Cooperation Platform entscheidend zur Förderung der internationalen Clusterzusammenarbeit zugunsten von KMU beitragen. In einem ersten Schritt wurden bereits Grundsatzvereinbarungen mit Partnern in Japan, Indien und Brasilien unterzeichnet, weitere sind geplant. Weiterführende Informationen unter <http://www.cluster-collaboration.eu/web/guest>. Ferner befasst sich die Maßnahme „Wissensorientierte Regionen“ im Rahmen des Siebten Forschungsrahmenprogramms der EU mit der transnationalen Zusammenarbeit. Diese Aktion soll das Forschungspotenzial der europäischen Regionen stärken, insbesondere durch Ermutigung und Förderung der europaweiten Entwicklung regionaler „forschungsorientierter Cluster“, denen Universitäten, Forschungszentren, Unternehmen und regionale Behörden angehören. Speziell für Internationalisierungsaktivitäten und für die Entwicklung

grenzüberschreitende Kreditvergabe unterstützt werden, wie von der Kommission in der Mitteilung „Ein Haushalt für Europa 2020“⁴⁵ vorgeschlagen. Auch die Zusammenarbeit zwischen Clusterorganisationen und dem Enterprise Europe Network sowie anderen interessierten EU-Unternehmensverbänden sollte zugunsten eines besseren Angebots von Innovationsdiensten und des leichteren Zugangs zu Auslandsmärkten für KMU verstärkt werden.

Auf längere Sicht wird die Kommission eine breit angelegte EU-Initiative entwickeln, die die Zusammenarbeit transnationaler Cluster auf Drittmärkten zielorientierter einsetzt, damit gemeinsame langfristige Strategien mit internationalen Partnern aus allen EU-Mitgliedstaaten aufgebaut werden.

Diese Initiative zur Internationalisierung der Cluster würde zur Förderung weltweit wettbewerbsfähiger Cluster in Europa beitragen, insbesondere in den aufstrebenden Industriezweigen, in denen die Zusammenarbeit in Clustern neue Wettbewerbsvorteile für Europa schaffen kann. Dieses Programm könnte auch Maßnahmen zur Ermittlung strategischer Interessen für weitere EU-weite Clusterkooperationen enthalten.

Die Kommission wird Folgendes tun:

- die Einrichtung von Schulungsprogrammen für Unternehmer, KMU-Manager und Leiter von Clustern, Unternehmensnetzen und Exportkonsortien fördern und finanzieren, um diese Personen zu befähigen, Internationalisierungsvorhaben zu steuern;
- die Schaffung von Exportkonsortien in verschiedenen Mitgliedstaaten ansässiger KMU durch eine Reihe von Maßnahmen fördern, darunter Informationskampagnen und finanzielle Anreize, was Synergien fördert;
- die grenzüberschreitende Zusammenarbeit von Clustern/Netzen durch eine mit EU-Garantien unterlegte Kreditvergabe unterstützen.

4.2.5. Straffung der neuen Maßnahmen an prioritären Märkten

4.2.5.1. Leitlinien

Um zu gewährleisten, dass die vorhandenen Ressourcen voll ausgeschöpft und Überschneidungen vermieden werden, bekräftigt die Kommission nachdrücklich die folgenden Leitlinien.

Komplementarität und Zusätzlichkeit. Maßnahmen auf EU-Ebene sollten ergänzend ergriffen werden und nicht Aktivitäten der Unternehmensförderung verdoppeln, die bereits von

von Strategien im Hinblick auf Drittländer kann Unterstützung abgerufen werden unter http://cordis.europa.eu/fp7/capacities/regions-knowledge_en.html.

⁴⁵ Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen: *Ein Haushalt für „Europa 2020“ - Teil II: Politikbereiche im Überblick*, KOM(2011) 500 endgültig vom 29 Juni 2011. Die Kommission hat vorgeschlagen, dass für den Zeitraum 2014-2020 EU-Fazilitäten für Darlehensbürgschaften nicht nur einzelstaatlich ausgerichtet sein sollten, sondern auch für eine grenzüberschreitende Kreditvergabe oder Kredite von Gebern aus mehreren Ländern bereit stehen sollten.

Mitgliedstaaten und/oder privaten Organisationen durchgeführt werden. Gemäß dem Subsidiaritätsprinzip und entsprechend einer angemessenen Arbeitsteilung sollten EU-Maßnahmen Lücken füllen oder bestehende Unterstützungsdienste verstärken, wo der Bedarf nicht oder nicht ausreichend durch sonstige öffentliche oder durch private Organisationen gedeckt wird. Dies könnte beispielsweise in Fällen gelten, in denen die bestehenden Diensteanbieter nicht alle prioritären Märkte (z. B. die neu entstehenden Märkte) und nicht alle Zugangsaspekte (wie Normen und Vorschriften sowie andere nichttarifäre Hindernisse für eine Geschäftstätigkeit im Ausland) abdecken.

Nachhaltigkeit. Dienstleistungen der Unternehmensförderung sollten auf EU-Ebene auf Basis eines nachgewiesenen Bedarfs am Markt unterstützt werden. Diese Unterstützung kann kurzfristig aus der Haushaltsordnung unterliegenden öffentlichen Mitteln finanziert werden, doch sollten sich die Dienstleistungen auf längere Sicht so weit wie möglich selbst tragen, damit die Gefahr, private Dienstleistungserbringer ungewollt vom Markt zu verdrängen, gemindert wird.

Effiziente Nutzung öffentlicher Mittel. Nach dem Grundsatz der Wirtschaftlichkeit der Haushaltsführung soll zwischen den eingesetzten öffentlichen Mitteln und den erzielten Ergebnissen eine optimale Relation bestehen. Zu diesem Zweck werden für jede Tätigkeit konkrete, messbare, erreichbare, sachgerechte und terminierte Ziele („SMART“) festgelegt und eine angemessene Evaluierung eingeplant. Die effiziente Nutzung öffentlicher Mittel kann heißen, dass es möglicherweise sinnvoller („smarter“) ist, statt eine neue physische Struktur zu errichten an Drittmärkten vorhandene Diensteanbieter wie nationale oder europäische Handelskammern oder lokale EU-Delegationen und Kompetenzteams für die Marktöffnung zu ermuntern, den Umfang ihrer Tätigkeiten zu erweitern oder ihre Ressourcen zugunsten eines besseren Service zu bündeln.

Die Leitlinien werden Schlüsselemente dieser Strategie sein und jegliche Initiative bestimmen, die in diesem Bereich auf EU-Ebene vor und nach 2014 ergriffen wird:

Die Kommission verpflichtet sich, bei der Auswahl, Planung und Durchführung von Förderinitiativen auf EU-Ebene diesen Leitlinien folgen.

Die Mitgliedstaaten sind dazu aufgerufen, bei ihrer Förderung von Geschäftstätigkeiten im Ausland wann immer möglich ähnlichen Grundsätzen und Prioritäten zu folgen.

4.2.5.2. Geografische Prioritäten

Bei neuen Maßnahmen außerhalb der EU wird die Kommission nach den folgenden Kriterien geografische Prioritäten festlegen, prioritäre Länder ermitteln und eine umfassende Serie spezifischer Maßnahmen einleiten.

Dies wird die Wirksamkeit der Initiativen durch die Ausrichtung auf den tatsächlichen Bedarf der KMU erhöhen. Im Laufe der Zeit wird die Liste der prioritären Länder natürlich angepasst werden müssen. Prioritäten sollten insbesondere anhand der folgenden Kriterien ermittelt werden:

Wirtschaftspotenzial und Größe des Marktes. Zu den prioritären Märkten sollten die wichtigsten Handels- und Investitionspartner der EU sowie Märkte mit großen Wachstumsaussichten gehören. Im Auge zu behalten sind Märkte, die ein Potenzial an Geschäftspartnern aufweisen, die aufgrund zunehmender Kaufkraft und wachsender

Investitionsmöglichkeiten demnächst wertvoll sind, damit der Bedarf an künftigen Maßnahmen beurteilt werden kann.

Ausmaß der Schwierigkeiten, denen KMU beim Markteintritt gegenüberstehen. Einige Märkte sind für KMU weniger zugänglich als andere; dies hat zum Teil mit Zollschutzmaßnahmen zu tun, hat seinen Grund aber häufiger im unterschiedlichen Regelungsumfeld, das sich wie nichttarifäre Hemmnisse für Handel und Investitionen auswirken kann. Auch Probleme beim Zugang zu Finanzierungsmöglichkeiten können ein Hindernis für KMU sein, das sich von Land zu Land anders darstellt. Es sollten Anstrengungen unternommen werden, um diese Hindernisse weitestgehend zu beseitigen und den KMU bei deren Überwindung zu helfen.

Lücken in der bestehenden Unternehmensförderung. Mithilfe des Überblicks über die derzeit von öffentlichen oder privaten Stellen geleisteten Dienste werden sich mögliche Lücken in der lokalen Infrastruktur der Unterstützung leichter ermitteln lassen, und so können auch Wege gefunden werden, diese Lücken zu schließen. Zu den nicht ausreichend abgedeckten Themenbereichen könnte der Bedarf an Fachwissen bezüglich konkreter Aspekte wie Normen, Konformitätsbewertung, Technologievermarktung, gewerbliche Schutzrechte, öffentliches Beschaffungswesen und Zollvorschriften gehören. Hier müssen möglicherweise Prioritäten festgelegt werden.

Die EU wird für KMU prioritäre Märkte anhand der oben erwähnten Kriterien ermitteln. Zu diesen Ländern können die derzeit wichtigsten Handels- und Investitionspartner der EU (Vereinigte Staaten, China, Russland, Japan), die Erweiterungsländer, die Partnerländer der EU-Nachbarschaftspolitik im Osten und Süden sowie Märkte mit hohem Wirtschaftswachstum (aufstrebende Märkte in Asien, Afrika und Lateinamerika) gehören.

4.2.6. *Integration der KMU-Internationalisierung in andere EU-Politikbereiche und Schaffung eines günstigen Umfelds für die internationale Geschäftstätigkeit der KMU*

Ein breites Spektrum vorhandener und sich abzeichnender EU-Maßnahmen zugunsten von KMU, die international expandieren und Auslandsmärkte erschließen wollen, liegt nach wie vor brach.

Alle Erweiterungsländer werden aufgefordert, sich die Ziele der Strategie Europa 2020 einschließlich der KMU-bezogenen Maßnahmen zu eigen zu machen. Die Stärkung der Rechtsstaatlichkeit ist eine der wichtigsten Prioritäten der Erweiterungspolitik, die dazu beitragen wird, dass in der EU ansässige KMU bereitwilliger in diese Märkten investieren. Die Schaffung eines unternehmensfreundlichen Umfelds stellt auch einen wichtigen Pfeiler unserer Beziehungen zu den Ländern der Östlichen Partnerschaft dar.

Der zurzeit im südlichen Mittelmeerraum bzw. in Nordafrika zu beobachtende tiefgreifende Wandel ist ein starkes Argument für eine Unterstützung der sozioökonomischen Transformation in dieser Region durch die EU und für eine Verknüpfung mit der EU-Nachbarschaftspolitik. Dies könnte die Entwicklung und Stärkung von Programmen zur Zusammenarbeit zwischen Unternehmen in der EU und diesen Ländern einschließen⁴⁶.

⁴⁶ Zum Beispiel durch Clusterzusammenarbeit: Clusterpartnerschaften bieten konkrete Möglichkeiten für eine verbesserte Unternehmenszusammenarbeit, die entwickelt und auf den jeweiligen Bedarf der

Angesichts des enormen Potenzials wirtschaftlicher Entwicklung, das Afrika birgt, und im Einklang mit der gemeinsamen Strategie Afrika-EU sollten die afrikanischen Länder allgemein eingeladen werden, vom Aufbau einer starken Partnerschaft mit den KMU in der EU zu profitieren.

Im Zusammenhang mit Handelsschutzuntersuchungen wird die besondere Situation der KMU als Einführer, Nutzer, Antragsteller oder Ausführer berücksichtigt und der Zugang der KMU zu Informationen über die Funktionsweise der handelspolitischen Schutzinstrumente erleichtert werden.

Autonome Zollaussetzungen und Zollkontingente sind für in der EU herstellende Unternehmen relevant. Den Interessen der KMU gilt hier besonderes Augenmerk. Der Effekt dieses Instruments wird im Rahmen einer 2012 einzuleitenden Evaluierung der wirtschaftlichen Auswirkungen beurteilt.

Die EU wird Folgendes tun:

- in Erweiterungs-, Nachbar- und Entwicklungsländern die Schaffung eines Umfelds unterstützen, das die Geschäftstätigkeit insbesondere von KMU begünstigt; dieses bessere Umfeld wird allen KMU zugutekommen, auch solchen, die in einem bestimmten spezifischen Markt tätig werden wollen;
- ihre Bemühungen um den Abbau der verbleibenden tarifären und nichttarifären Hemmnisse in Drittländern verstärken;
- in den Handels- und Wirtschaftsabteilungen aller relevanten EU-Delegationen im Rahmen der Tätigkeit der Kompetenzteams für die Marktöffnung Kontaktstellen für KMU einrichten;
- im Rahmen ihrer mit Partnerregierungen geführten Dialoge über Regulierungsfragen auf eine Öffnung der Märkte und ein KMU-freundlicheres Umfeld hinarbeiten;
- das Interesse kleiner Unternehmen am Zugang zu den internationalen Beschaffungsmärkten in den Verhandlungen zum plurilateralen WTO-Übereinkommen über das öffentliche Beschaffungswesen zu einer Priorität erheben;
- den Informationsstand der KMU über die aus Außenhandelstätigkeit zu erzielenden und durch handelspolitische Maßnahmen, insbesondere bilaterale Freihandelsabkommen, geschaffenen wirtschaftlichen Vorteile verbessern;
- das KMU-Finanzforum Afrika veranstalten: ein wichtiger erster Schritt im Rahmen unseres neuen Ansatzes zum Brückenbau zwischen europäischen und afrikanischen Unternehmen mithilfe eines verstärkten ständigen Dialogs;

Unternehmen zugeschnitten werden könnte; diese Firmen könnten aus Wirtschaftszweigen wie dem Tourismus und der Kreativwirtschaft stammen, die in den Ländern des südlichen Mittelmeerraums ein beträchtliches Wirtschaftspotenzial aufweisen. Über diesen konkreten Fall hinaus erwägt die Kommission auch, den Austausch zwischen Unternehmern zu fördern, die in unterschiedlichen Ländern, sowohl innerhalb als auch außerhalb der Europäischen Union, ansässig sind.

- mögliche autonome Zollaussetzungen und Zollkontingente unter den KMU besser bekanntmachen und ihre Auswirkungen auf die KMU im Rahmen einer 2012 einzuleitenden Evaluierung beurteilen.

5. SCHLUSSFOLGERUNG

Angesichts der derzeitigen Wirtschaftslage wird es Zeit, neue Quellen des Wachstums zu erschließen. Die expandierenden Märkte in Drittländern können für die KMU in der EU eine unschätzbare Chance sein. Nach Auffassung der Kommission können KMU durch den vorstehend umrissenen Ansatz die notwendigen Instrumente für eine erfolgreiche Geschäftstätigkeit außerhalb der EU erhalten. Dabei setzt sie voraus, dass die Zusammenarbeit zwischen der EU und den Mitgliedstaaten, der Mitgliedstaaten untereinander und zwischen dem öffentlichen und privaten Sektor den KMU in der EU eindeutige Vorteile verschafft.

In dieser neuen EU-Strategie sind sechs Handlungsfelder festgelegt:

- einen Überblick über das vorhandene Angebot an Unterstützungsdiensten erstellen, damit künftig ein rationellerer und kohärenterer Ansatz verfolgt werden kann;
- ein einheitliches virtuelles Informationsportal für KMU schaffen, die außerhalb der EU-Grenzen tätig werden wollen;
- Förderprogramme auf EU-Ebene kohärenter gestalten, damit sie größere Wirkung zeigen;
- Cluster und Netze zur Internationalisierung von KMU fördern;
- eine paneuropäische Zusammenarbeit an prioritären Märkten initiieren, damit die öffentlichen Mittel bestmöglich genutzt werden;
- bestehende auswärtige Maßnahmen der EU verstärken, damit europäische KMU im Ausland rascher expandieren.

Künftig sollten sich die Anstrengungen darauf konzentrieren, wie bestehende Diensteanbieter effektiver zusammenarbeiten können und wie man Anreize dazu schaffen könnte. Ein umfassender Überblick über das europäische Angebot an Unterstützungsdiensten wird die Ausgangsbasis für diesen Prozess bilden. Sämtliche EU-Organe werden sich in partnerschaftlicher Zusammenarbeit mit den einschlägigen Interessenträgern der KMU an der Umsetzung dieser Strategie beteiligen und sollten sich an die in dieser Mitteilung dargelegten Prioritäten und Leitlinien halten, wenn sie neue, kurz- wie langfristige Maßnahmen zur Förderung der Internationalisierung von KMU erwägen.

Die Mitgliedstaaten werden aufgefordert, einen ähnlichen Ansatz zu verfolgen und bei der Stärkung des Förderungsumfelds zugunsten der Expansion europäischer KMU im Ausland eng mit der Kommission zusammenzuarbeiten.

Anhang

Auf Basis der aktuellen Erfahrungen mit dem Prozess der Ermittlung wichtiger Marktzugangshindernisse in Drittländern (und wie vom Rat der Europäischen Union in seinen Schlussfolgerungen vom Dezember 2008 verlangt) sind Kompetenzteams für die Marktöffnung in folgenden Ländern tätig oder sollen dort eingerichtet werden:

- Algerien
- Argentinien
- Brasilien
- Kanada
- Chile
- China
- Kolumbien
- Ägypten
- Hongkong
- Indien
- Indonesien
- Israel
- Japan
- Kasachstan
- Malaysia
- Mexiko
- Marokko
- Neuseeland
- Nigeria
- Norwegen
- Peru
- Philippinen

- Russland
- Singapur
- Südafrika
- Südkorea
- Schweiz
- Taiwan
- Thailand
- Tunesien
- Türkei
- Ukraine
- Vereinigte Staaten von Amerika
- Vietnam