



„Brüssel will digitalen Binnenmarkt“

Beitrag zur aktuellen Thematik der Digitalisierung des Europäischen Binnenmarktes

Judith Römer

April
2016



1. Einleitung

Digitale Medien machen die Märkte globaler, das Konsumverhalten der Menschen ändert sich, das Angebot von Dienstleistungen und Produkten wird größer und vielseitiger. Die Entwicklung in diesem Sektor ist enorm und trifft den Nerv der Zeit des Bedürfnisses grenzenlosen Informationsaustauschs, überregionalen Handels und voranschreitender Technisierung.

Allerdings hat Europa den Anschluss verpasst. Wo seit Jahren keine geographischen Grenzen mehr sind, stößt man im digitalen Raum auf eben solche. Hinweise wie „Dieses Video ist in Ihrem Land leider nicht verfügbar.“, erscheinen vor dem Hintergrund eines freien und grenzenlosen EU-Binnenmarktes paradox – und sind es auch. „Europa hat Innovationsschübe verpasst“¹ oder „Wir müssen mit der Aufholjagd beginnen!“² sind die Eingeständnisse der Politiker zu dem Thema „Digitaler Binnenmarkt“. Also übernahmen Günther Oettinger und Vizepräsident der EU-Kommission Andrus Asip die Entwicklung eines Strategiepapiers für den digitalen Binnenmarkt³. Ziel ist es, regulierungsbedingte Barrieren zu beseitigen und die 28 nationalen Märkte auch virtuell zu einem einzigen zusammenzuführen. Dadurch sollen jährlich 415 Milliarden Euro erwirtschaftet und Hunderttausende neue Arbeitsplätze geschaffen werden.⁴ Seit der Veröffentlichung des Strategiepapiers lassen sich immerhin schon deutliche Verbesserungen in den einzelnen Mitgliedstaaten in Sachen Konnektivität und digitaler Kompetenz verzeichnen.⁵ Die Bemühungen auf EU-Ebene sind also nicht ins Leere gelaufen. Dennoch besteht auch weiterhin Entwicklungsbedarf auf diesem Gebiet.

Im Rahmen dieses Beitrags wird auf die Notwendigkeit eines digitalen Binnenmarktes eingegangen, sowie dessen Ziele und die Strategie zu deren Erreichen näher erörtert. Abschließend soll ein kritischer Ausblick erfolgen.

2. Der digitale Binnenmarkt – Was ist das?

Der Begriff des digitalen Binnenmarktes steht dem des analogen Binnenmarktes gegenüber. Letzterer besteht als Kernelement der Europäischen Union (weitgehend) barrierefrei als gemeinsamer Markt der 28 Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Es gibt grundsätzlich keine Grenzen oder Zölle innerhalb der Europäischen Union, so

¹ Berichterstatterin für den Industriausschuss Kaja Kallas: <http://www.europarl.europa.eu/news/de/news-room/20160114IPR09903/Digitaler-Binnenmarkt-Geoblocking-abschaffen-und-Internethandel-fordern> (zuletzt abgerufen 24.4.2016).

² EU-Kommissar für die Digitale Wirtschaft und Gesellschaft Günther Oettinger: <https://www.tagesschau.de/ausland/eu-digitale-strategie-101.html> (zuletzt abgerufen am 24.4.2016).

³ Im Folgenden „Strategiepapier“, abrufbar unter: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/DE/TXT/HTML/?uri=CELEX:52015DC0192&from=EN> (zuletzt abgerufen am 24.4.2016).

⁴ http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market_de (zuletzt abgerufen 24.4.106)

⁵ Indexes für die Digitale Wirtschaft und Gesellschaft: <https://ec.europa.eu/digital-single-market/desi> (zuletzt abgerufen am 24.4.2016).



dass Waren und Dienstleistungen europaweit grenzüberschreitend zugänglich sind. Anderes gilt noch für unverkörpernte Produkte im Internet. Teilweise sind Know-How oder Informationen trotz des eigentlich freien Binnenmarktes nicht aus allen Mitgliedstaaten online zugänglich. Dem soll durch Schaffung eines digitalen Wirtschaftsraums abgeholfen werden. Die Freiheiten des Europäischen Binnenmarktes sollen auf allen Ebenen, der analogen, wie der digitalen, gewährleistet werden. Der digitale Binnenmarkt ist also nichts anderes, als ein freier Europäischer Wirtschaftsraum im Internet und bei der Telekommunikation.

Vorreiter in Sachen Digitalisierung sind die USA, Japan und auch Südkorea. Trotz der Größe der USA hat beispielsweise ebay es geschafft, landesweit zugänglich und nutzbar zu sein und so zu einem der erfolgreichsten Unternehmen des Internets zu werden.⁶ Zu berücksichtigen ist natürlich, dass es sich bei den USA um einen Bundesstaat und nicht um einen Staatenverbund, wie es die Europäische Union ist, handelt. Aufgrund der Tatsache, dass somit alle Souveränität bei dem Bund liegt, können getroffene Entscheidungen prinzipiell leichter einheitlich umgesetzt werden. Dennoch kann sich die Europäische Union bei der Einführung eines digitalen Binnenmarktes an den USA orientieren und muss schnellstmöglich das bestehende Defizit ausgleichen.

3. Digitalisierung des Binnenmarktes – Warum?

Abgesehen von der Notwendigkeit, dass der Europäische Binnenmarkt auf allen Ebenen als *freier* Markt gewährleistet sein muss, sprechen wirtschaftliche Erwägungen für die Digitalisierung des Binnenmarktes. Grenzen oder digitalen Barrieren, die faktisch ebenfalls wie Grenzen wirken, ist schon aus dem Grund entgegenzutreten. Ein freier digitaler Binnenmarkt ist außerdem ein „Muss“ für eine erfolgreiche Volkswirtschaft im digitalen Zeitalter.

Kann der Zugang zum digitalen Markt erleichtert werden, können vor allem mehr kleine und mittlere Unternehmen (KMU) in der EU ihre Waren und Dienstleistungen künftig grenzüberschreitend anbieten; bisher sind lediglich 7% über die Grenzen ihres Heimatlands hinaus am Markt aktiv.⁷ Aber nicht nur die KMU würden profitieren. Unternehmen jedweder Größe könnten grundsätzlich leichter expandieren und bessere Dienstleistung sowie neue Produkte wären die Folge des Zugangs zu einem Markt mit über 500 Mio. Menschen. Außerdem würde der Arbeitskraftbedarf bei

⁶ Vgl. Oettinger in Neue Zürcher Zeitung: <http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/so-kann-europa-zu-den-usa-aufschliessen-ld.2681> (zuletzt abgerufen am 24.4.2016).

⁷ Hintergrund des digitalen Binnenmarktes: http://ec.europa.eu/priorities/digital-single-market_de (zuletzt abgerufen 24.4.2016).



den Unternehmen steigen und es würden sich auch gänzlich neue Beschäftigungsmöglichkeiten ergeben.⁸

Ein freier Datenfluss kann den Wettbewerb fördern und Innovationen bringen. Davon würden letztlich die Verbraucher, wie die Unternehmen profitieren. Es wird davon ausgegangen, dass der digitale Binnenmarkt für das europäische Bruttoinlandsprodukt (BIP) einen Zuwachs von EUR 415 Mrd. bedeuten würde.⁹

Aus politischen, wie wirtschaftlichen Gesichtspunkten ist ein digitaler Binnenmarkt unverzichtbar.

In Deutschland spielt die Digitalisierung des Binnenmarktes vor allem auch eine Rolle mit Blick auf die Industrie 4.0. Der Begriff der Industrie 4.0 ist in Deutschland geprägt worden, steht jedoch für ein Konzept, das auch international bekannt ist und verfolgt wird. Das Ziel ist die intelligente Fabrik (Smart Factory), die sich durch Anpassungsfähigkeit, Ressourceneffizienz und Ergonomie sowie die Integration von Kunden und Geschäftspartnern in Geschäfts- und Wertschöpfungsprozesse auszeichnet. Damit eine solche Fabrik auch europaweit agieren kann, ist ein digitaler Binnenmarkt wesentliche Voraussetzung.

4. Ziele des digitalen Binnenmarktes

Entgegen Befürchtungen, vor allem aus dem nicht-europäischen Ausland, ist ein digitaler Binnenmarkt in Europa kein Ausdruck von Protektionismus. Es geht vielmehr darum, Europa bzw. europäische Unternehmen auch in Sachen Informations- und Kommunikationstechnologie wettbewerbsfähig(er) zu machen. Letztlich profitiert auch der globale Markt davon, verlässliche Partner zu haben.¹⁰

Die Steigerung der Wirtschaftsleistung der Europäischen Union und die positiven Auswirkungen auf den Arbeitsmarkt, sowie eine Verbesserung der Produktvielfalt und –qualität sind die Langzeitziele eines digitalen Binnenmarktes.

Um diese Ziele zu erreichen, baut die Strategie für den digitalen Binnenmarkt auf drei Grundpfeilern auf:

- Besserer Zugang zu digitalen Waren und Dienstleistungen
- Optimale Rahmenbedingungen für digitale Netze und Dienstleistungen
- Digitale Wirtschaft als Wachstumsmotor

⁸ Strategiepapier 1. Einführung.

⁹ Strategiepapier 1. Einführung.

¹⁰ So Oettinger in einer Diskussion an der Johns-Hopkins-University: <http://www.kas.de/wf/de/33.42743/> (zuletzt abgerufen 24.4.2016).



4.1. Besserer Online-Zugang für Verbraucher und Unternehmen zu Waren und Dienstleistungen in ganz Europa

Besserer „Online-Zugang“ steht als Oberbegriff dafür, dass grenzüberschreitender elektronischer Geschäftsverkehr vereinfacht werden soll. Das heißt, es sollen nicht nur die digitalen Hindernisse, wie Zugangsbeschränkungen im Internet behoben werden, sondern auch die tatsächlichen Umstände im analogen Markt verbessert werden.

Zum Beispiel sieht man großen Bedarf bei europaweit agierenden Paketzustellern, die den grenzüberschreitenden Versand einfacher, schneller und günstiger machen sollen. Die Kommission will Maßnahmen ergreifen, um den Auslandspaketmarkt zu stärken. Unter anderem will sie für mehr Transparenz bei den Preisen der Paketdienste sorgen.¹¹

Außerdem sollen durch Verringerung des Verwaltungsaufwands die anfallenden Kosten bei Auslandsgeschäften minimiert werden.

Die Zugangsprobleme und „Diskriminierungen“ basieren häufig auf dem sogenannten Geoblocking. Geoblocking hat teilweise zur Folge, dass Inhalte nur aus bestimmten Mitgliedstaaten erreicht werden können. Teilweise sorgt ein Verfahren zur Standortfeststellung nicht für die Sperrung des Zugangs zu einer Internetseite, sondern wird zur „Anpassung“ der Preise genutzt, so dass Waren oder Dienstleistungen je nach dem, aus welchem Mitgliedstaat man sie anfragt, unterschiedlich viel kosten. Ein ausdrückliches Verbot von ungerechtfertigtem Geoblocking soll helfen, diese Barrieren zu beseitigen.

Auch aufgrund der geschilderten bestehenden Probleme, fühlen die meisten Verbraucher sich nicht sicher, wenn sie Waren aus einem anderen Mitgliedstaat, als dem eigenen, bestellen. Während 61% ohne Bedenken im Internet einkaufen, wenn die Ware aus ihrem Mitgliedstaat kommt, fühlen sich bei Einkäufen aus fremden Mitgliedstaaten nur noch 38% der Verbraucher sicher. Aus diesem Grund soll es Regelungen zum Verbraucherschutz geben, die in allen 28 Mitgliedstaaten gelten sollen.¹²

Es sollen Auch Regelungen zum Urheberrecht auf europäischer Ebene getroffen werden, um einerseits einen einheitlichen Schutzstandard zu erreichen und andererseits den europaweiten Zugang zu Informationen und Daten zu gewährleisten.

¹¹ Strategiepapier 2.2. Erschwingliche, hochwertige grenzüberschreitende Paketzustelldienste.

¹² Strategiepapier 2.1. Regeln für den grenzüberschreitenden elektronischen Handel, denen Verbraucher und Unternehmen vertrauen können.



4.2. Schaffung der richtigen Bedingungen und gleicher Voraussetzungen für moderne digitale Netze und innovative Dienste

Damit ein digitaler Binnenmarkt überhaupt funktionieren kann, muss der tatsächliche Zugang von überall möglich sein. Es ist daher Ziel der Kommission, den Wettbewerb auf dem Telekommunikationsmarkt in jeglicher Hinsicht zu fördern. Zum einen sollen gleiche Voraussetzungen bei der Frequenzuteilung geschaffen werden, um den Marktzutritt zu erleichtern und Planbarkeit für Investoren zu steigern.

Für Verbraucher sollen innerhalb der EU keine Roaminggebühren mehr anfallen, als Ausdruck eines Telekommunikationsbinnenmarktes. Außerdem sollen die Unterschiede der nationalen Einzelregelungen beseitigt werden, um in allen Mitgliedstaaten leistungsfähigen Netzbetrieb zu ermöglichen und einen einheitlichen Verbraucherschutzstandard zu erreichen.

Nicht nur beim Netzbetrieb und dem Verbraucherschutz, gilt es jedoch Vereinheitlichungen herbeizuführen. Bei einer Europäisierung der Digitalwirtschaft ist es unentbehrlich den Datenschutz grenzüberschreitend zu gewährleisten und einen einheitlichen Maßstab für verbotene Inhalte im Internet zu finden sowie dessen Umsetzung zu garantieren. Auch diesen Punkten will sich die Kommission widmen und gesonderte Regelungen auf den Weg bringen (z.B. die e-Datenschutz Richtlinie).

4.3. Bestmögliche Ausschöpfung des Wachstumspotentials unserer europäischen digitalen Wirtschaft

Die Abhängigkeit von komplexen digitalen Systemen wächst stetig. In einigen Jahren wird die Wettbewerbsfähigkeit der meisten wirtschaftlich tätigen Unternehmen vollends von digitalen Infrastrukturen, Datenverarbeitung und Hardware sowie Software abhängig sein. Das gilt nicht nur für Unternehmen der IKT-Branche. Gerade die Unternehmen der traditionellen Industriezweige werden vor die Herausforderung gestellt, durch Digitalisierung ihre Unternehmen leistungsfähiger zu machen oder ihre Produkte auf diese Weise zu verbessern.

Für die Wettbewerbsfähigkeit der Europäischen Union ist es unentbehrlich, Themen wie Massendatenverarbeitung (Big-Data) und Cloud-Dienste anzugehen.¹³ Der Big-Data-Sektor wächst zur Zeit um 40% im Jahr. Solange jedoch der Europäische Binnenmarkt aufgrund der Barrieren im digitalen Bereich fragmentiert existiert, kann der erforderliche Größenvorteil, der von einem Markt mit 28 Mitgliedstaaten und über 500 Mio. Menschen ausgeht, nicht erlangt werden.¹⁴

Ein freier Datenfluss innerhalb Europas muss also möglich gemacht werden. Er stößt jedoch auf Misstrauen in der Bevölkerung. Mit Hilfe eines Reformpakets zum Daten-

¹³ Strategiepapier 4.1. Aufbau einer Datenwirtschaft.

¹⁴ Strategiepapier 4.1. Aufbau einer Datenwirtschaft.



schutz soll den Bedenken begegnet und Vertrauen in grenzüberschreitende Cloud-Dienste gestärkt werden.

Auch die Behörden sollen eine Digitalisierung durchlaufen. Schnittstellen zwischen Behörden und Bürgern sollen durch mehr online Präsenz verbessert werden. Alleine im Vergabewesen sollen durch die Umstellung auf ein elektronisches System hohe Einsparungen erzielt werden.¹⁵

Es gilt außerdem einem drohenden Fachkräftemangel entgegenzuwirken. Für die Fachkräftewerbung im Speziellen und einer Kompetenzsteigerung der Bevölkerung in Sachen Digitalisierung im Allgemeinen, sieht die Kommission die Gründung von Kompetenz- und Fortbildungsinitiativen vor. Ohne die erforderliche digitale Kompetenz, kann das Potential eines digitalen Binnenmarktes nicht annähernd ausgenutzt werden. Die Aufklärung und Weiterbildung der Bevölkerung ist daher von entscheidender Bedeutung.

5. Der Weg zu einem digitalen Binnenmarkt

Wie die Digitalisierung des Binnenmarktes in der Theorie erreicht werden soll und warum, ist damit geklärt. Was das allerdings konkret für Deutschland als Mitgliedstaat und die einzelnen Kommunen bedeutet, soll im Folgenden zusammengefasst werden.

Das Ziel „digitaler Binnenmarkt“ macht, wie gezeigt, eine Reihe von Regelungen und Vereinheitlichungen notwendig. Diese werden in der Regel mithilfe von Richtlinien durchgesetzt werden. Der Daten- oder Urheberrechtsschutz zum Beispiel, oder auch der Verbraucherschutz soll auf diese Weise harmonisiert werden. Letztlich muss in allen Bereichen, in denen eine gewisse rechtliche Vereinheitlichung zum Zwecke eines digitalen Binnenmarktes erlangt werden soll, eine europäische Richtlinie erlassen werden.

Richtlinien entstehen auf europäischer Ebene und müssen innerhalb einer bestimmten Frist von den Mitgliedstaaten umgesetzt werden. Regelmäßig werden durch Richtlinien nur Mindeststandards vorgegeben, das heißt die Mitgliedstaaten können darüberhinausgehenden Schutz oder weitergehende Rechte durch ihre nationalen Gesetze im Wege der Umsetzung vorsehen. Eine absolute Harmonisierung wird also nicht erzielt.

Deutschland ist demnach verpflichtet, etwaige Richtlinien, die im Rahmen der Schaffung eines digitalen Binnenmarktes entstehen, entsprechend umzusetzen. Für die Kommunen hat das zunächst vor allem Aufklärungs- und Informationspflichten zur Folge – auch schon vor Ablauf der Umsetzungsfrist. Es gilt die Bevölkerung und

¹⁵ Strategiepapier 4.3. Eine inklusive digitale Gesellschaft.



insbesondere die Unternehmen darüber aufzuklären, was die Änderungen, nicht nur in rechtlicher Hinsicht, bedeuten.

Die Tatsache, dass nur 7% der KMU überhaupt europaweit im Online-Handel tätig sind, mag zwar teilweise darauf zurückzuführen sein, dass die Versandkosten ins europäische Ausland zu hoch sind.¹⁶ Aber darin liegt nicht der einzige Grund. Es bestehen Unsicherheiten hinsichtlich der rechtlichen Anforderungen einerseits und Defizite bei der Nutzung der digitalen Möglichkeiten andererseits. Das zeigt sich daran, dass sich nur 1,7% der EU-Unternehmen neue digitale Technologien vollständig zunutze machen, während 41% sie überhaupt nicht nutzen. Insbesondere kleinere Unternehmen fürchten den Wandel.¹⁷ Es ist offensichtlich, dass der Bedarf an Information und Aufklärung erheblich ist.

Der Erfolg der Digitalisierung hängt damit wesentlich von der Näherbringung der Möglichkeiten ab. Die rechtliche Harmonisierung stellt nur das Rahmenwerk dar.

6. Folgen eines digitalen Binnenmarktes für Unternehmen und Arbeitnehmer – Industrie 4.0

Der digitale Binnenmarkt soll Wirtschaftswachstum, mehr Arbeitsplätze und Wohlstandsgewinn für die europäische Allgemeinheit bringen. Es soll jedoch auch kurz erwähnt werden, welche Folgen ein digitaler Binnenmarkt für den einzelnen Unternehmer und Arbeitnehmer haben kann.

Es werden ohne Zweifel neue Beschäftigungsfelder entstehen und ein beträchtlicher Arbeitskräftebedarf im IKT-Sektor. Auf der anderen Seite jedoch werden bestimmte Branchen durch die Technisierung schrumpfen und die Beschäftigung von Arbeitnehmern wird aufgrund des Einsatzes von Maschinen und der effizienteren Produktionsmöglichkeiten in der Industrie 4.0 zurückgehen.

Ziel der intelligenten Fabrik ist es, die Automatisierung und den Einsatz von Maschinen in der Fertigung zu optimieren. Zukünftig sollen durch den effizienten Einsatz von IT und Internet die Maschinen miteinander „kommunizieren“ können, um die verschiedenen Fertigungsschritte abzustimmen und sogar auch den Rohstoffbedarf zu melden und so Einkaufsprozesse in Gang zu setzen. Der Mensch soll lediglich die Prozesse steuern. Während also Fachkräfte benötigt werden, die die Steuerung der Maschinen und deren Programmierung übernehmen können, fallen Unmengen von Arbeitsplätzen weg.

Untersuchungen zeigen, dass voraussichtliche knapp die Hälfte der Arbeitsplätze, die mit Fertigungsprozessen in Verbindung stehen durch die Industrie 4.0 robotisiert

¹⁶ Strategiepapier 2.2. Erschwingliche, hochwertige grenzüberschreitende Paketzustelldienste.

¹⁷ <http://www.euractiv.de/section/eu-innenpolitik/news/digitaler-binnenmarkt-vielen-unternehmen-fehlt-der-mut-zur-digitalisierung/> (zuletzt abgerufen am 24.4.2016)



werden.¹⁸ Die Arbeitsplätze von Sekretären, Sachbearbeitern, Hilfskräften, Mechanikern, Fahrzeug- und Maschinenführern werden wohl am schlimmsten betroffen sein. Alleine in Deutschland sind demnach ca. 18 Mio. Arbeitsplätze gefährdet.¹⁹

Aber auch für Unternehmen selbst – jedenfalls für KMU – ist die Industrie 4.0 eine Gefahr. Die Aufrüstung eines Unternehmens, so dass eine intelligente Fabrik entstehen könnte, ist sehr kostenintensiv. Die Beschaffung der Komponenten kann in die Millionen gehen. Während die großen Unternehmen sich entsprechende Investitionen leisten können, stellen sie für kleinere Unternehmen und grade kleinere Zulieferer eine (teilweise unüberwindbare) Herausforderung dar. Da die intelligente Fabrik jedoch nur dann ihr Potential ausschöpfen und die gewünschten Effizienzfortschritte gewährleisten kann, wenn alle in den Fertigungsprozess involvierten Unternehmen, also auch Zulieferer und Subunternehmer, auf dem gleichen Stand der Technik sind, bedeutet das für viele Unternehmen das Aus. Dazu kommt das Problem des Fachkräftemangels. Selbst wenn sich ein kleinerer Zulieferer oder Subunternehmer die entsprechende Technik leisten kann und insofern sein Unternehmen modernisiert, wird er Probleme haben, fachkundiges und kompetentes Personal, das sich sowohl mit den Maschinen, als auch mit der dahinterstehenden Software auskennt, zu finden. Auch da werden die großen, kapitalstarken Unternehmen ihren Vorteil ausspielen, indem sie die besseren Arbeitgeber für die begehrten Fachkräfte sein können.

7. Fazit

Die Digitalisierung des Binnenmarktes ist im Prinzip längst überfällig. Für die Wettbewerbsfähigkeit Europas und im Interesse einer erfolgreichen Volkswirtschaft sind Barrieren im digitalen Bereich abzuschaffen.

Probleme bereitet jedoch die Umsetzung. Zum einen gestaltet sich die Schaffung eines rechtlichen Rahmengerüsts nicht so einfach. Die Vorstellungen über einen Daten-, Verbraucher- und Urheberschutz entsprechen, aus deutscher Sicht, nicht dem gewünschten und bereits praktizierten Schutzstandard. Fraglich ist also, ob sich durch die Einführung von Regelungen, die hinter dem Schutzstandard einiger nationaler Regelungen zurückbleiben das gewünschte Vertrauen der Verbraucher in einen grenzüberschreitenden Online-Handel stärken lässt (ohne an dieser Stelle auf die rechtlichen Folgeprobleme einzugehen, die sich ebenfalls stellen). Zudem scheint es unwahrscheinlich, dass auf der Basis von seichten Kompromissen entstandene Datenschutzrichtlinien, die notwendige Sicherheit vermitteln können. Jedenfalls

¹⁸ Frey/Osborne (http://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/downloads/academic/The_Future_of_Employment.pdf, zuletzt abgerufen am 24.4.2016); Bowles (<http://bruegel.org/2014/07/the-computerisation-of-european-jobs/>, zuletzt abgerufen am 24.4.2016).

¹⁹ Studie der ING DIBA (<https://www.ing-diba.de/pdf/ueber-uns/presse/publikationen/ing-diba-economic-research-die-roboter-kommen.pdf>, abgerufen zuletzt 24.4.2016).



müssen Unternehmen und Verbraucher über die Möglichkeiten eines digitalen Binnenmarktes und dessen Folgen aufgeklärt werden.

Auch wenn die Steigerung des europäischen BIP und die Schaffung neuer Arbeitsplätze wirtschaftlich auf den ersten Blick erstrebenswert erscheinen, darf man sich nicht blenden lassen. Mit der Digitalisierung wird eine wesentliche Automatisierung verbunden sein. Das wird Produktionsprozesse effizienter gestalten, Produkte möglicherweise besser machen und auch vollkommen neue Entwicklungen ermöglichen, aber es wird Arbeitsplätze kosten. Das Problem, das sich dann ergeben wird ist, dass die entstehenden Arbeitsplätze nicht mit den frei werdenden Arbeitnehmern besetzt werden können. Es wird ein enormer Bedarf an Fachkräften entstehen, die sowohl mit Maschinen, als auch mit der Software umgehen können. Entsprechende Fachkräfte fehlen schon heute sowohl in Deutschland, als auch in der Europäischen Union insgesamt und der Mangel wird sich mit steigender Digitalisierung nur verschlimmern. Während die Arbeitnehmer, deren Arbeitsplätze der Automatisierung zum Opfer fallen, im wahrsten Sinne des Wortes „beschäftigungslos“ sein werden, da ihre Beschäftigung quasi ersatzlos wegfallen wird. Auch für kleinere und kapital schwächere Unternehmen wird die Digitalisierung mit Blick auf die Industrie 4.0 ein Kampf um das Überleben. Wer sich die kostenintensiven Komponenten, die für die Errichtung einer intelligenten Fabrik benötigt werden, nicht leisten kann, wird eher früher als später vom Markt, aufgrund fehlender Kompatibilität, verschwinden. Profitieren werden dagegen ohne Zweifel die Unternehmen der IKT-Branche sowie große, kapitalstarke Unternehmen und auch die Beraterfirmen.

Um die Entstehung eines falschen Bildes zu vermeiden: Der digitale Binnenmarkt ist notwendig und grundsätzlich begrüßenswert. Ebenso ist voranschreitende Technisierung und Innovation im Sinne einer entwickelten und modernen Volkswirtschaft. Allerdings dürfen bei allem Enthusiasmus nicht die Folgen und möglichen Schattenseiten ausgeblendet werden. Vielleicht wäre es empfehlenswert, frühzeitig und mit aller Macht den sicher eintretenden Folgen, wie z. B. dem entstehenden Fachkräftemangel, entgegenzuwirken, anstatt die Kräfte auf etwas zu verschwenden, das der Markt mit dem Abbau digitaler Barrieren alleine regeln wird, wie beispielsweise die Entstehung eines europäischen Paketdienstes.