Dienstleistungsverkehr im EU-Binnenmarkt

Hürden, Hindernisse und Herausforderungen

IHK Studie, Oktober 2016

IHK Industrie- und Handelskammern in Bayern

European Commission

enterprise europe network

Business Support on Your Doorstep

Inhalt

Vorwort 3

Executive Summary 4

1. Dienstleistungen als Basis wirtschaftlichen Wachstums 6

2. Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs 10

3. Der Stand des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs in Bayern 13

3.1 Grenzüberschreitender Dienstleistungsverkehr des Tertiären Sektors 14

3.2 Grenzüberschreitender Dienstleistungsverkehr des Sekundären Sektors 18

4. Empfehlungen für Unternehmen 23

5. Handlungsfelder für die Außenwirtschaftsförderung 26

Quellen 28

Abbildungsverzeichnis 29

Tabellenverzeichnis 29

Fragebogen 30

Impressum 31

Vorwort

Vier Grundfreiheiten prägen den Binnenmarkt der EU: freier Warenverkehr, freier Kapital- und Zahlungsverkehr, Personenfreizügigkeit und Dienstleistungsfreiheit. Diese waren bereits Gegenstand des EWG-Vertrages von 1957. Der Europäische Binnenmarkt als „Raum ohne Binnengrenzen" trat zum 1. Januar 1993 in Kraft. Die vier Grundfreiheiten sollen es den Unternehmen ermöglichen, Geschäften innerhalb des Binnenmarktes auf einfache Art und Weise nachgehen zu können. Administrative Belastungen der Mitgliedsstaaten sollen auf ein Minimum beschränkt werden. Die Freiheiten haben schrittweise dazu geführt, dass die Europäische Union, gemessen am Bruttoinlandsprodukt, inzwischen der stärkste Wirtschaftsraum der Welt ist.

Es ist der freie Warenverkehr ohne Zollschranken, der in erster Linie mit dem Europäischen Binnenmarkt in Verbindung gebracht wird. Im Vergleich zu den Warenlieferungen ist die Abwicklung von Dienstleistungsgeschäften nach wie vor schwierig. Bayerische Unternehmen berichten von bürokratischen Hürden in den EU-Mitgliedsstaaten, die in ihrer Komplexität kaum zu überbieten sind. Sie reichen vom Erfüllen von Meldepflichten bei der Entsendung von Mitarbeitern über die Anerkennung der Berufsqualifikation bis hin zum korrekten Verrechnen der Umsatzsteuer. Auf die Unternehmen warten potenzielle Fallstricke auf jeder Stufe der Dienstleistungserbringung im europäischen Ausland.

Der Einstieg in das grenzüberschreitende Dienstleistungsgeschäft ist deshalb gerade für kleine und mittlere Unternehmen nur mit hohem Aufwand zu stemmen. Berücksichtigt man, dass der Dienstleistungssektor heute gut 70 Prozent der Bruttowertschöpfung in Deutschland erwirtschaftet, wird Wachstumspotenzial verschenkt. Denn gerade bayerische Unternehmen hätten gute Chancen, ihre Dienstleistungen europaweit zu erbringen. Schließlich steht „Made in Bavaria" auch hier für Qualität, Zuverlässigkeit und Kreativität.

Die bayerischen IHKs haben Prof. Dr. Jens Hogreve von der Katholischen Universität Eichstätt-Ingolstadt beauftragt aufzuzeigen, worin die konkreten Probleme bei der Dienstleistungserbringung bestehen und wie sie gelöst werden können. Die Studie basiert auf den Antworten von bayerischen Unternehmen, die im Rahmen der IHK-Umfrage „Going International 2016" zum Dienstleistungsverkehr erhoben wurde.

Aufgrund der Ergebnisse der vorliegenden Studie werden wir die Serviceangebote für unsere bayerischen Mitgliedsunternehmen weiter ausbauen. Wir fordern zugleich die Politik in den EU-Mitgliedsstaaten und in Brüssel auf, bürokratische Hürden weiter abzubauen. Der Europäische Binnenmarkt muss auch für das grenzüberschreitende Erbringen von Dienstleistungen vollendet werden!

Dr. Eberhard Sasse, Präsident, Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V.

Peter Driessen, Hauptgeschäftsführer, Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V.

Dr. Eberhard Sasse **Peter Driessen**

Executive Summary

Dienstleistungen: wachsende Bedeutung – neue Herausforderungen

Dienstleistungen gewinnen weltweit an wirtschaftlicher Bedeutung. Dies zeigt sich sowohl in der zunehmenden Wirtschaftskraft des Dienstleistungssektors, als auch in der wachsenden Zahl an Dienstleistungen, die vom produzierenden Gewerbe erbracht werden. Dabei werden Dienstleistungen nicht nur innerhalb der Landesgrenzen, sondern zunehmend auch grenzüberschreitend angeboten. Um Potenziale grenzüberschreitender Dienstleistungsaktivitäten zu erschließen, müssen Unternehmen einige Herausforderungen überwinden. Diese treten vor allem in den folgenden drei Handlungsfeldern auf: bei der Vorbereitung des Dienstleistungsexports, bei der Entsendung von Mitarbeitern und bei den durch Bürokratie verursachten Herausforderungen.

Handlungsfelder | Phasen des Dienstleistungsexports

1 | Vorbereitung des Dienstleistungsexports

2 | Entsendung der Mitarbeiter

3 | Bürokratische Herausforderungen vor Ort

70 %

des deutschen Wirtschaftswachstums werden von Dienstleistungen getragen

Produzierende Unternehmen auch als Dienstleister tätig

Mit einer Sonderumfrage bei bayerischen Unternehmen des Dienstleistungsgewerbes und des produzierenden Gewerbes im Rahmen der IHK-Umfrage „Going International" wurden Herausforderungen der oben genannten Handlungsfelder untersucht. An der Umfrage im Dezember 2015 beteiligten sich 449 Unternehmen, darunter vorwiegend kleine und mittlere Unternehmen. Die Stichprobe setzt sich mit 72,9 % aus Unternehmen des produzierenden Gewerbes zusammen, die zugleich Dienstleister sind.

73 %

der produzierenden Unternehmen in Bayern bieten auch Dienstleistungen an.

Herausforderungen in jeder Phase

Die Ergebnisse machen deutlich, dass Unternehmen im reinen Dienstleistungsgewerbe und Unternehmen des produzierenden Gewerbes die Herausforderungen unterschiedlich wahrnehmen. Über die Gesamtstichprobe hinweg zeigt sich jedoch, dass in der Phase der Vorbereitung des Dienstleistungsexports das Fehlen von Vertriebsstrukturen und exportfähigen Dienstleistungen zentrale Herausforderungen darstellen. Vor allem aber die Entsendung der Mitarbeiter wird als zentrales Handlungsfeld wahrgenommen, wie die häufigen Nennungen der befragten Unternehmen zeigen. Hierbei stellen die Erfüllung rechtlicher und bürokratischer Auflagen sowie die Fremdsprachenkenntnisse der Mitarbeiter zwei zentrale Handlungsfelder dar. Als bürokratisch bedingte Herausforderungen im Zielland werden vornehmlich die Komplexität des Steuerrechts, zeitliche Verzögerungen durch bürokratische Auflagen und die Benachteiligung bei lokalen Ausschreibungen als Herausforderungen genannt.

Empfehlungen für Unternehmen – Handlungsfelder für die Außenwirtschaftsförderung

Ausgehend von diesen Herausforderungen für die Unternehmen können Handlungsempfehlungen für die unternehmerische Praxis und die Außenwirtschaftsförderung formuliert werden. Für Dienstleister ist die strukturierte Vorbereitung und Vorgehensweise im grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehr und eine entsprechende Strategieentwicklung wichtig. Darüber hinaus gilt es, die Mitarbeiter adäquat vorzubereiten und Prozesse so auszurichten, dass grenzüberschreitende Dienstleistungen erfolgreich erbracht werden können. Schließlich sollten branchenübergreifend Synergieeffekte genutzt werden. An die Adresse der Außenwirtschaftsförderung gerichtet, wird vor allem der Ausbau der dienstleistungsspezifischen Weiterbildungs- und Beratungsangebote empfohlen, um Unternehmen und Mitarbeiter fit für das Auslandsgeschäft zu machen. Zudem sollten Fördermaßnahmen den spezifischen Anforderungen von Dienstleistungen angepasst werden. Darüber hinaus stellt der Ausbau eines adäquaten Unterstützungsangebotes im Zielland eine wichtige Aufgabe dar.

Unsere Empfehlungen für Unternehmen

Strukturiert vorgehen und Strategie entwickeln

- Firmenspezifische Potenzialanalysen
- Formulierung einer Exportstrategie als Bestandteil der Unternehmensstrategie
- Identifikation und Bereitstellung notwendiger Ressourcen und Kapazitäten
- Entwicklung und Monitoring von Dienstleistungsprozessen im Zielland

Mitarbeiter vorbereiten und administrative Prozesse neu ausrichten

- Vorbereitung und Motivation der Mitarbeiter auf den Auslandseinsatz
- Etablierung von Exchange-Programmen
- Inanspruchnahme von bestehenden Angeboten der Wirtschaftsförderung
- Entwicklung und Etablierung von Netzwerken

Branchenübergreifende Synergieeffekte nutzen

- Etablierung von Internationalisierungsnetzwerken im Heimatmarkt
- Gemeinschaftliche Angebote von Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette

Handlungsfelder für die Außenwirtschaftsförderung

Dienstleistungsspezifische Weiterbildungs- und Beratungsangebote entwickeln

- Branchenübergreifende Beratung, Weiterbildung und Best Practices
- Fokus auf Probleme bei der Mitarbeiterentsendung und Vorbereitung des Dienstleistungsverkehrs (z. B. über ein Internetportal)
- Ausbau der Steuer- und Rechtsberatung
- Etablierung branchenübergreifender Plattformen und Lernnetzwerke zum Erfahrungsaustausch und Netzwerken (z. B. Delegationsreisen)

Bestehende Fördermaßnahmen dienstleistungsspezifisch gestalten

- Umfragen zu dienstleistungsspezifischen Herausforderungen
- Optimierung rechtlicher Rahmenbedingungen
- Ausbau des Informationsangebotes
- Ausbau der Digitalisierung
- Abbau von Sprachbarrieren

Unterstützung vor Ort ausbauen

- Unterstützung bei Etablierung von Netzwerken und Geschäftskontakten durch Veranstaltungen
- Länderspezifische Beratung vor Ort
- Weiterbildungen und Schulungen vor Ort
- Temporäre Bereitstellung einer technischen Infrastruktur vor Ort

Ergebnisse in Kürze

Hürde Nr. 1:
Dienstleistungen exportfähig machen

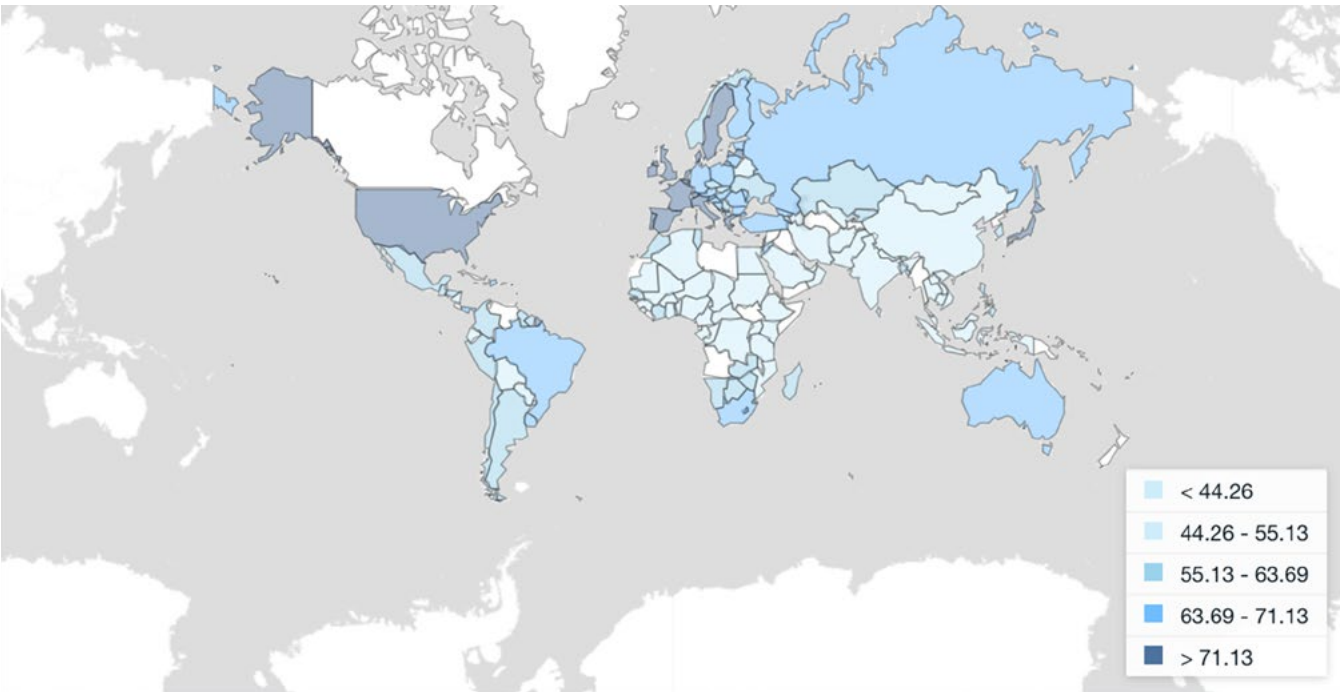
Hindernis Nr. 1:
bürokratische Auflagen bei der Entsendung von Mitarbeitern erfüllen

Herausforderung Nr. 1:
komplexes Steuerrecht im Zielland beachten

1. Dienstleistungen als Basis wirtschaftlichen Wachstums

Weltweit zeigt sich seit Jahren ein deutlicher Trend hin zu einer dienstleistungsbasierten Wirtschaft, der sog. „Service Economy". Diese Entwicklung lässt sich unter anderem an dem Beitrag von Dienstleistungen zur gesamtwirtschaftlichen Wertschöpfung ablesen. Daten der Weltbank verdeutlichen, dass vor allem in wirtschaftlich entwickelten Ländern mit hohem Einkommensniveau Dienstleistungen die Basis der nationalen Wirtschaftskraft darstellen (s. Abbildung 1).

Abb. 1: Prozentualer Anteil von Dienstleistungen an der Bruttowertschöpfung im weltweiten Vergleich



(Quelle: Weltbank 2016); Services, etc., value added (% of GDP)

Auch in Deutschland stellen Dienstleistungen einen zentralen Wirtschaftsfaktor dar. Erfasst im Tertiären Sektor[1], tragen sie deutschlandweit mit etwa 70 % zum Wirtschaftswachstum bei (s. Abbildung 2). Allein in 2015 wurden 1.878,36 Milliarden Euro mit Dienstleistungen erwirtschaftet.[2]

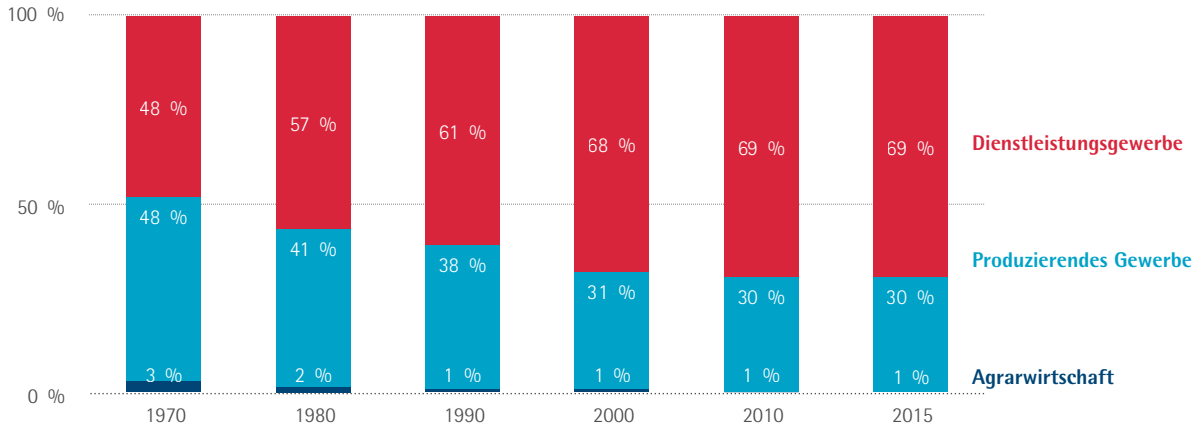
Bayern stellt nicht nur innerhalb Deutschlands, sondern darüber hinaus auch auf europäischer Ebene eine der wirtschaftsstärksten Regionen dar. Der Grund hierfür liegt unter anderem in der prosperierenden Dienstleistungswirtschaft, die seit Jahren konstant an Bedeutung gewinnt.[3] Der Tertiäre Sektor ist ein bedeutender Arbeitgeber, in dem jährlich ein Großteil neuer Arbeitsplätze geschaffen wird. Insbesondere die Wachstumsraten von wissens- und technologieintensiven Unternehmensdienstleistungen weisen auf zukünftig positive Entwicklungen auf dem Arbeitsmarkt hin.[4]

Die zentrale Rolle Bayerns als Dienstleistungsstandort innerhalb Deutschlands wird in Abb. 3 deutlich. Die Übersicht zeigt den mit Dienstleistungen erwirtschafteten Umsatz und damit die wirtschaftliche Bedeutung des Dienstleistungsgewerbes in den jeweiligen Bundesländern. Die Zahlen stellen heraus, dass das bayerische Dienstleistungsgewerbe hinter Nordrhein-Westfalen zu den umsatzstärksten in Deutschland gehört.

---

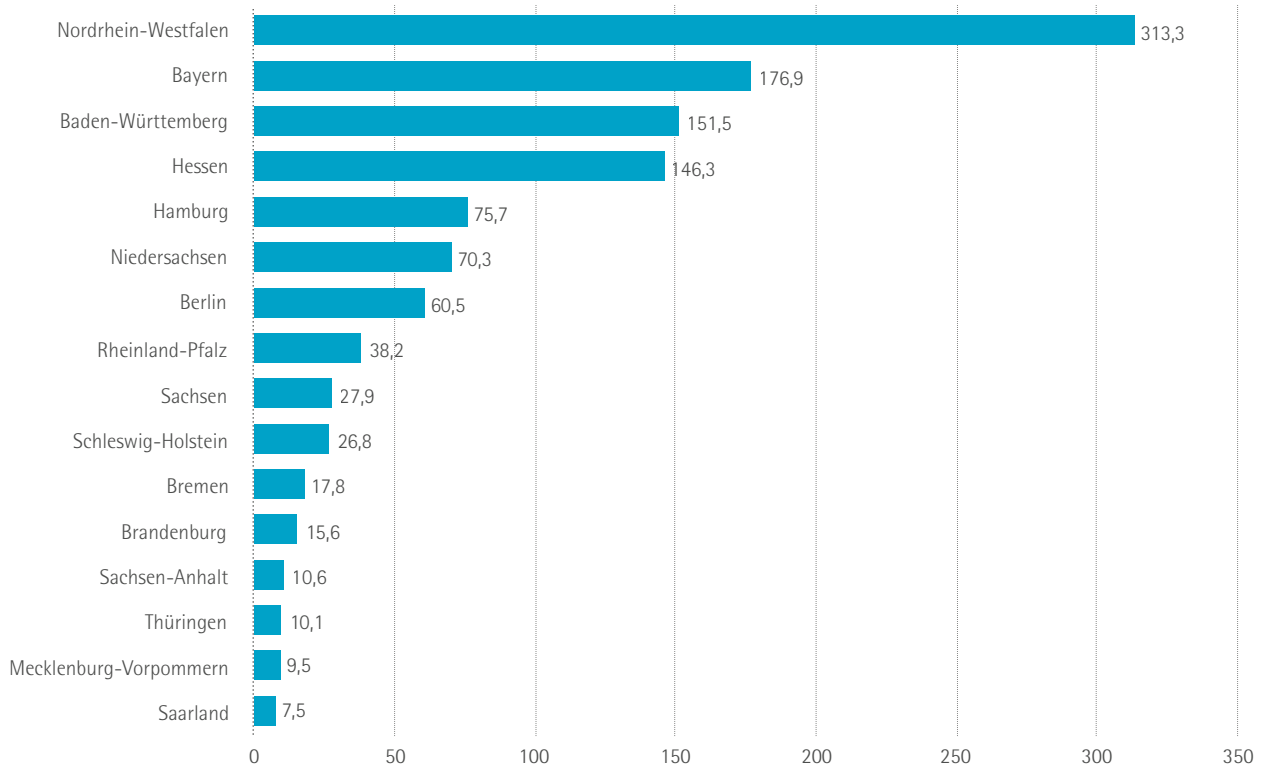
1 *In diesem Bericht wird der Begriff Sekundärer Sektor synonym für das produzierende Gewerbe verwendet. Der Begriff Tertiärer Sektor wird als Synonym für das Dienstleistungsgewerbe herangezogen.*
2 *Statistisches Bundesamt (2016)*
3 *IHK für München und Oberbayern (2009)*
4 *IHK für München und Oberbayern (2009)*

Abb. 2: Prozentuale Zusammensetzung der Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen in Deutschland (1970–2015)



(Quelle: Statistisches Bundesamt 2016)

Abb. 3: Umsatz (in Mrd. EUR) von Dienstleistungsunternehmen in Deutschland in 2014



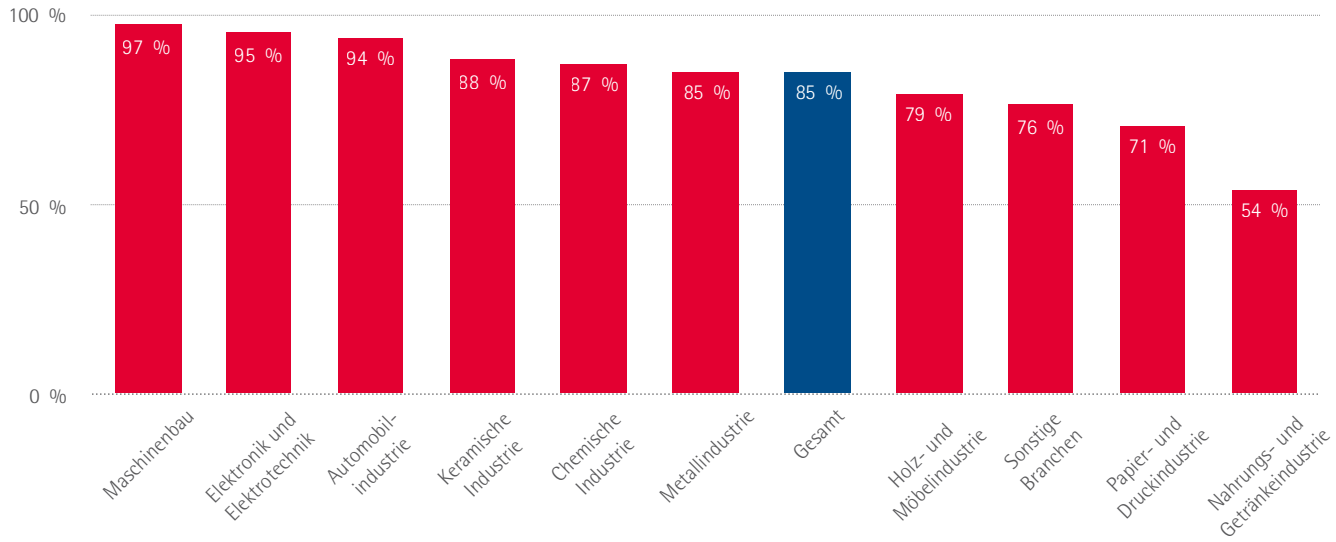
(Quelle: Statistische Ämter des Bundes und der Länder 2016)

Bedeutungszuwachs industrieller Dienstleistungen

Die zunehmende Bedeutung von Dienstleistungen spiegelt sich auch im produzierenden Gewerbe wider. Immer mehr Betriebe des Sekundären Sektors bieten begleitend zum Produktportfolio Dienstleistungen an, u.a. Entwicklungs- und Beratungsleistungen, Montage und Instandhaltung, Wartung und Reparaturen, Dokumentation. Industrielle Dienstleistungen werden vermehrt im Rahmen von „Industrie 4.0" oder „Smart Services" diskutiert.[5]

Statistisch wird die wirtschaftliche Bedeutung industrieller Dienstleistungen nur selten erfasst, da ihre wirtschaftliche Aktivität derzeit im Sekundären Sektor subsumiert wird. Abbildung 4 bietet jedoch einen Einblick in die wirtschaftliche Bedeutung von Dienstleistungen innerhalb des produzierenden Gewerbes. So liegt die durchschnittliche Anbieterquote von Dienstleistungen innerhalb des deutschen produzierenden Gewerbes bei 85 %.[6]

Abb. 4: Anbieterquote von Dienstleistungen im Sekundären Sektor nach Branchen in Deutschland (2012)



(Quelle: Lerch et al. 2013)

Bedeutung grenzüberschreitender Dienstleistungsaktivitäten

Neben der Service Economy stellt die Globalisierung einen bedeutsamen Trend dar, der unterschiedliche Bereiche (u.a. Wirtschaft, Politik, Umwelt und Kommunikation) beeinflusst. Die Globalisierung wirkt sich auch auf die grenzüberschreitenden Dienstleistungsaktivitäten aus, welche im Vergleich zum Warenexport schneller und stärker zugenommen haben (s. Tabelle 1). In den USA stieg das Exportvolumen von Dienstleistungen in den Jahren 2013 bis 2014 von 687,41 Mio. US Dollar um 3,2 % auf 709,45 Mio. US Dollar an. Auch in Deutschland zeigt sich eine positive Entwicklung. Betrug das Exportvolumen von Dienstleistungen im Jahr 2013 noch 260,75 Mio. US Dollar, so stieg es bis 2014 auf 271,48 Mio. US Dollar an und verzeichnet somit ein Wachstum von 4,1 %.[7]

---

5 *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016)*
6 *Lerch et al. (2013)*
7 *Trade Map (2016)*

Tabelle 1: Kennzahlen zum Dienstleistungs- und Warenexport im Vergleich

	DIENSTLEISTUNGSEXPORT IN MIO. US DOLLAR		WARENEXPORT IN MIO. US DOLLAR		DIFFERENZ DIENST-LEISTUNGSEXPORT	DIFFERENZ WARENEXPORT
	2013	2014	2013	2014		
USA	687,41	709,45	1.577,59	1.619,74	3,21 %	2,67 %
China	208,05	233,51	2.209,01	2.342,34	12,24 %	6,04 %
Frankreich	254,86	268,40	581,03	580,46	5,31 %	-0,10 %
UK	316,44	341,52	548,04	511,15	7,93 %	-6,73 %
Estland	6,30	6,79	18,29	17,57	7,78 %	-3,94 %
Deutschland	260,75	271,48	1.450,95	1.498,16	4,12 %	3,25 %

(Quelle: Trade Map 2016)

Auch bayerische Unternehmen erbringen Dienstleistungen zunehmend im Ausland. Es handelt sich dabei vor allem um Dienstleistungen des produzierenden Gewerbes[8], welche insbesondere in einer globalisierten Wirtschaft als zentrale Wegbereiter für grenzüberschreitende Wirtschaftsaktivitäten gelten. Die globale Nachfrage nach lösungsorientierten Beratungs- und Projektierungsleistungen induziert häufig eine weiterführende Nachfrage und Folgeaufträge an Industrie und Handwerk.[9]

Motivation zur Studie und Struktur des Berichts

Aufgrund der räumlichen Nähe und der politischen Rahmenbedingungen stellt der europäische Binnenmarkt für deutsche Dienstleistungsanbieter einen attraktiven Zielmarkt dar.[10] Dank des 1992 geschaffenen Binnenmarktprogramms konnten Hindernisse des freien Dienstleistungsverkehrs abgebaut werden. Es wurde insbesondere der Export für Finanz-, Transport-, und Postdienstleistungen erleichtert, sowie im Bereich Telekommunikation viele Fortschritte zum Abbau bestehender Markteintrittsbarrieren erreicht.[11]

Dennoch sehen sich Unternehmen beim Export von Dienstleistungen mit zahlreichen Herausforderungen konfrontiert. Grund hierfür sind spezifische Herausforderungen, die auf die charakteristischen Merkmale von Dienstleistungen zurückzuführen sind. Sie sind schwer greifbar (immateriell/ intangibel) und nicht lagerfähig, werden in Interaktion mit dem Kunden erbracht und sind stark personengebunden. Darüber hinaus sind Dienstleitungen nur schwer zu standardisieren, da sie oftmals individuell auf den Kunden zugeschnitten sein müssen.

Um dennoch das Potenzial des internationalen Dienstleistungsverkehrs voll auszuschöpfen, ist es von großer Bedeutung, den Stand des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs in Bayern in Bezug auf globale Herausforderungen zu betrachten. Durch eine Analyse der Hemmnisse des Dienstleistungsexports bayerischer Unternehmen im Binnenmarkt der Europäischen Union können Empfehlungen für die unternehmerische Praxis und die Außenwirtschaftsförderung abgeleitet werden. Diese leisten einen wichtigen Beitrag für das wirtschaftliche Wachstum Bayerns und die wirtschaftliche Zusammenarbeit innerhalb der Europäischen Union.

Der vorliegende Bericht gibt zunächst einen Überblick über Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs. Daran schließt sich in Form von Zahlen und Fakten die Darstellung des aktuellen Stands des Dienstleistungsexports an. Dabei wird zwischen Dienstleistungen des Tertiären Sektors und Dienstleistungen des Sekundären Sektors differenziert. In den abschließenden Kapiteln werden basierend auf den gewonnenen Erkenntnissen Implikationen für Unternehmen und die Außenwirtschaftsförderung abgeleitet.

8 *IHK München für München und Oberbayern (2009)*
9 *Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016)*
10 *Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015)*
11 *Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V. (2014)*

2. Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs

Durch die Globalisierung haben sich im Warenexport über Jahre Außenhandelsbeziehungen entwickelt, welche auch die ausländische Nachfrage nach korrespondierenden Dienstleistungen steigen lassen.[12] Um diese Nachfrage zu bedienen und neue Märkte zu erschließen, streben mehr und mehr Unternehmen den Export ihrer Dienstleistungen an. Dieser ist jedoch mit zahlreichen Herausforderungen verbunden.

Auf Basis von Expertengesprächen mit bayerischen Unternehmern und einer ausführlichen literaturbasierten Recherche konnten drei zentrale Handlungsfelder identifiziert werden: die Vorbereitung des Dienstleistungsexports, die Entsendung der Mitarbeiter, sowie durch Bürokratie verursachte Herausforderungen im Zielland. Im Folgenden werden diese Handlungsfelder näher erläutert.

Hürden bei der Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs

Eine zentrale Herausforderung stellt **die mangelhafte Exportfähigkeit der angebotenen Dienstleistungen** dar. So wird die Exportfähigkeit u.a. durch eine starke regionale Ausrichtung von Dienstleistungsunternehmen verhindert. Darüber hinaus ist die Erbringung vieler Dienstleistungen sehr personalintensiv. Dementsprechend stellt die Bereitstellung von zusätzlichen **Kapazitäten für das Auslandsgeschäft** oftmals einen kritischen Faktor während der Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs dar.[13] Ergänzend wird der **Fachkräftemangel im Zielland** als hemmender Faktor hinsichtlich der Exportabsichten bayerischer Dienstleistungsunternehmen genannt. Die vor Ort benötigten Kapazitäten müssen oftmals durch eigene Arbeitskräfte aufgebracht werden und können nicht durch Arbeitskräfte im Zielland ersetzt werden.

Darüber hinaus stellen **unkalkulierbare Finanzierungsrisiken** für viele Unternehmen eine Herausforderung bei der Aufnahme grenzüberschreitender Dienstleistungsaktivitäten dar.[14] Ferner werden die Vertragsgestaltung nach ausländischem Recht, sowie arbeits- und steuerrechtliche Aspekte von vielen Dienstleistungsunternehmen als Unsicherheitsfaktoren genannt. Somit stellt die **mangelhafte Rechtssicherheit** in der Vorbereitung des Dienstleistungsexports ebenfalls eine Herausforderung dar.[15]

Ob die eigene Dienstleistung im Zielmarkt angeboten werden kann und auch nachgefragt wird, ist aus Unternehmenssicht oft schwer abzuschätzen. Marktspezifische Informationen sind daher von zentraler Bedeutung. Da die Beschaffung dieser Informationen meist zeit- und kostenintensiv ist, stellt die **unzureichende Information über das Zielland**, z.B. hinsichtlich rechtlicher Bestimmungen, bereits in der Vorbereitung des Dienstleistungsexports eine Herausforderung dar.[16] Zudem fällt es Dienstleistungsunternehmen schwer, Geschäftskontakte aufzubauen, wenn sie zuvor noch nicht grenzüberschreitend aktiv waren. Folglich verfügen viele Dienstleistungsunternehmen über **kein vertrauenswürdiges Netzwerk vor Ort**, was in der Vorbereitung des Dienstleistungsexportes als Hindernis wahrgenommen wird.[17]

Um den Vertrieb und die Vermarktung der angebotenen Dienstleistungen den Marktanforderungen entsprechend zu gestalten, spielen Vertriebsstrukturen eine zentrale Rolle.[18] Das **Fehlen von Vertriebsstrukturen im Zielland** stellt daher eine weitere Herausforderung in der Vorbereitung des Dienstleistungsexports dar. Schließlich ist der **Wettbewerb im Zielland** ein weiteres Hindernis in der Vorbereitung des Dienstleistungsexports, der von vielen Unternehmen als schwer einschätzbar wahrgenommen wird.

---

12 Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V. und Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (2009)
13 Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (2007)
14 Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (2007)
15 Handelskammer Hamburg (2008)
16 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015); Handelskammer Hamburg (2008)
17 Handelskammer Hamburg (2008; Germany Trade & Invest (2016)
18 Handelskammer Hamburg (2008)

Hindernisse bei der Entsendung von Mitarbeitern

Neben den Herausforderungen bei der Vorbereitung des Dienstleistungsexports treten für Dienstleistungsunternehmen auch während des Exports vielfältige Hindernisse auf. Insbesondere hinsichtlich der Entsendung von Mitarbeitern konnten dringliche Handlungsfelder identifiziert werden.

Hierbei stellt die **Komplexität des Meldeverfahrens für Mitarbeiter** eine zentrale Herausforderung dar. Mitarbeiter müssen in den entsprechenden Institutionen im Ausland behördlich gemeldet werden. Hierfür ist unter Umständen zunächst eine Beantragung entsprechender Dokumente erforderlich. Die Regelungen zu Meldepflichten sind hierbei länderspezifisch und in fremder Sprache.[19]

Die **Erfüllung von rechtlichen und bürokratischen Auflagen** wird von den befragten Experten als Hindernis während des Dienstleistungsexports wahrgenommen. Spezifische nationale Anforderungen, insbesondere **komplexe Vorschriften zum Arbeitsschutz** und **komplexe Vorschriften zu geltenden Löhnen und Gehältern** im Zielland wurden als kritische Faktoren benannt. So sind in der Regel länderspezifische Arbeitsschutzmaßnahmen zu garantieren und entsprechend nachzuweisen, um nicht mit hohen Bußgeldern belegt zu werden. Hinzu kommen undurchsichtige und zum Teil konkurrierende Tarifverträge.[20]

Darüber hinaus ist die **Anerkennung von Qualifikationen, Zertifikaten und Dokumenten** ein zentrales Hindernis während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs. Privatwirtschaft und Verbände der Arbeitgeber- und Arbeitnehmerschaft fokussieren sich auf landesspezifische Zertifizierungen, sodass eine entsprechende Anerkennung nur mit einem hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand zu erreichen ist.[21] Zudem führen Auslandseinsätze zu **Auswirkungen auf Steuer- und Sozialversicherungspflicht der Mitarbeiter in Deutschland**, wodurch die Komplexität im Entsendungsverfahren der Mitarbeiter weiter zunimmt.

Interkulturelle Kompetenzen der Mitarbeiter werden ebenso wie die **Fremdsprachenkenntnisse der Mitarbeiter** als weitere Herausforderungen des Entsendungsverfahrens genannt. Dabei fällt vor allem die mangelhafte Verfügbarkeit englischsprachiger Dokumente und englischsprachiger Informationen ins Gewicht. Offizielle Dokumente und behördliche Unterlagen sind bislang in einem Großteil der Länder nur in der jeweiligen Landessprache verfügbar.[22] Auch die **Motivation der Mitarbeiter für den Auslandsaufenthalt** stellt viele Unternehmen vor Herausforderungen.

Herausforderungen während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs durch Bürokratie vor Ort

Neben den Herausforderungen im Rahmen der Entsendung der Mitarbeiter führt vor allem die Bürokratie zu Hindernissen während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs.

Zum einen nehmen viele Dienstleistungsunternehmen eine **Benachteiligung bei Ausschreibungen im Zielland** als hemmenden Faktor wahr. Grund hierfür sind vor allem intransparente Ausschreibungsverfahren, sowie langwierige und komplexe Vergabeverfahren.[23] Während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs führen zudem die **schlechte Erreichbarkeit des Geschäftspartners im Zielland** sowie die mangelhafte **personelle Unterstützung vor Ort** bei vielen Dienstleistungsunternehmen zu Komplikationen.[24]

---

19 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015)
20 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015); Handelskammer Hamburg (2008)
21 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015)
22 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015); Handelskammer Hamburg (2008)
23 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015)
24 Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015); Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (2007)

Weitere bürokratisch bedingte Hindernisse sind der mangelhafte **Schutz des geistigen Eigentums im Zielland**, der **Zwang zur Niederlassung im Zielland**, sowie das **komplexe Steuerrecht**. Insbesondere der bürokratische Aufwand bei der Umsatzsteuer stellt für viele klein- und mittelständische Unternehmen eine große Herausforderung dar, ebenso wie die komplexen Formalien und bürokratischen Hürden bei Vorsteuer-Vergütungsverfahren. Darüber hinaus sieht die Rechtspraxis in vielen Mitgliedsstaaten der Europäischen Union die Gründung einer Niederlassung im Zielland als Voraussetzung für einen Dienstleistungsexport vor.[25]

Allgemein werden vor allem **zeitliche Verzögerungen durch Bürokratie im Zielland** als hemmende Faktoren empfunden. Darüber hinaus sehen Unternehmen die eingeschränkte **Verfügbarkeit der notwendigen technischen Infrastruktur vor Ort** als problematisch. Darüber hinaus wird der Import eigener Arbeitsmittel (z.B. technische Infrastruktur) erschwert, da die Arbeitsmittel spezifische Zertifizierungs- und Zulassungsverfahren durchlaufen müssen.

Hinzu kommt, dass in vielen Ländern **Meldeverfahren nicht online** erledigt werden können, sodass auch hier der zu betreibende Aufwand nicht unerheblich ist. Und selbst in Ländern, in denen Online-Meldeverfahren installiert sind, ist die Funktionalität beispielsweise aufgrund von Sprachbarrieren meist nicht gegeben.[26]

Studie zu Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs

Die bisher gewonnenen Erkenntnisse zeigen, dass eine international aktive Dienstleistungswirtschaft von grundlegender Bedeutung für das wirtschaftliche Wachstum für Bayern und seine Unternehmen ist. Im Rahmen von Expertengesprächen und Literaturrecherchen konnten zahlreiche und vielfältige Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs herausgearbeitet werden. Um die hierbei gewonnenen Erkenntnisse in der Unternehmenspraxis zu evaluieren, wurde eine bayernweite Studie erstellt. Die Methodik und die Ergebnisse der Studie werden im Folgenden vorgestellt. Diese Vorgehensweise erlaubt es, Empfehlungen für Unternehmen ebenso wie für die Wirtschaftspolitik abzuleiten.

25 *Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015)*
26 *Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015)*

3. Der Stand des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs in Bayern

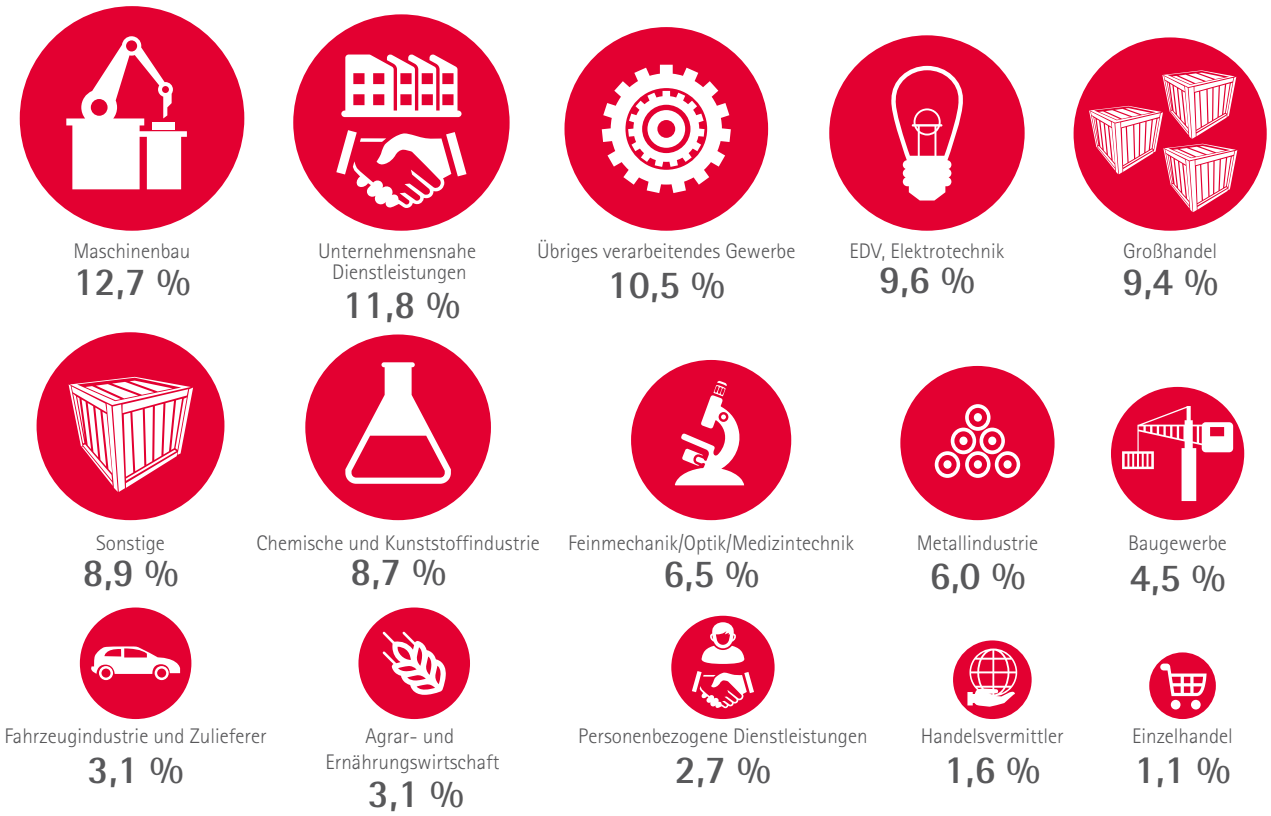
Um den Stand des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs bayerischer Unternehmen zu analysieren, wurde im Rahmen der Studie „Going International Umfrage 2016" eine zusätzliche Untersuchung durchgeführt. Hierbei wurden bayerische Unternehmen zu ihren grenzüberschreitenden Dienstleistungsaktivitäten befragt. Darüber hinaus wurden die Unternehmen zu den Herausforderungen befragt, welche im vorhergehenden Kapitel erläutert worden sind.

Insgesamt beteiligten sich an der Befragung 449 Unternehmen. Die Stichprobe setzt sich zu einem Großteil (62,6 %[27]) aus Unternehmen des produzierenden Gewerbes zusammen (siehe Abbildung 5). Die am stärksten vertretene Branche ist der Maschinenbau (12,7 %). Unter den Unternehmen des Tertiären Sektors beteiligten sich vor allem unternehmensnahe Dienstleistungsunternehmen (11,8 %) an der Befragung.[28]

Anhand der Umsatzzahlen zeigt sich, dass 81 % der befragten Unternehmen einen Umsatz von bis zu 50 Mio. Euro erwirtschaften und somit klein- und mittelständische Unternehmen sind (siehe Abbildung 6). Hinsichtlich der Exportaktivität der befragten Unternehmen kann festgehalten werden, dass 64 % bereits grenzüberschreitend als Dienstleistungsunternehmen aktiv sind. Weitere 5 % der befragten Unternehmen planen derzeit einen Export von Dienstleistungen, waren jedoch zum Zeitpunkt der Befragung noch nicht grenzüberschreitend als Dienstleister aktiv. 31 % der Unternehmen sind nicht im Ausland aktiv und planen derzeit auch keinen Dienstleistungsexport.

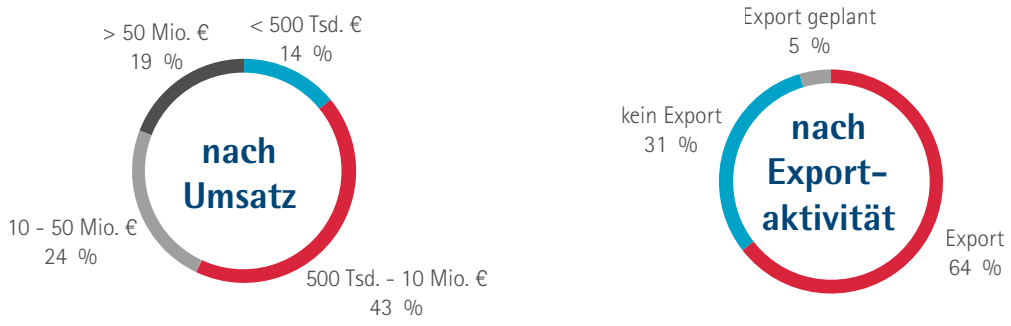
Um Dienstleistungen innerhalb des produzierenden Gewerbes zu erfassen, werden im Folgenden der Tertiäre Sektor (i.e., Dienstleistungsgewerbe) und der Sekundäre Sektor (d.h. das produzierende Gewerbe) gesondert betrachtet. Dies erlaubt es, spezifischere Erkenntnisse hinsichtlich der Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs zu gewinnen.

Abb. 5: Zusammensetzung der Stichprobe nach Branchen



27 *Diese Angabe wurde exklusive der Angabe „Sonstige" berechnet.*
28 *Die Branchenbenennung und -zuordnung erfolgte gemäß „Going International 2016".*

Abb. 6: Zusammensetzung der Stichprobe nach Umsatz und Exportaktivität

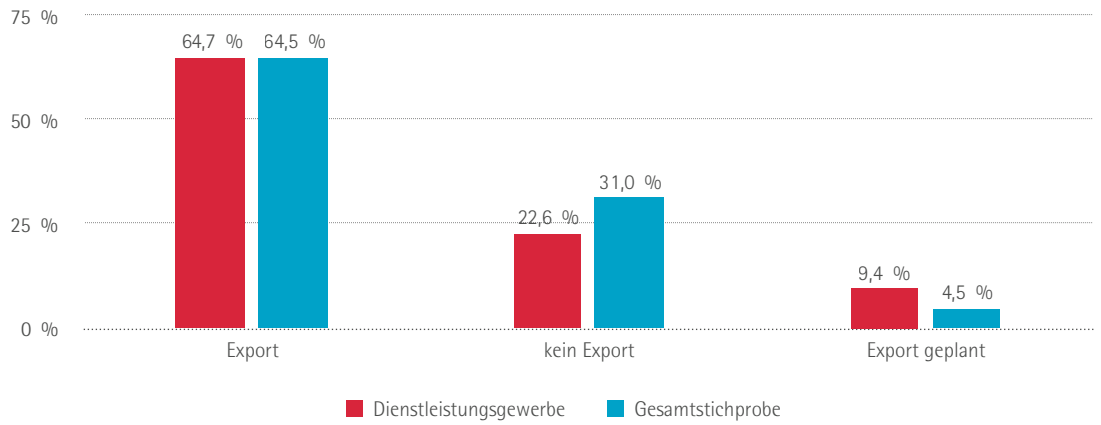


3.1 Grenzüberschreitender Dienstleistungsverkehr des Tertiären Sektors

Exportaktivität

Die Exportaktivität des Tertiären Sektors zeigt, dass mit 64,7 % der Großteil der Dienstleistungsunternehmen bereits grenzüberschreitend aktiv ist. Dies wird ebenfalls durch den vergleichsweise geringen Prozentsatz der Unternehmen verdeutlicht, die nicht exportaktiv sind (22,6 % der Dienstleistungsunternehmen im Teritären Sektor gegenüber 31 % der Unternehmen in der Gesamtstichprobe). Insgesamt zeigt sich hinsichtlich des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs im Tertiären Sektor derzeit ein Trend zu vermehrter Exportaktivität. So planen im Vergleich zur Gesamtstichprobe mehr Dienstleistungsunternehmen, zukünftig im Exportgeschäft aktiv zu werden.

Abb. 7: Exportaktivitäten im Dienstleistungsgewerbe



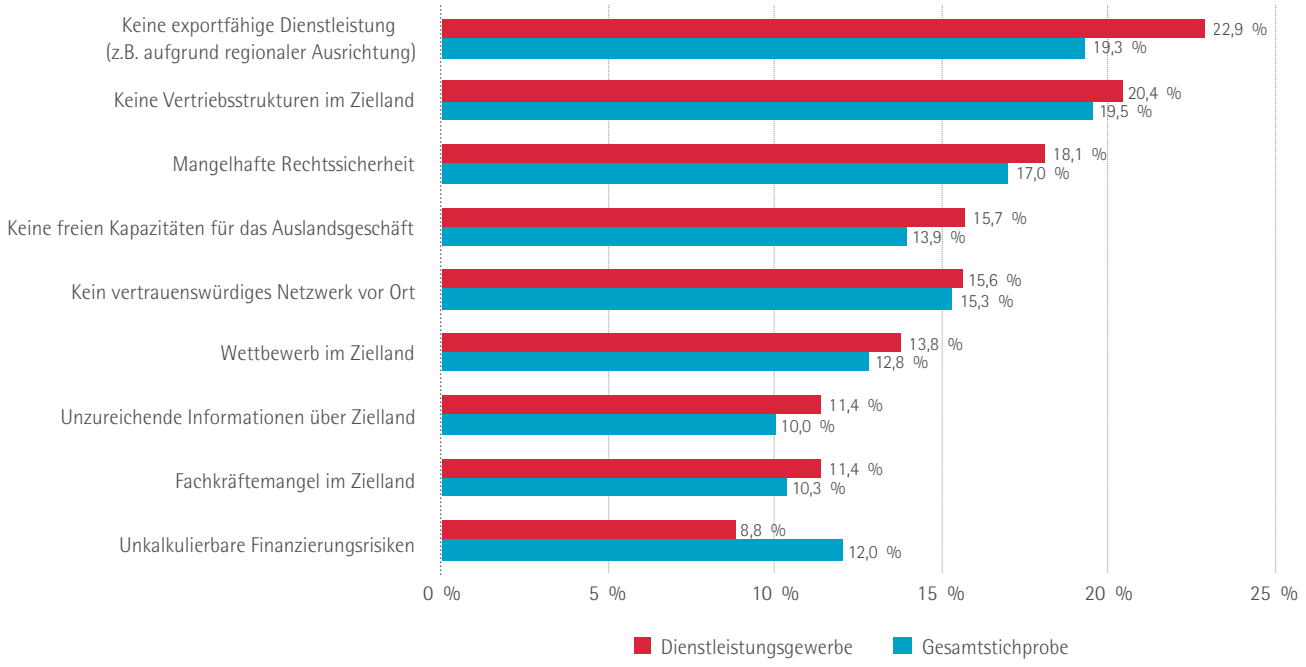
Hürden bei der Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs

Unternehmen nennen vor allem das **Fehlen einer exportfähigen Dienstleistung** als Hemmnis bei der Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs (22,9 %). Darüber hinaus stellen sie die **fehlenden Vertriebsstrukturen** im Zielland (20,4 %) heraus. Vergleichsweise selten werden dagegen unkalkulierbare Finanzierungsrisiken (8,8 %) und der Fachkräftemangel im Zielland (11,4 %) genannt.

Im Vergleich von Unternehmen des Tertiären Sektors und der Gesamtstichprobe zeigt sich, dass die Wahrnehmung in Bezug auf Herausforderungen des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs variiert. So sind für Unternehmen im Dienstleistungssektor die Herausforderungen in der Regel stärker ausgeprägt. Die größten Unterschiede zeigen sich in der mangelhaften Exportfähigkeit von Dienstleistungen und den unkalkulierbaren Finanzierungsrisiken.

Die mangelhafte Exportfähigkeit wird von Unternehmen innerhalb des Tertiären Sektors deutlich häufiger als Herausforderung genannt. Dies ist unter anderem auf die geringe Anzahl an dienstleistungsspezifischen Informationsmaterialien und Weiterbildungsmaßnahmen zu grenzüberschreitenden Dienstleistungsaktivitäten zurückzuführen. Es ist also davon auszugehen, dass bei vielen Unternehmen die notwendige Wissensbasis zur Etablierung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs noch nicht vorhanden ist.

Abb. 8: Herausforderungen bei der Vorbereitung des Dienstleistungsexports



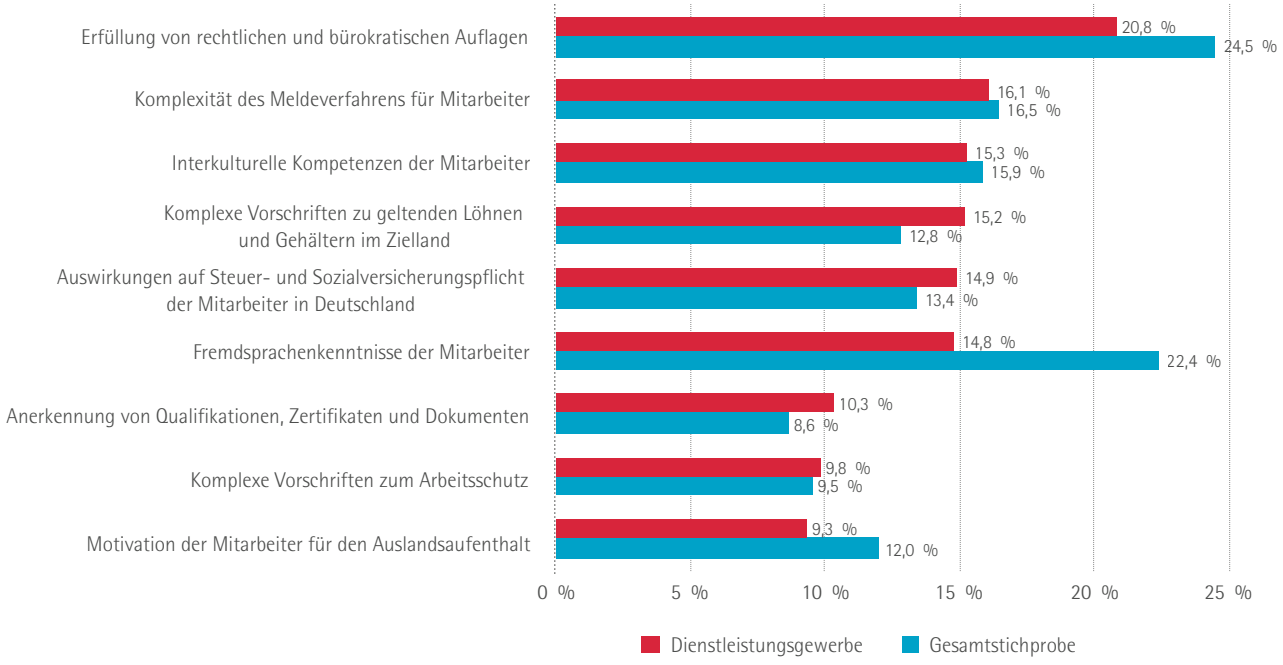
Hinsichtlich der unkalkulierbaren Finanzierungsrisiken zeigt sich, dass Dienstleistungsunternehmen diese Herausforderung seltener nennen als die Gesamtheit der befragten Unternehmen. Dies ist darauf zurückzuführen, dass für die Erbringung vieler dieser Dienstleistungen keine oder geringe Investitionen in eine Niederlassung zu tätigen sind, sodass die hiermit verbundenen Risiken aus finanzieller Sicht als weniger gravierend bewertet werden.

Hindernisse bei der Entsendung von Mitarbeitern

Auffallend ist, dass die Hindernisse des Dienstleistungsexports bei der Mitarbeiterentsendung mit Ausnahme der häufigsten und seltensten Nennungen annähernd gleichmäßig verteilt sind. Dies äußert sich in der prozentualen Anzahl der Nennungen der einzelnen Herausforderungen, welche ähnliche Werte erzielen. Die Erfüllung von **rechtlichen und bürokratischen Auflagen** wird von den meisten Dienstleistungsunternehmen als hemmender Faktor wahrgenommen (20,8 %). Selten hingegen werden die Motivation der Mitarbeiter für den Auslandsaufenthalt (9,3 %), die Komplexität der Vorschriften zum Arbeitsschutz (9,8 %) und die Anerkennung von Qualifikationen, Zertifikaten und Dokumenten (10,3 %) genannt. Alle übrigen Herausforderungen innerhalb des Handlungsfeldes „Entsendung von Mitarbeitern" werden von 14,8 % bis 16,1 % der Unternehmen genannt.

Dadurch wird deutlich, dass insbesondere die Entsendung von Mitarbeitern ein zentrales Handlungsfeld während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs für Unternehmen des Tertiären Sektors darstellt.

Abb. 9: Herausforderungen bei der Entsendung von Mitarbeitern

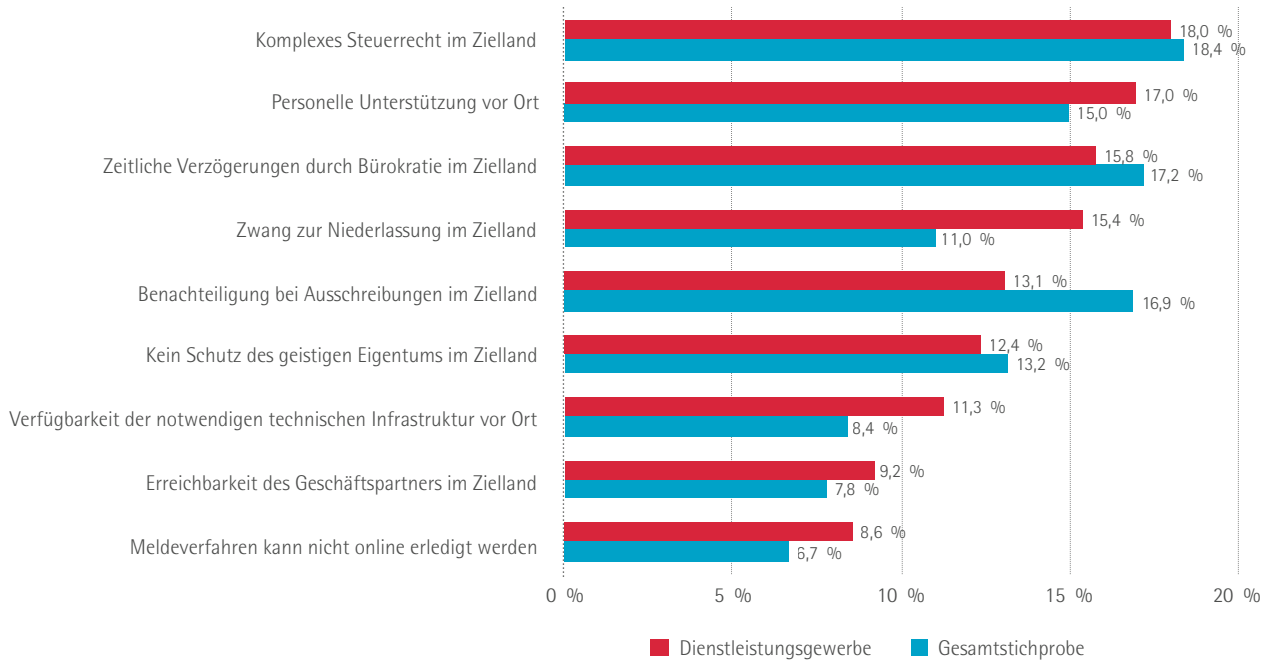


Starke Unterschiede in Bezug auf die Wahrnehmung der Hindernisse im grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehr bei der Mitarbeiterentsendung zeigen sich vor allem in Hinblick auf die **Fremdsprachenkenntnisse der Mitarbeiter**. Während die Fremdsprachenkenntnisse über die Gesamtstichprobe hinweg von 22,4 % der Mitarbeiter als Hindernis genannt werden, nehmen nur 14,8 % der Dienstleistungsunternehmen diese Herausforderung wahr. Ein Grund hierfür kann sein, dass im Vergleich zu technischen Dienstleistungen der Wortschatz weniger spezifisch ist, sodass eine Weiterbildung für die Mitarbeiter entfallen könnte.

Herausforderungen während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs durch Bürokratie vor Ort

In der Betrachtung der bürokratischen Herausforderungen während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs werden vor allem die **Komplexität des Steuerrechts** im Zielland (18 %) und die mangelhafte **personelle Unterstützung vor Ort** (17 %) als hindernde Faktoren genannt. Am seltensten werden die fehlende Option, Meldeverfahren online zu tätigen (8,6 %), und die Erreichbarkeit von Geschäftspartnern im Zielland (9,2 %) genannt.

Abb. 10: Bürokratische Herausforderungen



Die prozentuale Verteilung der bürokratischen Herausforderungen zeigt, dass diese Rubrik im Vergleich zu den beiden anderen identifizierten Handlungsfeldern (Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs und Entsendung von Mitarbeitern während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs) insgesamt weniger Stellenwert bei den befragten Unternehmen hat. Deutlich werden auch Unterschiede in der Nennungshäufigkeit der bürokratisch bedingten Herausforderungen während des Dienstleistungsexports für Unternehmen des Tertiären Sektors. Diese zeigen sich vor allem in Bezug auf den Zwang zur Niederlassung im Zielland und die Benachteiligung bei Ausschreibungen im Zielland.

Während der **Zwang zur Niederlassung** im Zielland von 15,4 % der Unternehmen des Tertiären Sektors als Herausforderung genannt wird, wird dieser Aspekt über die Gesamtstichprobe hinweg von nur 11 % der Unternehmen erwähnt. Dies kann darauf zurückgeführt werden, dass der Großteil der Unternehmen des Dienstleistungsgewerbes personalintensive Leistungen anbietet, die jedoch keiner Niederlassung bedürfen. Damit ist die Gründung einer Niederlassung ein großer bürokratischer Aufwand, der nur selten mit einem entsprechenden Nutzen verbunden ist.

Hinsichtlich der **Benachteiligung bei Ausschreibungen im Zielland** zeigt sich dagegen, dass diese von den Dienstleistungsunternehmen des Tertiären Sektors mit 13,1 % deutlich seltener als Herausforderung genannt wird (Gesamtstichprobe: 16,9 %).

3.2 Grenzüberschreitender Dienstleistungsverkehr des Sekundären Sektors

Dienstleistungen des Sekundären Sektors

Die Potenziale von Dienstleistungen im Sekundären Sektor wurden im deutschen Maschinenbau während der jüngsten Wirtschaftskrise deutlich. So ist die Krisenfestigkeit der Branche vor allem auf die Fokussierung auf Dienstleistungen zurückzuführen.[29] Die Erweiterung des Geschäftsmodells produzierender Unternehmen durch Dienstleistungen wird allgemein mit einer Vielzahl positiver Effekte in Verbindung gebracht. So gehören der Ausbau von Wettbewerbsvorteilen, die Generierung zusätzlichen Wachstums sowie die erhöhte Kundenbindung und Kundeninteraktion zu den Chancen des Dienstleistungsgeschäftes im Sekundären Sektor.[30]

Dieser Trend zur Erweiterung des Geschäftsportfolios in produzierenden Unternehmen durch Dienstleistungen spiegelt sich auch in der Umfrage wieder (siehe Abbildung 11). So geben knapp 73 % der befragten Unternehmen des Sekundären Sektors an, produktbegleitend Dienstleistungen zu erbringen.

Abb. 11: Anbieterquote von Dienstleistungen im produzierenden Gewerbe

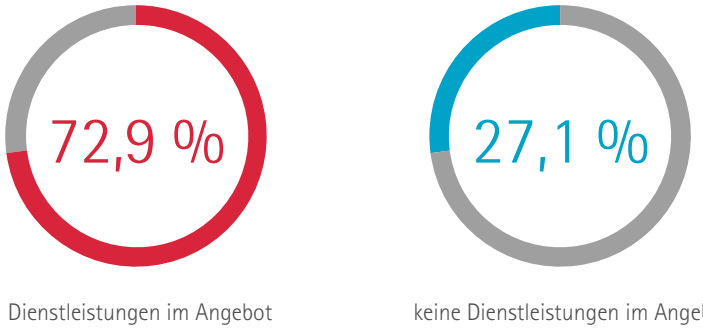
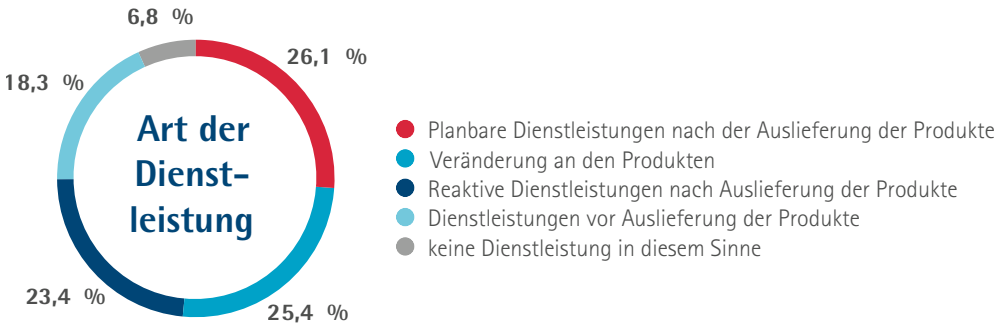
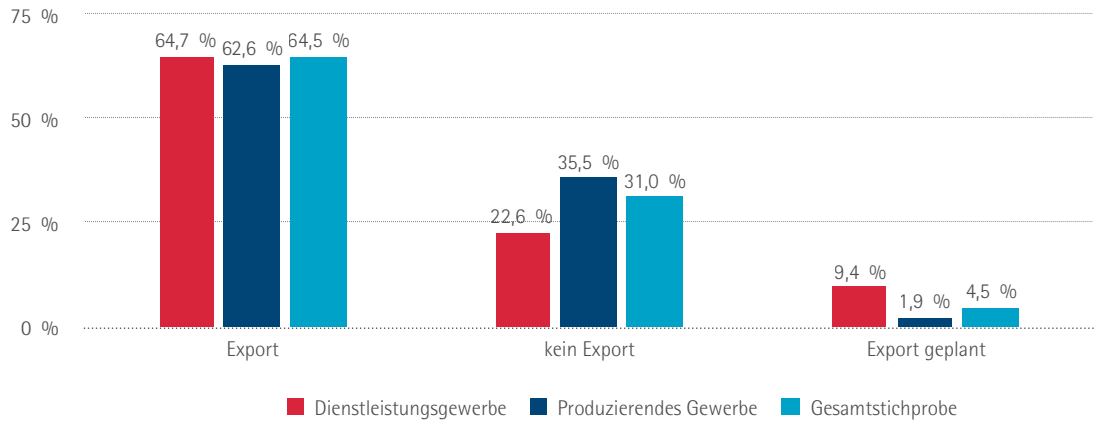


Abb. 12: Art der angebotenen Dienstleistungen im produzierenden Gewerbe



29 *Hogreve (2013)*
30 *Eggert et al. (2014); Reinartz & Ulaga (2008)*

Abb. 13: Exportaktivitäten im Sekundären Sektor



Betrachtet man die Art der angebotenen Dienstleistungen von Unternehmen des Sekundären Sektors, so wird deutlich, dass diese vor allem **planbare Dienstleistungen nach der Auslieferung der Produkte** an den Kunden, wie beispielsweise präventive Wartung (26,1 %) und Veränderungen an den Produkten, wie zum Beispiel Umbauten, Tooling, Retrofitting, Bereitstellung und Fertigung von Ersatzteilen (25,4 %) erbringen (siehe Abbildung 12).

Der Vergleich von Unternehmen des Tertiären und Sekundären Sektors zeigt, dass Dienstleistungsunternehmen mit 64,7 % häufiger grenzüberschreitend als Dienstleister aktiv sind als Unternehmen des Sekundären Sektors (62,6 %). Dies verdeutlicht Abbildung 13. Auch in Bezug auf geplante Exportaktivitäten des Dienstleistungsportfolios wird innerhalb des Sekundären Sektors erkennbar, dass mit 1,9 % lediglich eine geringe Anzahl der Unternehmen zukünftig grenzüberschreitend mit Dienstleistungen aktiv werden möchte. Daraus lässt sich schließen, dass in Bezug auf den Dienstleistungsexport im Tertiären Sektor derzeit eine höhere Dynamik zu beobachten ist, währenddessen im Sekundären Sektor grenzüberschreitende Dienstleistungsaktivitäten bereits etabliert sind.

Hürden bei der Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs

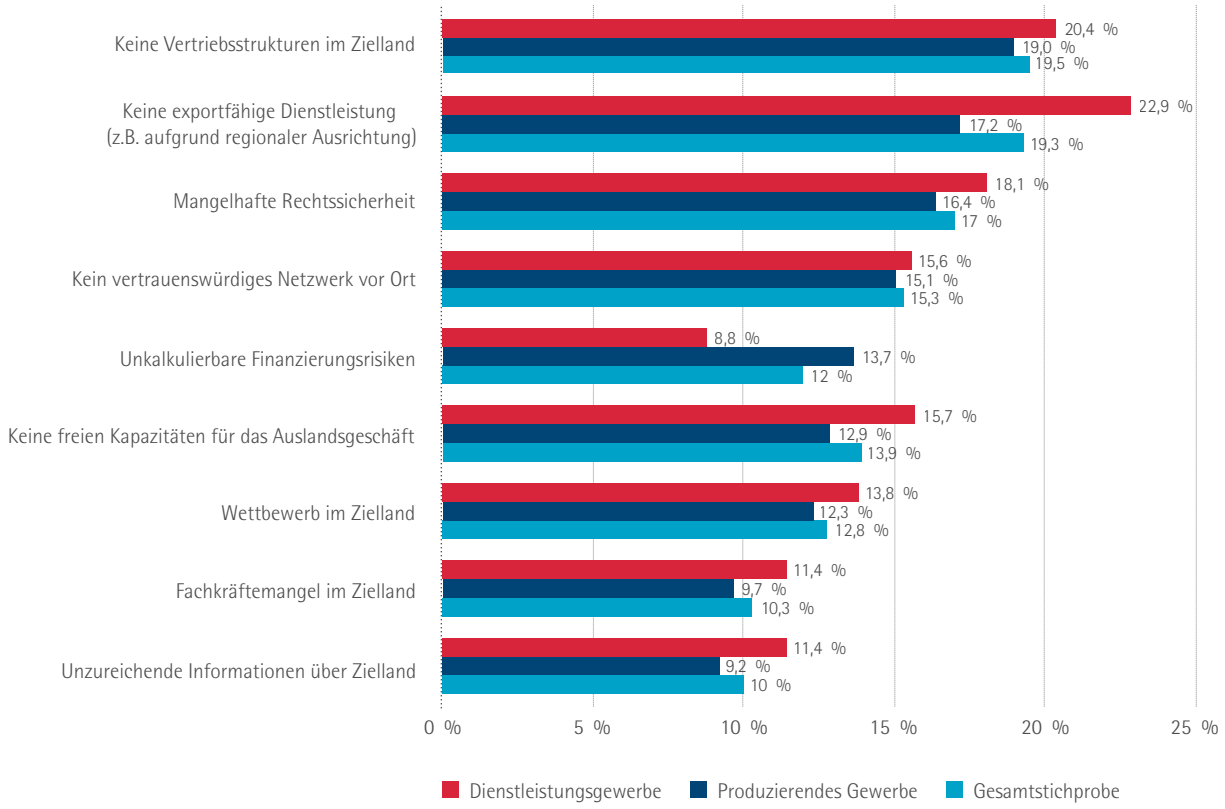
Die Unternehmen des Sekundären Sektors nehmen vornehmlich die **fehlenden Vertriebsstrukturen** (19 %) sowie die mangelhafte **Exportfähigkeit der eigenen Dienstleistungen** (17,2 %) als hindernde Faktoren in der Vorbereitung des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs wahr (siehe Abbildung 14). Selten werden hingegen unzureichende Informationen über das Zielland (9,2 %) und der Fachkräftemangel im Zielland (9,7 %) als Herausforderungen genannt.

Mit Ausnahme der **unkalkulierbaren Finanzierungsrisiken** (13,7 %) werden alle Herausforderungen von Unternehmen des Sekundären Sektors weniger häufig erwähnt als von Unternehmen des Tertiären Sektors. Dies ist mit einer Herausforderung zu begründen, denen Unternehmen des Sekundären Sektors allgemein gegenüberstehen. Die Immaterialität der Dienstleistung (d.h. die erschwerte Greifbarkeit der Leistung) und ihre enge Bindung an das eigentliche Produkt führen dazu, dass die Preisbereitschaft der Kunden in Bezug auf diese Art der Dienstleistung sehr gering ist und oft als „Service", also kostenfreie Beigabe, erwartet werden.[31]

Ein weiterer Unterschied wird in Bezug auf die **mangelhafte Exportfähigkeit der Dienstleistungen** deutlich. Dieser wird von Unternehmen des Sekundären Sektors mit 17,2 % seltener genannt als bei Unternehmen des Tertiären Sektors (22,9 %). Dies deutet darauf hin, dass durch die enge Bindung der Dienstleistung an ein Produkt die Exportfähigkeit gesteigert werden kann.

31 *Witell & Löfgren (2013)*

Abb. 14: Herausforderungen bei der Vorbereitung des Dienstleistungsexports



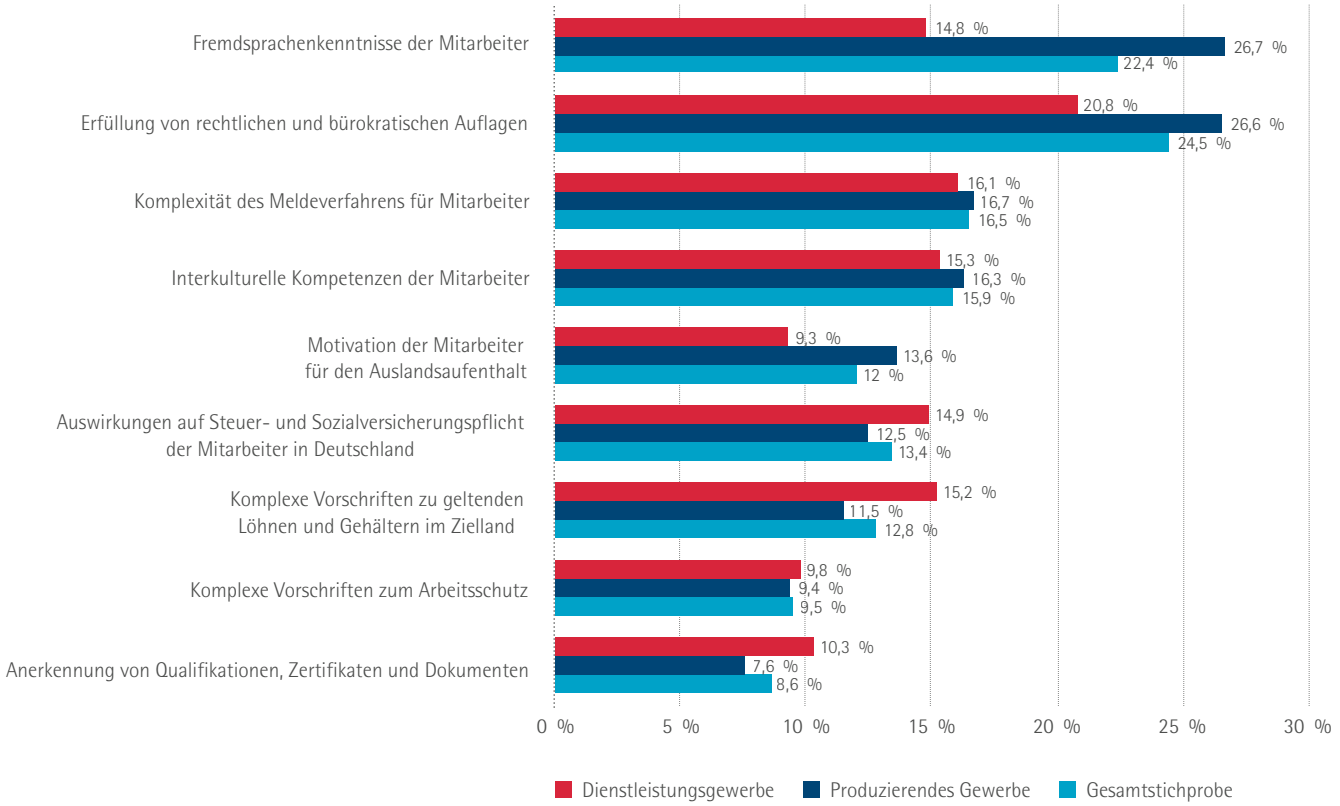
Hindernisse bei der Entsendung von Mitarbeitern

Unternehmen des Sekundären Sektors nehmen bei der Entsendung der Mitarbeiter insbesondere die **Fremdsprachenkenntnisse der Mitarbeiter** (26,7 %) und die **Erfüllung rechtlicher und bürokratischer Auflagen** (26,6 %) als schwerwiegende Hindernisse wahr (siehe Abbildung 15). Seltener werden die Anerkennung von Qualifikationen, Zertifikaten und Dokumenten erwähnt (7,6 %).

Im Vergleich von Unternehmen des Sekundären Sektors und Dienstleistungsunternehmen des Tertiären Sektors zeigt sich, dass die beiden zentralen Herausforderungen des Sekundären Sektors (Fremdsprachenkenntnisse, rechtliche und bürokratische Auflagen) von Unternehmen des Tertiären Sektors weniger oft genannt werden. Hinsichtlich der Fremdsprachenkenntnisse der Mitarbeiter kann dies auf das komplexe, technisch orientierte Vokabular zurückgeführt werden, welches zur Erbringung produktnaher Dienstleistungen innerhalb des Sekundären Sektors essenziell ist. Die häufige Nennung von rechtlichen und bürokratischen Auflagen von dienstleistenden Unternehmen des Sekundären Sektors ist darauf zurückzuführen, dass viele Unternehmen produktbegleitende Dienstleistungen in einem B2B-Kontext erbringen. Diese Dienstleistungen werden von Mitarbeitern des dienstleistenden Unternehmens bei dem Kundenunternehmen vor Ort erbracht, sodass hierbei der Verdacht entstehen kann, dass über Arbeitnehmerüberlassungen agiert wird. Dies kann für die Mitarbeiter zusätzliche bürokratische Hürden zur Folge haben.[32]

32 *Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015); Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (2013)*

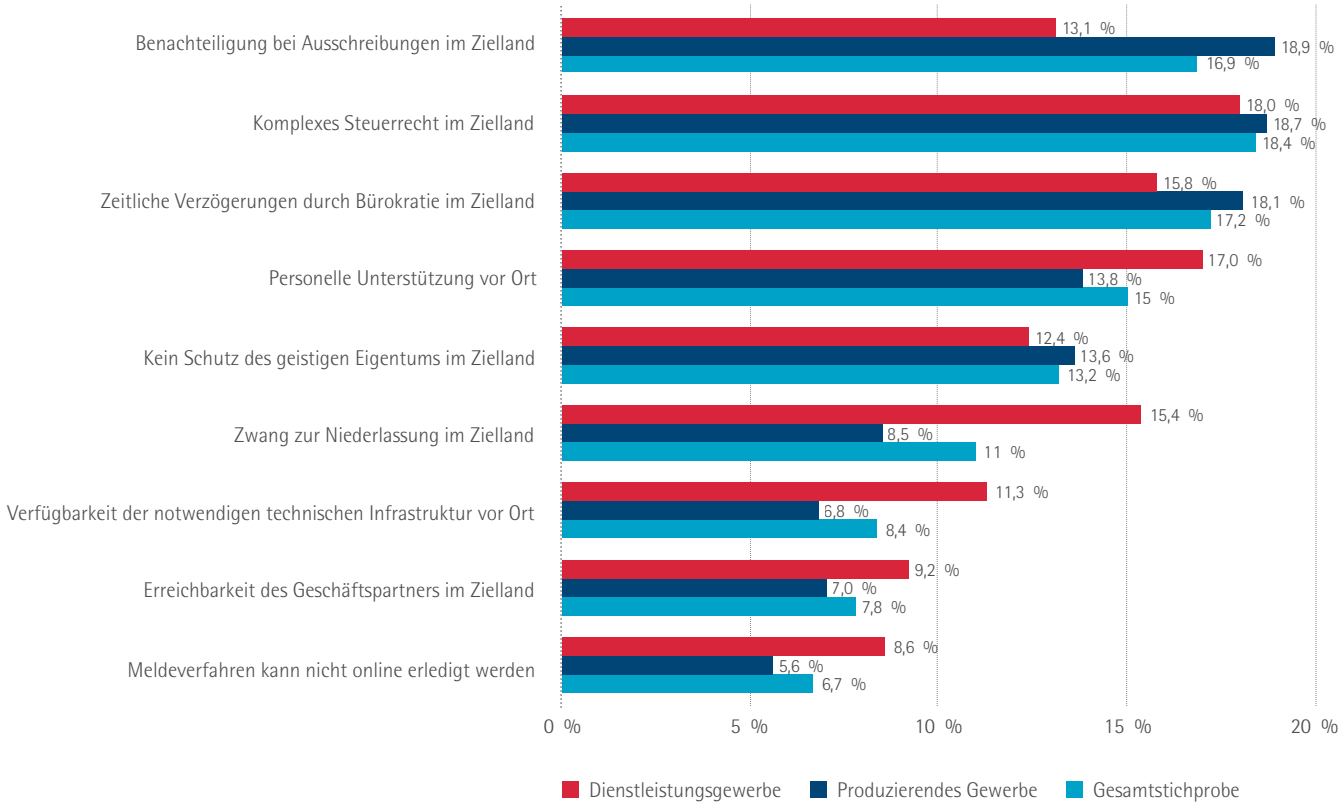
Abb. 15: Herausforderungen bei der Entsendung von Mitarbeitern



Herausforderungen während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs durch Bürokratie vor Ort

Die Herausforderungen während des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs durch Bürokratie veranschaulicht Abbildung 16. Sie entstehen für Unternehmen des Sekundären Sektors vor allem durch die **Benachteiligung bei Ausschreibungen** im Zielland (18,9 %) und das **komplexe Steuerrecht im Zielland** (18,7 %). Weniger häufig als Herausforderung werden von Unternehmen des Sekundären Sektors die mangelhafte Digitalisierung von Meldeverfahren (5,6 %) und die Verfügbarkeit der technischen Infrastruktur vor Ort genannt (6,8 %).

Abb. 16: Bürokratische Herausforderungen



Die stärkere Ausprägung der Herausforderung **Benachteiligung bei Ausschreibungen im Zielland** ist mit der Tatsache zu begründen, dass produzierende Unternehmen sich häufiger an Ausschreibungen beteiligen als Dienstleistungsunternehmen. Hinsichtlich der Herausforderungen, welche die **Komplexität des Steuerrechts im Zielland** mit sich bringt ist festzuhalten, dass Unternehmen des Sekundären Sektors meist nur schwer eine Bepreisung der Dienstleistungen vornehmen können. Diese Leistungen werden oftmals mit dem Produkt verrechnet, sodass eine Rechnungstellung über einzelne erbrachte Dienstleistungen nur schwer möglich ist. Dies wiederum führt zu bürokratischen Hürden, insbesondere im Bereich des Steuerrechts.

Der **Zwang zur Niederlassung im Zielland** wird von Unternehmen des Tertiären Sektors mit 15,4 % als schwerwiegender wahrgenommen als von Unternehmen des Sekundären Sektors (8,5 %). Dies ist darauf zurückzuführen, dass viele Unternehmen des Sekundären Sektors bereits im grenzüberschreitenden Warenverkehr tätig sind und bereits Niederlassungen gegründet haben. Diese können als Ausgangsbasis für die Erbringung von Serviceleistungen genutzt werden.

4. Empfehlungen für Unternehmen

Die Ergebnisse zeigen, dass viele bayerische Unternehmen bereits grenzüberschreitend als Dienstleister aktiv sind. Um die Potenziale der Internationalisierung im Dienstleistungsgeschäft besser zu erschließen, können auf Basis der im Rahmen der Studie gewonnenen Erkenntnisse Handlungsempfehlungen formuliert werden (siehe Abbildung 17).

Abb. 17: Empfehlungen für Unternehmen

STRUKTURIERTES VORGEHEN UND STRATEGIE ENTWICKELN

- Firmenspezifische Potenzialanalysen
- Formulierung einer Exportstrategie als Bestandteil der Unternehmensstrategie
- Identifikation und Bereitstellung notwendiger Ressourcen und Kapazitäten
- Entwicklung und Monitoring von Dienstleistungsprozessen im Zielland

MITARBEITER VORBEREITEN UND ADMINISTRATIVE PROZESSE NEU AUSRICHTEN

- Vorbereitung und Motivation der Mitarbeiter auf den Auslandseinsatz
- Etablierung von Exchange-Programmen
- Inanspruchnahme von bestehenden Angeboten der Wirtschaftsförderung
- Entwicklung und Etablierung von Netzwerken

BRANCHENÜBERGREIFENDE SYNERGIEEFFEKTE NUTZEN

- Etablierung von Internationalisierungsnetzwerken im Heimatmarkt
- Gemeinschaftliche Angebote von Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette

Strukturiertes Vorgehen und Strategieentwicklung

Die Basis für erfolgreiche grenzüberschreitende Dienstleistungsaktivitäten stellen eine strukturierte Vorgehensweise bei der Vorbereitung sowie die Entwicklung einer dienstleistungsspezifischen Internationalisierungsstrategie dar. Um dies zu erreichen sollten Unternehmen zunächst **entsprechende Markt- und Umfeldanalysen durchführen**, um firmen-, markt- und länderspezifische Potenziale und Risiken des grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehrs zu bewerten. Mögliche Instrumente zur internen und externen Analyse stellen hier SWOT-[33] und PESTEL-Analysen (siehe Abbildung 18) dar.

33 *Eine Darstellung der Vorgehensweise einer SWOT-Analyse findet sich bei der IHK Frankfurt am Main (2009).*

Abb. 18: PESTEL-Analyse

Political | politisches Umfeld
z.B. Regierungshaltung, politische Stabilität
Economic | ökonomisches Umfeld
z.B. Wohlstands- und Einkommensverteilung, Währungsstabilität, Wechselkurse
Social-cultural | soziokulturelles Umfeld
z.B. Konsumentenverhalten, Bildungsstand, Einstellungen gegenüber ausländischen Unternehmen und Mitarbeitern, Arbeitseinstellungen
Technological | technologisches Umfeld
z.B. Kapazität und Stabilität der Energieversorgung, Transportinfrastruktur, Zuliefererstruktur
Environmental | ökologisches Umfeld
z.B. natürliche Ressourcen, Umweltqualität
Legal | rechtliches Umfeld
z.B. regionale Gesetzgebung

Aufbauend auf Potenzialanalysen gilt es, eine **Exportstrategie zu erarbeiten und als Bestandteil der Unternehmensstrategie zu formulieren**. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Strategie eine Vision und damit langfristige Ziele formuliert. Diese Formulierung der Unternehmensvision in Bezug auf die Internationalisierungsaktivitäten ist hierbei eindeutig zu gestalten, da die formulierte Strategie bei Entscheidungen immer eine klare Richtung vorgeben soll.

Entsprechend der formulierten Strategie zum grenzüberschreitenden Dienstleistungsverkehr sollten innerhalb des Unternehmens **notwendige Ressourcen sowie Kapazitäten identifiziert und bereitgestellt werden**. Zeitgleich gilt es, proaktiv Geschäftskontakte im In- und Ausland aufzubauen. Dies ermöglicht eine Zusammenarbeit mit lokalen Partnern, welche bereits in der Vorbereitung des Dienstleistungsexports wichtige Erfahrungen und Informationen einbringen können. Darüber hinaus ermöglicht die Kooperation die Nutzung von Synergiepotenzialen und könnte dabei helfen, Sprachbarrieren zu überwinden.

Schließlich ist es wichtig, einheitliche Prozesse für die Dienstleistungserbringung im Ausland zu entwickeln. Ein wichtiges Instrument kann hier der sog. **„Service-Blueprint"** darstellen, da diese Methode den Leistungserstellungsprozess visualisiert und somit zur Darstellung, Analyse und Gestaltung von Dienstleistungsprozessen geeignet ist. Der Service-Blueprint stellt Interaktionen mit Kunden ebenso dar wie unternehmensinterne Schnittstellen, sodass kundenbezogene und anbieterbezogene Perspektiven aufeinander abgestimmt und überprüft werden können. **Die Entwicklung und das Monitoring des Dienstleistungsprozesses** durch einen Service-Blueprint eröffnet Unternehmen darüber hinaus die Möglichkeit die Leistungserstellungsprozesse im Ausland einem Monitoring zu unterziehen und mögliche Fehlerquellen im Prozessablauf zu identifizieren.

Mitarbeiter und administrative Prozesse

Die Ergebnisse haben aufgezeigt, dass die Mitarbeiterentsendung sowie administrative Prozesse die zentralen Herausforderungen während der grenzüberschreitenden Dienstleistungserbringung darstellen. Um diesen Herausforderungen zu begegnen ist es wichtig, **die Mitarbeiter auf den Auslandseinsatz vorzubereiten und sie dafür zu motivieren**. Hierbei stellen Weiterbildung hinsichtlich interkultureller Kompetenzen sowie die Ausbildung der Fremdsprachenkenntnisse zwei zentrale Handlungsfelder dar.

Um die Interkulturalität der Unternehmen zu fördern und um den Wissenstransfer zwischen Mitarbeitern und Partnern im In- und Ausland zu fördern, **stellen „Exchange-Programme" von Fachkräften ein geeignetes Instrument dar.** Durch den regelmäßigen Austausch von Fachkräften können die Unternehmenskultur und Standards des deutschen Unternehmens den ausländischen Arbeitnehmern und Partnern kommuniziert werden. Darüber hinaus wird durch die Etablierung von firmeninternen Austauschprogrammen die Interkulturalität der Unternehmenskultur gefördert, was wiederum auch die Motivation der Mitarbeiter, im Ausland tätig zu sein, fördert.

Darüber hinaus ist grenzüberschreitend als Dienstleister aktiven Unternehmen zu empfehlen, **die Angebote von Institutionen der Außenwirtschaftsförderung** (z.B. IHK, AHK) **in Anspruch zu nehmen oder entsprechende Instrumente zu nutzen**, wie beispielsweise Förderprogramme wie das bayerische „Go International". Auf den entsprechenden Plattformen bieten diese Institutionen Informationen zu länderspezifischen Anforderungen u.a. in Bezug auf Bürokratie, Rechtsprechung und entsprechende Unterstützung an. Doch auch abseits der genannten Institutionen **sollten international aktive Unternehmen sich in Netzwerken engagieren**, um Synergieeffekte zu nutzen und den Erfahrungsaustausch zu fördern. Ein wichtiger Aspekt hierbei ist auch eine Etablierung der Präsenz im Zielland, etwa in Form von Niederlassungen oder in digitalen und sozialen Netzwerken.

Branchenübergreifende Synergieeffekte

Die Ergebnisse der Befragung zu Herausforderungen in der Vorbereitung und der Mitarbeiterentsendung sowie zu den bürokratischen Herausforderungen grenzüberschreitender Dienstleistungsaktivitäten weisen darauf hin, dass Unternehmen des Dienstleistungsgewerbes und des produzierenden Gewerbes die Herausforderungen unterschiedlich wahrnehmen. **Durch die Gründung und Etablierung von branchenübergreifenden Internationalisierungsnetzwerken im Heimatmarkt** kann der Wissens- und Erfahrungsaustausch zwischen Unternehmen aus dem produzierenden und dem Dienstleistungsgewerbe angeregt werden. Dies hat wiederum Lerneffekte zur Folge, von denen alle beteiligten Unternehmen profitieren können.

Eine Etablierung entsprechender Netzwerke und in Folge dessen etwaiger Kooperationsformen ermöglichen es Unternehmen, Dienstleistungen entlang der Wertschöpfungskette von international tätigen Kundenunternehmen anzubieten. Dadurch **können sich Kundenunternehmen auf das Kerngeschäft konzentrieren**. Den dienstleistenden Unternehmen bietet es die Möglichkeit, **sich auf Leistungen entlang der Wertschöpfungskette zu spezialisieren** und für den international tätigen Kunden zu einem integralen Bestandteil der Wertschöpfung zu werden.

5. Handlungsfelder für die Außenwirtschaftsförderung

Neben Handlungsempfehlungen für die unternehmerische Praxis erlauben die empirisch gewonnenen Ergebnisse auch die Ableitung von Empfehlungen für die Wirtschaftspolitik, um Unternehmen bei grenzüberschreitenden Dienstleistungsaktivitäten zu unterstützen (siehe Abbildung 19).

1. Handlungsfeld: Dienstleistungsspezifische Weiterbildungs- und Beratungsangebote

Um Unternehmen bei der Erschließung von Internationalisierungspotenzialen für ihre Dienstleistungen im europäischen Ausland zu helfen, kommt es zunächst darauf an, ihnen ein dienstleistungsspezifisches Beratungs- und Weiterbildungsangebot zur besseren Vorbereitung auf den Schritt ins Ausland an die Hand zu geben. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Beratungs- und Weiterbildungsangebote **branchenübergreifend**, d.h. sowohl für das produzierende als auch für das Dienstleistungsgewerbe, angeboten werden sollten.

Auf Basis der im Rahmen der Studie gewonnenen Erkenntnisse ist hier vor allem eine Fokussierung auf die zentralen Themenbereiche **Mitarbeiterentsendung und Vorbereitung des Dienstleistungsexports** zu empfehlen. Auch die **Sammlung und Aufbereitung von Best Practice Beispielen** stellt eine Handlungsempfehlung dar, die für den Ausbau eines dienstleistungsspezifischen Weiterbildungs- und Beratungsangebotes wichtig ist. Des Weiteren ist die **Hilfestellung bei Steuer- und Rechtsfragen** für den Dienstleistungsexport, insbesondere hinsichtlich geeigneter Finanzstrukturen und Geschäftsmodelle, zu empfehlen.

Abb. 19: Handlungsfelder für die Außenwirtschaftsförderung

DIENSTLEISTUNGSSPEZIFISCHE WEITERBILDUNGS- UND BERATUNGSANGEBOTE ENTWICKELN

- Branchenübergreifende Beratung, Weiterbildung und Best Practices
- Fokus auf Probleme der Mitarbeiterentsendung und Vorbereitung des Dienstleistungsverkehrs (z.B. über ein Internetportal)
- Ausbau der Steuer- und Rechtsberatung
- Etablierung branchenübergreifender Plattformen und Lernnetzwerke zum Erfahrungsaustausch und Netzwerken (z.B. politische Delegationsreisen)

BESTEHENDE FÖRDERMASSNAHMEN DIENSTLEISTUNGSSPEZIFISCH GESTALTEN

- Umfragen zu dienstleistungsspezifischen Herausforderungen
- Optimierung rechtlicher Rahmenbedingungen
- Ausbau des Informationsangebotes
- Ausbau der Digitalisierung
- Abbau von Sprachbarrieren

UNTERSTÜTZUNG VOR ORT AUSBAUEN

- Unterstützung bei Etablierung von Netzwerken und Geschäftskontakten durch Veranstaltungen
- Länderspezifische Beratung vor Ort
- Weiterbildungen und Schulungen vor Ort
- Temporäre Bereitstellung einer technischen Infrastruktur vor Ort

Darüber hinaus gilt es, **Plattformen und Lernnetzwerke für Unternehmen** zu entwickeln, die dabei helfen, branchen- und grenzüberschreitende Kontakte zu international aktiven Dienstleistern zu knüpfen und **Erfahrungen auszutauschen**. **Politisch begleitete Delegationsreisen** stellen eine gute Möglichkeit dar, dies zu verwirklichen. Den Institutionen der Außenwirtschaftsförderung wird empfohlen, die Delegationsreisen thematisch entlang einer gewissen Wertschöpfungskette zu organisieren.

2. Handlungsfeld: Bestehende Fördermaßnahmen dienstleistungsspezifisch ausgestalten

Bestehende Aktivitäten und Instrumente der Außenwirtschaftsförderung beziehen sich vorwiegend auf den Export von Waren und werden somit dienstleistungsspezifischen Anforderungen nur bedingt gerecht. Um hier entsprechende Adaptionen vorzunehmen, sollte die Wirtschaftspolitik vermehrt **Umfragen zu dienstleistungsspezifischen Anforderungen und Herausforderungen** mit Hinblick auf grenzüberschreitende Aktivitäten durchführen. Das hieraus generierte Wissen kann die Basis für die **Optimierung rechtlicher Rahmenbedingungen, vor allem bei Nachweispflichten und bei der Anerkennung von Arbeits- und Sozialstandards**, darstellen.

Ferner sollte die Wirtschaftspolitik darauf achten, das **Informationsangebot zum grenzüberschreitenden Dienstleistungsexport** auszubauen, um vor allem die **Exportfähigkeit von bislang nur regional angebotenen Dienstleistungen** herauszustellen. Insbesondere der **einfache Zugang zu den Informationen und ihre unternehmensgerechte Aufarbeitung und Darstellung** stellt ein zentrales Handlungsfeld dar. Darüber hinaus gilt es, die **technischen und rechtlichen Rahmenbedingen für die Digitalisierung zu verbessern**, um die Kommunikation schneller und einfacher zu gestalten. Zugleich sollten **Sprachbarrieren abgebaut werden**, um sowohl die Vorbereitung des Dienstleistungsexports als auch die Abwicklung administrativer Prozesse effizienter zu gestalten. Dies kann z.B. durch die Einführung mehrsprachig abgefasster Formulare erfolgen.

3. Handlungsfeld: Unterstützung vor Ort ausbauen

Schließlich zeigen die Ergebnisse der Befragung deutlich auf, dass die Unternehmen von einer **besseren institutionellen Unterstützung vor Ort profitieren** würden. Die Außenwirtschaftsförderung sollte daher die **Etablierung von entsprechenden Netzwerken und Geschäftskontakten** im Zielland vorantreiben. Kontaktbörsen, Messen und Veranstaltungen stellen hier Möglichkeiten dar, ebenso wie die bereits aufgeführten Delegationsreisen.

Ferner wird empfohlen, die **Auskunft und Beratung hinsichtlich kultureller und rechtlicher Besonderheiten länderspezifisch aufzubereiten**. Das hierzu notwendige Erfahrungswissen kann durch eine **entsprechende Präsenz vor Ort** gesammelt werden. Darüber hinaus stellt der Aufbau **qualifizierter Weiterbildungs- und Qualifizierungsangebote vor Ort im Zielland** eine vielversprechende Option dar. Durch diese Weiterbildung können **entsandten Mitarbeitern länderspezifische Informationen kommuniziert** werden. Auch ein Wissenstransfer über **Anforderungen und Standards an die Mitarbeiter und Partner im Zielland** kann so ermöglicht werden, um **dem Fachkräftemangel vor Ort entgegenzuwirken**.

Schließlich wäre es sinnvoll, kleineren Dienstleistungsunternehmen, insbesondere Start-ups, auch eine **geeignete Infrastruktur temporär zur Verfügung zu stellen**, um sie bei den ersten Schritten auf dem ausländischen Markt zu unterstützen. **Angefangen beim Büro und bei den Arbeitsmaterialien reicht dies bis zur administrativen und personellen Unterstützung**, um sich vor Ort besser auf die Bedürfnisse von Partnern und Kunden einzustellen. Um kleinere und mittlere Unternehmen eine erste temporäre Ausgangsbasis vor Ort zu anzubieten, sollten Institutionen wie die Auslandshandelskammern oder die Bayerischen Repräsentanzen **geeignete „Office in Office Konzepte" kostengünstig zur Verfügung stellen**.

Quellen

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V. und Bayerisches Staatsministerium für Wirtschaft, Infrastruktur, Verkehr und Technologie (2009): Export-Ratgeber für Dienstleister in Bayern. München.

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V. (2014): Zum Nutzen des EU-Binnenmarktes für die bayerische Wirtschaft. München.

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2016): Dienstleistungen. Online verfügbar unter http://www.bmwi.de/DE/Themen/Mittelstand/Mittelstandspolitik/ dienstleistungen,did=239884.html (Abruf: 30.05.2016).

Deutscher Industrie- und Handelskammertag e. V. (2015): Hindernisse im EU-Dienstleistungsbinnenmarkt 2015. Brüssel.

Eggert, Andreas, Jens Hogreve, Wolfgang Ulaga und Eva Muenkhoff (2014): Revenue and Profit Implications of Industrial Service Strategies. Journal of Service Research, Vol. 17 (1), S. 23-39.

Germany Trade & Invest (2016): Export von Dienstleistungen. Online verfügbar unter http://www.ixpos.de/IXPOS/Navigation/DE/Ihr-geschaeft-im-ausland/Markteintritt/export-von-dienstleistungen,t=erfolgsfaktoren,did=283880.html (Abruf: 30.05.2016).

Handelskammer Hamburg (2008): Dienstleistungsexport: Unternehmen Service. Online verfügbar unter http://www.hamburger-wirtschaft.de/html/hw2008/artikel/21_extra-journal/08_11_38_dienstleistungsexport. html (Abruf: 30.05.2016)

Hogreve, Jens (2013): Mit industriellen Dienstleistungen zum Erfolg - Ein Überblick. In Roth, S. (Hrsg.): Aktuelle Beiträge zur Dienstleistungsforschung. Wiesbaden, S. 85-100.

IHK Frankfurt am Main (2009): SWOT-Analyse. Online verfügbar unter http://www.frankfurt-main.ihk.de/existenzgruendung/prozessstruktur/gruendungsanalyse/swot/ (Abruf: 30.05.2016).

IHK München für München und Oberbayern (2009): Dienstleistungsstandort Bayern. München.

Institut der deutschen Wirtschaft Köln Consult GmbH (2013): Stand und Perspektiven von Dienstleistungen in Deutschland – Potentiale der deutschen Dienstleistungswirtschaft. Köln.

Lerch, Christian, Matthias Gotsch, Angela Jäger und Nadezda Weidner (2013): Dienstleistungen strategisch anbieten. Mitteilungen aus der ISI-Erhebung, Vol. 65.

Statistische Ämter des Bundes und der Länder (2016): Dienstleistungen – Strukturdaten des Dienstleistungsbereichs. Online verfügbar unter http://www.statistikportal.de/Statistik-Portal/de_jb17_jahrtab00.asp (Abruf: 30.05.2016).

Statistisches Bundesamt (2016): Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen. Inlandsproduktsberechnung. Lange Reihen ab 1970. Wiesbaden.

Trade Map (2016): Trade Statistics for International Business Development. Online verfügbar unter http://www.trademap.org/Service_SelService_TS.aspx (Abruf: 30.05.2016).

Ulaga, Wolfgang und Werner J. Reinartz (2011): Hybrid Offerings: How Manufacturing Firms Combine Goods and Services Successfully. Journal of Marketing, Vol. 75 (6), S. 5-23.

Witell, Lars und Martin Löfgren (2013): From Service for Free to Service for Fee: Business Model Innovation in Manufacturing Firms. Journal of Service Management, Vol. 24 (5), S. 520-599.

Weltbank (2016): Services Value Added. Online verfügbar unter http://data.worldbank.org/indicator/NV.SRV.TETC.ZS/countries?display=map (Abruf: 30.05.2016).

Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (2007): Internationalisierungsstrategien von Dienstleistern der Informationsgesellschaft: Ergebnisse einer Unternehmensbefragung. Mannheim.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Prozentualer Anteil von Dienstleistungen an der Bruttowertschöpfung im weltweiten Vergleich 6

Abb. 2: Prozentuale Zusammensetzung der Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen in Deutschland (1970-2015) 7

Abb. 3: Umsatz (in Mrd. EUR) von Dienstleistungsunternehmen in Deutschland in 2014 7

Abb. 4: Anbieterquote von Dienstleistungen nach Branchen in Deutschland (2012) 8

Abb. 5: Zusammensetzung der Stichprobe nach Branchen 13

Abb. 6: Zusammensetzung der Stichprobe nach Umsatz und Exportaktivität 14

Abb. 7: Exportaktivitäten im Dienstleistungsgewerbe 14

Abb. 8: Herausforderungen bei der Vorbereitung des Dienstleistungsexports 15

Abb. 9: Herausforderungen bei der Entsendung von Mitarbeitern 16

Abb. 10: Bürokratische Herausforderungen 17

Abb. 11: Anbieterquote von Dienstleistungen im produzierenden Gewerbe 18

Abb. 12: Art der angebotenen Dienstleistungen im produzierenden Gewerbe 18

Abb. 13: Exportaktivitäten im Sekundären Sektor 19

Abb. 14: Herausforderungen bei der Vorbereitung des Dienstleistungsexports 20

Abb. 15: Herausforderungen bei der Entsendung von Mitarbeitern 21

Abb. 16: Bürokratische Herausforderungen 22

Abb. 17: Handlungsempfehlungen für Unternehmen 23

Abb. 18: PESTEL-Analyse 24

Abb. 19: Wirtschaftspolitische Implikationen 26

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kennzahlen zum Dienstleistungs- und Warenexport im Vergleich 9

Zusatzfragen im Rahmen der „Going-International Umfrage 2015/2016“

ZU WELCHER BRANCHE GEHÖRT IHR UNTERNEHMEN?

Nr.	Antwort
1	Maschinenbau
2	Metallindustrie
3	Chemische und Kunststoffindustrie
4	EDV, Elektrotechnik
5	Feinmechanik/Optik/Medizintechnik
6	Fahrzeugindustrie und Zulieferer
7	Übriges verarbeitendes Gewerbe
8	Agrar- und Ernährungswirtschaft
9	Baugewerbe
10	Großhandel
11	Einzelhandel
12	Handelsvermittler
13	Unternehmensnahe Dienstleistungen
14	Personenbezogene Dienstleistungen
15	Sonstige

BITTE GEBEN SIE AN, WELCHE DER FOLGENDEN DIENSTLEISTUNGEN IN IHREM UNTERNEHMEN ANGEBOTEN WERDEN

Nr.	Antwort
1	Dienstleistungen vor der Auslieferung der Produkte an den Kunden (z.B. Beratung, Planung, Projektierung, Einbringung, Inbetriebnahme)
2	Planbare Dienstleistungen nach der Auslieferung der Produkte an den Kunden (z.B. präventive Wartung)
3	Reaktive Dienstleistungen nach Auslieferung der Produkte an den Kunden (z.B. Reparaturen, Störungsbehebung)
4	Veränderungen an den Produkten (z.B. Umbauten, Tooling, Retrofitting, Bereitstellung/ Fertigung von Ersatzteilen)
5	Wir bieten keine Dienstleistungen in diesem Sinne an

IST IHR UNTERNEHMEN MIT DER ERBRINGUNG VON DIENSTLEISTUNGEN IM EUROPÄISCHEN AUSLAND AKTIV?

Nr.	Antwort
1	Wir bieten Dienstleistungen im europäischen Ausland an.
2	Wir bieten keine Dienstleistungen im europäischen Ausland an.
3	Wir bieten derzeit keine Dienstleistungen im europäischen Ausland an, planen dies jedoch zukünftig.

WELCHE PROBLEME SEHEN SIE BEI DER VORBEREITUNG DES DIENSTLEISTUNGSEXPORTS IN DAS EUROPÄISCHE AUSLAND?

Nr.	Antwort
1	Keine exportfähige Dienstleistung (z.B. aufgrund regionaler Ausrichtung)
2	Keine freien Kapazitäten für das Auslandsgeschäft
3	Unzureichende Informationen über Zielland
4	Kein vertrauenswürdiges Netzwerk vor Ort
5	Keine Vertriebsstrukturen im Zielland
6	Unkalkulierbare Finanzierungsrisiken
7	Mangelhafte Rechtssicherheit
8	Fachkräftemangel im Zielland
9	Wettbewerb im Zielland
10	Sonstiges:

WELCHE PROBLEME SEHEN SIE BEI DER ENTSENDUNG IHRER MITARBEITER IN DAS EUROPÄISCHE AUSLAND?

Nr.	Antwort
1	Komplexität des Meldeverfahrens für Mitarbeiter
2	Anerkennung von Qualifikationen, Zertifikaten und Dokumenten
3	Komplexe Vorschriften zu geltenden Löhnen und Gehältern im Zielland
4	Komplexe Vorschriften zum Arbeitsschutz
5	Erfüllung von rechtlichen und bürokratischen Auflagen
6	Auswirkungen auf Steuer- und Sozialversicherungspflicht der Mitarbeiter in Deutschland
7	Interkulturelle Kompetenzen der Mitarbeiter
8	Motivation der Mitarbeiter für den Auslandsaufenthalt
9	Fremdsprachenkenntnisse der Mitarbeiter
10	Sonstiges:

WELCHE BÜROKRATISCHEN HÜRDEN SEHEN SIE BEIM EXPORT VON DIENSTLEISTUNGEN IN DAS EUROPÄISCHE AUSLAND?

Nr.	Antwort
1	Benachteiligung bei Ausschreibungen im Zielland
2	Erreichbarkeit des Geschäftspartners im Zielland
3	Meldeverfahren kann nicht online erledigt werden
4	Komplexes Steuerrecht im Zielland
5	Kein Schutz des geistigen Eigentums im Zielland
6	Personelle Unterstützung vor Ort
7	Verfügbarkeit der notwendigen technischen Infrastruktur vor Ort
8	Zeitliche Verzögerungen durch Bürokratie im Zielland
9	Zwang zur Niederlassung im Zielland
10	Sonstiges:

Impressum

Herausgeber:

Bayerischer Industrie- und Handelskammertag e. V.
Vertreten durch Peter Driessen und Dr. Eberhard Sasse
Balanstraße 55-59, 81541 München

089 5116 - 0
info@bihk.de
bihk.de

Ansprechpartner:

Alexander Lau, IHK für München und Oberbayern
Philipp Axamit, IHK für München und Oberbayern
Klaus Plecher, IHK für München und Oberbayern

Verfasser:
Mirjam Dobmeier, Katholische Universtität Eichstätt-Ingolstadt

Gestaltung:
Word Wide KG, München

Druck:
Satz & Druck Peter Molnar, Wielenbach

Bildnachweis:

Titel: denrud/Shotshop.com;
S. 12: Fotolia©lev dolgachov

Stand: Oktober 2016

Diese Publikation wurde gefördert durch das COSME-Programm der Europäischen Union.

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Industrie- und Handelskammern
in Bayern

Der Bayerische Industrie- und Handelskammertag (BIHK) ist die Dachorganisation der neun IHKs in Bayern. Alle bayerischen Unternehmen – ausgenommen Handwerksbetriebe, freie Berufe und landwirtschaftliche Betriebe – sind per Gesetz Mitglied einer IHK. Folglich sprechen die bayerischen IHKs für über 973.000 Unternehmen aller Größen und Branchen: vom global operierenden Konzern bis zum inhabergeführten mittelständischen Unternehmen. Die IHKs sind nicht abhängig von einer bestimmten Gruppe von Unternehmern, sondern repräsentieren das Gesamtinteresse der gewerblichen Wirtschaft in Bayern. Seit der Gründung des BIHK im Jahr 1909 ist er die größte Wirtschaftsorganisation im Freistaat Bayern.