



Kapitelübersicht

Schwerpunkte + Quellen

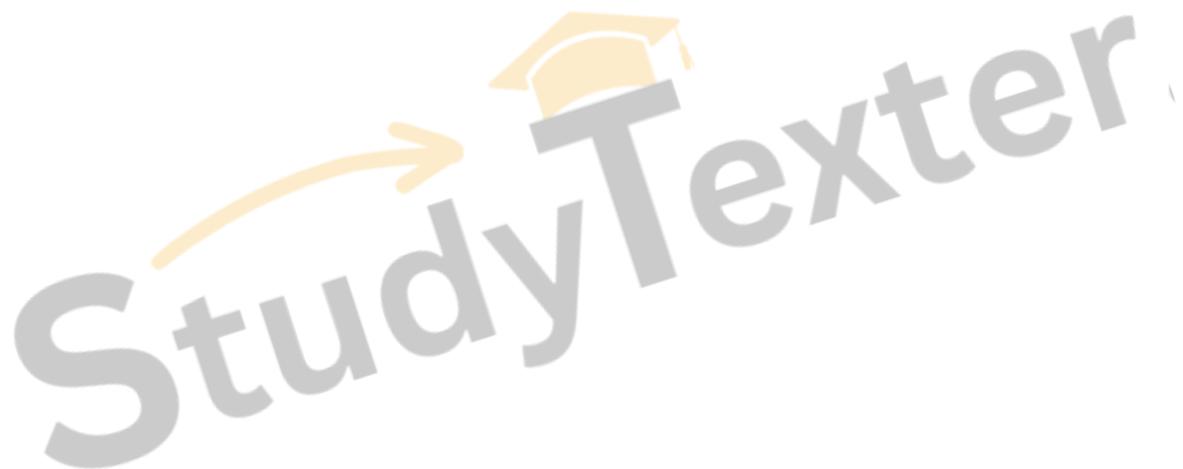
Die zentralen Erfolgsfaktoren für die Expansion von Unternehmen aus dem Vereinigten Königreich in den europäischen Markt.

Bachelor in International Business Relations

StudyTexter

Inhaltsübersicht

1. Einleitung.....	1
2. Der europäische Binnenmarkt als Expansionsziel.....	1
2.1 Strukturelle Merkmale und Marktcharakteristika.....	1
2.2 Auswirkungen des Brexit auf Expansionsstrategien.....	2
3. Erfolgsfaktoren für die internationale Expansion.....	3
3.1 Strategische Markteintrittsoptionen.....	3
3.2 Nachhaltige Geschäftspartnerschaften.....	5
4. Branchenspezifische Unterschiede im europäischen Markt.....	6
4.1 Analyse der Dienstleistungsbranche.....	6
4.2 Betrachtung des produzierenden Gewerbes.....	8
5. Länderübergreifende Erfolgsfaktoren.....	9
5.1 Kulturelle und wirtschaftliche Besonderheiten.....	9
5.2 Rechtliche Rahmenbedingungen.....	11
6. Fazit.....	12



1. Einleitung

2. Der europäische Binnenmarkt als Expansionsziel

2.1 Strukturelle Merkmale und Marktcharakteristika

Zusammenfassung:

Diese Kapitel beschreiben die grundlegenden strukturellen Merkmale und Marktcharakteristika des europäischen Binnenmarktes, einschließlich Marktgröße, Konsumentenverhalten und Wettbewerbslandschaft.

Schwerpunkte:

- **Der europäische Binnenmarkt als größte Wirtschaftszone:** Der europäische Binnenmarkt umfasst die wirtschaftliche Integration von 27 Mitgliedstaaten und stellt die weltweit größte Wirtschaftszone dar, die durch den freien Verkehr von Waren, Dienstleistungen, Kapital und Arbeitskräften gekennzeichnet ist (vgl. Moravcsik 1991). Dies schafft erhebliche Vorteile für Unternehmen, die Zugang zu einer großen Konsument*innenbasis und vereinfachten Handelsbedingungen erhalten.
- **Konsument*innenverhalten und Marktgröße:** Mit einer Bevölkerung von über 450 Millionen Menschen bietet der Binnenmarkt ein enormes Konsument*innenpotenzial, das durch eine steigende Nachfrage nach qualitativ hochwertigen Gütern und Dienstleistungen geprägt ist (vgl. Felbermayr 2017). Besonders in Ländern wie Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien ist der Binnenmarkt aufgrund seiner wirtschaftlichen Stärke und Nachfrageattraktivität ein entscheidender Expansionsfaktor.
- **Wettbewerb und institutionelle Dynamik:** Der Binnenmarkt setzt Unternehmen einer intensiven Konkurrenz aus, was zu einer Verbesserung der Innovations- und Effizienzstandards führt. Gleichzeitig haben EU-Institutionen wie die Europäische Kommission den Prozess der Marktliberalisierung gefördert, um gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen, was die Attraktivität des Marktes weiter erhöht (vgl. Streeck/Schmitter 1991).
- **Bedeutung der Harmonisierung regulatorischer Standards:** Der Binnenmarkt fördert die gegenseitige Anerkennung von Mindeststandards, um Hindernisse für den Handel zu reduzieren (vgl. Moravcsik 1991). Dies ermöglicht Unternehmen, ihre Produkte und Dienstleistungen in verschiedenen Ländern ohne umfangreiche Anpassungen anzubieten und so Skaleneffekte zu erzielen.
- **Herausforderungen durch hohe Markteintrittskosten:** Trotz der Liberalisierung weist der Binnenmarkt in einigen Ländern, wie beispielsweise Italien, immer noch hohe bürokratische und regulatorische Hürden auf. Dies kann die Gründung neuer Unternehmen behindern und den Markteintritt erschweren (vgl. Klapper et al. 2004). Solche Kosten zwingen neue Marktteilnehmende oft, von Beginn an eine größere Unternehmensgröße anzustreben, was für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) eine erhebliche Herausforderung darstellt.
- **Landwirtschaft und Industrie im Binnenmarkt:** Im Durchschnitt entfallen 52,6 % der

landwirtschaftlichen Endproduktion auf tierische Leistungen, was die Bedeutung des Sektors innerhalb des Binnenmarktes unterstreicht (vgl. Uhlmann 1991). Zudem bietet die Vielfalt an Branchen, wie etwa die Mischfutterindustrie, Unternehmen zahlreiche Möglichkeiten zur Ausweitung ihrer Marktaktivitäten. Die strukturelle Vielfalt des Marktes schafft Differenzierungspotenziale, die gezielt genutzt werden können.

Passende Quellen:

- Felbermayr, G. (2017). Wirtschaftliche Aspekte des Brexit. Deutscher Bundestag, 18(21), S. 1–18.
https://www.bundestag.de/resource/blob/503534/404bfd5eaa05b07453e568e3762ad372/adrs-18_21_98.pdf
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2004). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship (Working Paper Nr. 10380). National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w10380/w10380.pdf
- Moravcsik, A. (1991). Negotiating the Single European Act. International Organization, 45(1), S. 19–56.
<http://www.princeton.edu/~amoravcs/library/negotiating.pdf>
- Streeck, W., & Schmittter, P. C. (1991). From National Corporatism to Transnational Pluralism: Organized Interests in the Single European Market. Politics & Society, 19(2), 133–164. <https://doi.org/10.1177/003232929101900202>
- Uhlmann, F. (1991). Mischfutterindustrie im europäischen Binnenmarkt. Schriften der Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialwissenschaften des Landbaues e.V., Band 27, Nummer 19, S. 195–202.
<https://ageconsearch.umn.edu/record/210699/files/Bd27Nr19.pdf>

2.2 Auswirkungen des Brexit auf Expansionsstrategien

Zusammenfassung:

Untersuchung der Auswirkungen des Brexit auf Expansionsstrategien, einschließlich der damit verbundenen Risiken und Chancen sowie der notwendigen Anpassungen für Unternehmen.

Schwerpunkte:

- **Auswirkungen des Brexit auf Handelsbeziehungen und Marktzugang:** Der Brexit hat zu einer Verschärfung technischer Handelshemmnisse geführt, die mit gesundheitspolizeilichen und pflanzenschutzrechtlichen Maßnahmen verbunden sind. Diese Veränderungen machen etwa zwei Drittel der Produktionsverluste im Vereinigten Königreich aus und wirken sich negativ auf die Wettbewerbsfähigkeit britischer Unternehmen aus (vgl. Arriola et al. 2020). Die Exporte und Importe des Vereinigten Königreichs könnten mittel- bis langfristig um 6,1 % bzw. 7,8 % zurückgehen, was strategische Anpassungen erforderlich macht, um Zugang zu europäischen Märkten zu sichern (vgl. ebd.).
- **Produktionsverluste und wirtschaftliche Anpassung:** Der Austritt aus dem Binnenmarkt hat nicht nur Handelsflüsse beeinträchtigt, sondern auch zu einem mittelfristigen Produktionsverlust im Vereinigten Königreich von etwa 3,5 % geführt, während die Auswirkungen auf die EU27 deutlich geringer ausfallen. Dies zeigt, wie gravierend die wirtschaftlichen Folgen des Brexits für britische Unternehmen sind, die nach neuen Marktstrategien suchen müssen, um ihre Position zu stabilisieren (vgl.

Arriola et al. 2020; Felbermayr 2017).

- **Verringerung des wirtschaftlichen Einflusses und Anpassung europäischer Partnerschaften:** Der Brexit hat die lineare Erweiterungsdynamik der EU beendet und führt dazu, dass das Vereinigte Königreich langfristig auf bilaterale Kooperationsmodelle angewiesen ist, um im europäischen Markt aktiv zu bleiben (vgl. Lippert 2019). Solche Partnerschaften erfordern eine Anpassung der Unternehmensstrategien, insbesondere mit Blick auf regulatorische und wirtschaftliche Unterschiede zwischen beiden Parteien.
- **Bedeutung kultureller und struktureller Anpassungen:** Trotz wirtschaftlicher Herausforderungen bleibt der europäische Binnenmarkt attraktiv für britische Unternehmen. Die Fähigkeit, sich an unterschiedliche kulturelle und rechtliche Rahmenbedingungen in Ländern wie Deutschland, Frankreich und Spanien anzupassen, wird zunehmend zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor (vgl. Felbermayr 2017; Tekin 2016). Dies erfordert die Entwicklung flexibler Marktstrategien, die auf die Vielfalt der EU-Mitgliedstaaten abgestimmt sind.
- **Auswirkungen auf den sozialen und wirtschaftlichen Kontext:** Der Brexit beeinflusst nicht nur die Handelsdynamik, sondern auch die sozialen Strukturen in Bezug auf Einkommen und Arbeitsplätze in Großbritannien. Die dadurch ausgelösten Veränderungen zeigen, dass langfristige Investitionen und nachhaltige Partnerschaften entscheidend sind, um wirtschaftliche Stabilität zu gewährleisten (vgl. Townsend 1979). Britische Unternehmen müssen integrative Strategien entwickeln, um die neuen wirtschaftlichen und sozialen Gegebenheiten zu adressieren.

Passende Quellen:

- Arriola, C., Benz, S., Mourougane, A., & Van Tongeren, F. (2020). The trade impact of the UK's exit from the EU Single Market. OECD Economics Department Working Papers, Nr. 1631, S. 1–29. <https://dx.doi.org/10.1787/682c2995-en>
- Felbermayr, G. (2017). Wirtschaftliche Aspekte des Brexit. Deutscher Bundestag, 18(21), S. 1–18. https://www.bundestag.de/resource/blob/503534/404bfd5eaa05b07453e568e3762ad372/adrs-18_21_98.pdf
- Lippert, B. (2019). Die EU und ihre Nachbarschaftsbeziehungen: etablierte Assoziierungsmodelle und neue Grundformen. *Integration*, 2/2019, S. 83-96. <https://doi.org/10.5771/0720-5120-2019-2-83>
- Tekin, F. (2016). Was folgt aus dem Brexit? Mögliche Szenarien differenzierter (Des-)Integration. *Integration*, 3/2016, S. 183–197. https://iep-berlin.de/site/assets/files/3145/funda-tekin_was_folgt_aus_dem_brexit.pdf
- Townsend, P. (1979). *Poverty in the United Kingdom*. Penguin Books Ltd. <https://www.poverty.ac.uk/system/files/townsend-book-pdfs/PIUK/piuk-prelims.pdf>

3. Erfolgsfaktoren für die internationale Expansion

3.1 Strategische Markteintrittsoptionen

Zusammenfassung:

Darstellung und Vergleich verschiedener strategischer Markteintrittsoptionen, wie Joint

Ventures, Franchising, und Greenfield-Investitionen, unter Berücksichtigung ihrer jeweiligen Vor- und Nachteile.

Schwerpunkte:

- **Joint Ventures als strategische Option zur Minimierung von Risiken und Maximierung von Ressourcen:** Joint Ventures bieten britischen Unternehmen eine effektive Möglichkeit, in den europäischen Markt einzutreten, indem sie das Risiko zwischen den Partnerunternehmen aufteilen und Zugang zu lokalen Ressourcen sowie Fachwissen ermöglichen. Killing (2013) betont, dass ein gutes Design und Management von Joint Ventures essenziell sind, um deren Erfolg sicherzustellen, da diese Unternehmensform trotz ihrer Vorteile als besonders anspruchsvoll gilt.

- **Franchising als effiziente Methode zur Nutzung bestehender lokaler Netzwerke:** Franchising ermöglicht es Unternehmen, in einen neuen Markt einzutreten, ohne umfangreiche Investitionen in Infrastruktur oder Personal tätigen zu müssen. Es bietet britischen Firmen die Chance, lokale Partner*innen mit Marktkenntnis einzubinden und gleichzeitig markenspezifische Standards beizubehalten. Diese Option ist besonders in der Dienstleistungsbranche hilfreich, wie Köppe (2024) anhand erfolgreicher Transformationsprozesse zeigt.

- **Greenfield-Investitionen für volle Kontrolle und langfristige Marktpositionierung:** Greenfield-Investitionen erlauben britischen Unternehmen, neue Niederlassungen in Europa aufzubauen und somit die vollständige Kontrolle über ihre Aktivitäten zu behalten. Diese Methode ist jedoch kapitalintensiv und birgt potenzielle Risiken, insbesondere in Märkten mit hohen bürokratischen Hürden wie Italien (vgl. Killing 2013). Greenfield-Investitionen sind vor allem dann sinnvoll, wenn strategische Alleinstellungsmerkmale geschaffen werden sollen, um in einem wettbewerbsintensiven Markt langfristig erfolgreich zu sein.

- **Differenzierte Wahl der Markteintrittsstrategie abhängig von branchenspezifischen Anforderungen:** Branchen wie die produzierende Industrie erfordern häufig kapitalintensive Optionen wie Greenfield-Investitionen, während Dienstleistungsbranchen von weniger kapitalintensiven Strategien wie Franchising profitieren können. Die Analyse von Khanna et al. (2005) zeigt, dass die Branchenrentabilität stark von länderspezifischen Bedingungen abhängt, was die strategische Entscheidung für eine Option stark beeinflussen sollte.

- **Nutzung aggressiver Akquisitionsstrategien durch "Springboard"-Ansatz:** Insbesondere für Schwellenmarktfirmen, die sich auf internationale Expansion fokussieren, stellt der Erwerb strategischer Ressourcen durch Übernahmen eine wichtige Option dar. Luo und Tung (2007) beschreiben, wie Unternehmen aus Schwellenländern durch aggressive Akquisitionsstrategien Nachteile ausgleichen und kritische Vermögenswerte von etablierten Unternehmen erwerben – diese Erkenntnis kann auch auf britische Unternehmen angewendet werden, die durch Übernahmen ihre Position in Europa stärken können.

- **Die Bedeutung von Kooperationen für nachhaltigen Markteintritt:** Blum (2020) unterstreicht, dass Kooperationen, beispielsweise in Form von Plattformmärkten oder Fusionen, Unternehmen helfen können, Dominanz in neuen Märkten zu erlangen. Für britische Unternehmen ist die Zusammenarbeit mit europäischen Partner*innen eine

zentrale Strategie, um regulatorische und kulturelle Herausforderungen zu bewältigen und langfristig Erfolg zu sichern.

Passende Quellen:

- Blum, U. (2020). Das Unternehmen im Wirtschaftskrieg. In Wirtschaftskrieg (S. 651–722). Springer Gabler. https://doi.org/10.1007/978-3-658-28364-3_9
- Khanna, T., Palepu, K. G., & Sinha, J. (2005). Strategies that fit emerging markets. HBR Spotlight, 62–76. <https://classdat.appstate.edu/COB/MGT/ShinnarRS/ANGERS/Readings/Reading%20Strategies%20that%20fit%20emerging%20markets.pdf>
- Killing, P. (2013). Strategies for Joint Venture Success (RLE International Business) (1. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203077757>
- Köppe, F. (2024). Was braucht es für den Mut zum Wandel? In O. Wintermann & C. Daheim (Hrsg.), Triple Transformation: New Work, Digitalisierung und Nachhaltigkeit (S. 33–54). Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG. <https://doi.org/10.37307/b.978-3-503-23933-7.03>
- Luo, Y., & Tung, R. L. (2007). International expansion of emerging market enterprises: A springboard perspective. Journal of International Business Studies, 38, 481–498. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400275>

3.2 Nachhaltige Geschäftspartnerschaften

Zusammenfassung:

Erörterung nachhaltiger Geschäftspartnerschaften, einschließlich der Bedeutung langfristiger Kooperationen und Netzwerke sowie Best Practices für erfolgreiche Partnerschaften.

Schwerpunkte:

- Nachhaltige Geschäftspartnerschaften erfordern eine hohe Qualität zwischenmenschlicher Beziehungen und institutioneller Zusammenarbeit, die durch gegenseitiges Vertrauen, Kulturverständnis und effektive Kommunikation aufgebaut werden können. Besonders die grenzüberschreitende Planung und Unterstützung durch Mechanismen wie EU-Fördermittel spielt hierbei eine Schlüsselrolle (vgl. Kurowska-Pysz/Szczepańska-Woszczyzna 2017).
- Langfristiger Erfolg in nachhaltigen internationalen Geschäftspartnerschaften hängt entscheidend von der strategischen Ausgestaltung und dem Management gemeinsamer Unternehmungen ab. Killing (2013) hebt hervor, dass ein sorgfältig durchdachtes Joint-Venture-Design, das auf eine klare Rollenverteilung und Zielabstimmung setzt, ein zentraler Erfolgsfaktor ist.
- Unternehmen profitieren von einer ressourcenbasierten Perspektive, um Bindungen zu stärken und nachhaltige Geschäftspartnerschaften aufzubauen. Bansal (2004) betont, dass ressourcenbasierte Möglichkeiten, wie technologische Innovation und institutionelle Anpassung, entscheidend für die nachhaltige Entwicklung von Unternehmen sind.
- Die erfolgreiche Entwicklung nachhaltiger Geschäftspartnerschaften variiert stark je nach Branche und Marktanforderungen. Pietersen und Schrahe (2008) verdeutlichen, dass branchenspezifische Strategien, insbesondere im Einzelhandel, berücksichtigt

werden müssen, um kulturelle und institutionelle Herausforderungen zu bewältigen.

- Historische Affinitäten und die geografische Nähe zwischen Geschäftspartner*innen sind oft ausschlaggebend für eine nachhaltige Zusammenarbeit. Dies zeigt sich deutlich in Studien zu grenzüberschreitenden Kooperationen, die hervorgehoben haben, dass solche Faktoren in der Anfangsphase der Beziehung eine unterstützende Rolle spielen (vgl. Kurowska-Pysz/Szczepańska-Woszczyzna 2017).

- Eine kritische Perspektive auf bestehende Nachhaltigkeitsmodelle zeigt, dass der Erfolg internationaler Partnerschaften mehr von Flexibilität und Anpassungsfähigkeit als von starren Strukturen abhängt. Dazu gehört, sich schnell verändernden Marktanforderungen und regulatorischen Rahmenbedingungen anzupassen, wie Killing (2013) am Beispiel von Joint Ventures erörtert.

Passende Quellen:

- Bansal, P. (2004). Evolving sustainably: a longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), S. 197-218.
<https://doi.org/10.1002/smj.441>
- Killing, P. (2013). *Strategies for Joint Venture Success* (RLE International Business) (1. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203077757>
- Kurowska-Pysz, J., & Szczepańska-Woszczyzna, K. (2017). The Analysis of the Determinants of Sustainable Cross-Border Cooperation and Recommendations on Its Harmonization. *Sustainability*, 9(12), 1–13. <https://doi.org/10.3390/su9122226>
- Pietersen, F., & Schrahe, C. (2008). Kritische Erfolgsfaktoren im Rahmen der Internationalisierung am Beispiel des Betriebstyps Hypermarkt. In H.C. Riekhof (Hrsg.), *Retail Business in Deutschland* (S. 223–249). Gabler.
https://doi.org/10.1007/978-3-8349-9437-0_9

4. Branchenspezifische Unterschiede im europäischen Markt

4.1 Analyse der Dienstleistungsbranche

Zusammenfassung:

Detaillierte Analyse der Dienstleistungsbranche im europäischen Markt, einschließlich Trends, Herausforderungen und Wachstumschancen in verschiedenen Dienstleistungssektoren.

Schwerpunkte:

- **Der Dienstleistungssektor als Haupttreiber für das Wirtschaftswachstum in der EU:** Zwischen 2000 und 2023 stieg die Bruttowertschöpfung durch Dienstleistungen um 30,4 %, was die zentrale Bedeutung dieses Sektors für die europäische Wirtschaft verdeutlicht (vgl. Dorn et al. 2024). Britische Unternehmen können von diesem Wachstum profitieren, indem sie gezielt in expandierende Dienstleistungsbranchen investieren.

- **Herausforderungen durch regulatorische Hindernisse:** Trotz der wirtschaftlichen Bedeutung des Dienstleistungssektors bestehen innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) weiterhin erhebliche Barrieren für die Erbringung von

Dienstleistungen. Diese Hindernisse sind oft vergleichbar mit denen, denen Unternehmen aus Drittstaaten begegnen (vgl. Dorn et al. 2024). Besonders britische Unternehmen müssen Strategien entwickeln, um diese regulatorischen Hürden zu überwinden.

- **Bedeutung der Preisunterschiede und Marktdynamik:** Laut einer Untersuchung aus dem Jahr 2023 zeigt die Dienstleistungsbranche eine viermal höhere Preisstreuung innerhalb der EU als der Warenhandel, was auf heterogene Marktbedingungen hinweist (vgl. Busch 2025). Hieraus ergibt sich die Notwendigkeit für britische Unternehmen, Strategien zu entwickeln, die auf spezifische Preisniveaus und Marktstrukturen abgestimmt sind.

- **Lokalisierung und kulturelle Anpassung als Erfolgsfaktoren:** Studien heben die Bedeutung von lokaler Marktkenntnis und kultureller Sensibilität hervor, um in der Dienstleistungsbranche erfolgreich zu sein (vgl. Goddard et al. 2005). Die Fähigkeit von Unternehmen, sich an heterogene Konsummuster und Präferenzen anzupassen, ist entscheidend für die langfristige Positionierung auf europäischen Märkten.

- **Deutsche und europäische Wirtschaft als Schlüsselgrößen:** Über die Hälfte der deutschen Einfuhren stammen aus der EU, und der deutsche Markt beeinflusst maßgeblich andere EU-Volkswirtschaften. Ein Anstieg des deutschen BIP um einen Euro führt beispielsweise zu einem Anstieg des BIP in den übrigen EU-Ländern um 23 Cent (vgl. Leinweber et al. 2024). Diese ökonomische Verzahnung bietet britischen Dienstleistungsunternehmen Chancen, die von der wirtschaftlichen Stärke Deutschlands profitieren können.

- **Auswirkungen des Brexit auf Arbeitsplätze und Nachfrage im Dienstleistungssektor:** Der Brexit führte zu einem Rückgang der britischen Exporte in die EU, was negative Auswirkungen auf Arbeitsplätze hatte. So betrug der beschäftigungsbasierte Exportgehalt der britischen Exporte in die EU27 im Jahr 2014 etwa 1,3 Millionen Vollzeitjobs (vgl. Felbermayr 2017). Britische Unternehmen im Dienstleistungssektor müssen neue Partner*innen und Märkte innerhalb der EU erschließen, um diese Verluste auszugleichen.

Passende Quellen:

- Busch, B. (2025). Der Europäische Binnenmarkt: ein neuer Anlauf. IW-Kurzbericht, Nr. 10/2025, S. 1–3.
https://www.iwkoeln.de/fileadmin/user_upload/Studien/Kurzberichte/PDF/2025/IW-Kurzbericht_2025-Europ%C3%A4ischer-Binnenmarkt.pdf
- Dorn, F., Flach, L., & Gourevich, I. (2024). EU-Binnenmarkt stärken: Die ungenutzten Potenziale eines vertieften Dienstleistungshandels. ifo Schnelldienst, 77(5), 24–29. <https://www.ifo.de/DocDL/sd-2024-05-dorn-et-al-eu-binnenmarkt.pdf>
- Felbermayr, G. (2017). Wirtschaftliche Aspekte des Brexit. Deutscher Bundestag, 18(21), S. 1–18.
https://www.bundestag.de/resource/blob/503534/404bfd5eaa05b07453e568e3762ad372/adrs-18_21_98.pdf
- Goddard, J., Tavakoli, M., & Wilson, J. O. S. (2005). Determinants of profitability in European manufacturing and services: evidence from a dynamic panel model. Applied Financial Economics, 15(18), 1269–1282.
<https://doi.org/10.1080/09603100500387139>

- Leinweber, V., Bömer, M., & Weiß, J. (2024). Die Bedeutung der deutschen Wirtschaft für Europa. Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V.
https://www.vbw-bayern.de/Redaktion/Frei-zugaengliche-Medien/Abteilungen-GS/Volkswirtschaft/2024/Downloads/Studie_Die-Bedeutung-der-deutschen-Wirtschaft-f%C3%BCr-Europa_final.pdf

4.2 Betrachtung des produzierenden Gewerbes

Zusammenfassung:

Betrachtung des produzierenden Gewerbes im europäischen Markt, einschließlich der wichtigsten Industriezweige, Produktionskapazitäten und Innovationspotenziale.

Schwerpunkte:

- **Die Rolle des produzierenden Gewerbes als tragende Säule der europäischen Wirtschaft:** Das verarbeitende Gewerbe ist ein zentraler Bestandteil der europäischen Wirtschaft und macht einen signifikanten Anteil des BIP in Ländern wie Deutschland, Frankreich und Italien aus (vgl. Goddard et al. 2005). Die Bedeutung dieses Sektors unterstreicht die Notwendigkeit für britische Unternehmen, ihre Produktionsstrategien im Hinblick auf diesen Markt sorgfältig zu planen.
- **Herausforderungen für britische Unternehmen durch hohe bürokratische Markteintrittsbarrieren:** Länder wie Italien weisen aufgrund hoher Markteintrittskosten, die 20 % des Pro-Kopf-GNP betragen, im Vergleich zu einem Durchschnitt von 10 % bei anderen G-7-Staaten besonders schwierige Bedingungen für neue Marktakteure auf (vgl. Klapper et al. 2004). Diese finanziellen und administrativen Hürden beeinflussen insbesondere Greenfield-Investitionen, die häufig bevorzugt werden, wenn volle Kontrolle über Produktionskapazitäten notwendig ist.
- **Innovationspotenziale und Systemharmonisierung als Erfolgsfaktoren:** Um im produzierenden Gewerbe wettbewerbsfähig zu bleiben, ist die Harmonisierung der Systemlandschaft entscheidend, insbesondere bei Fusionen oder Umstrukturierungen von Unternehmen. Verbesserte Datenmigration und Systemkonsolidierung tragen zur Effizienz und Wettbewerbsfähigkeit bei und sind insbesondere in Branchen wie dem Maschinenbau und der Automobilindustrie ein zentraler Erfolgsfaktor (vgl. Wachter/Zaelke 2014).
- **Einfluss der Kostenstruktur und Profitabilität auf die Wettbewerbsfähigkeit:** Studien zeigen, dass die Profitabilität im verarbeitenden Gewerbe stärker vom Marktanteil beeinflusst wird als im Dienstleistungssektor. Gleichzeitig besteht eine negative Beziehung zwischen der Unternehmensgröße und der Rentabilität, was besonders mittelständische Unternehmen zu einer zentralen Zielgruppe für erfolgreiche Markteintrittsstrategien macht (vgl. Goddard et al. 2005).
- **Marktkonsolidierung als Folge von Globalisierung und Deregulierung:** Die im Vereinigten Königreich vorangetriebene Deregulierung hat europäische Märkte beeinflusst und zu einem verstärkten Wettbewerb geführt. Dies stellt Unternehmen im produzierenden Gewerbe vor neue Herausforderungen, insbesondere in regulierten Sektoren, in denen Effizienz und Anpassungsfähigkeit entscheidend sind (vgl. Streeck/Schmitter 1991).

- **Bedeutung makroökonomischer Stabilität für nachhaltige Expansion:** Die wirtschaftliche Entwicklung im Euroraum zeigt eine leichte Produktionssteigerung von 1,2 % im Jahr 2019, was langfristige Chancen für Expansionen im produzierenden Gewerbe bietet (vgl. Boysen-Hogrefe et al. 2019). Britische Unternehmen können von der stabilen Nachfrage und den Wachstumsprognosen profitieren, wenn sie ihre Strategien an die Marktgegebenheiten anpassen.

Passende Quellen:

- Boysen-Hogrefe, J., Fiedler, S., Groll, D., Kooths, S., & Stolzenburg, U. (2019). Konjunktur im Euroraum im Frühjahr 2019 - Euroraum: Konjunktur im Kielwasser des Welthandels. Kieler Konjunkturberichte, 52, S. 1–21. https://www.econstor.eu/bitstream/10419/209464/1/kkb_52_2019-q1_euroraum.pdf
- Goddard, J., Tavakoli, M., & Wilson, J. O. S. (2005). Determinants of profitability in European manufacturing and services: evidence from a dynamic panel model. Applied Financial Economics, 15(18), 1269–1282. <https://doi.org/10.1080/09603100500387139>
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2004). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship (Working Paper Nr. 10380). National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w10380/w10380.pdf
- Streeck, W., & Schmittter, P. C. (1991). From National Corporatism to Transnational Pluralism: Organized Interests in the Single European Market. Politics & Society, 19(2), 133–164. <https://doi.org/10.1177/003232929101900202>
- Wachter, S., & Zaelke, T. (2014). Systemkonsolidierung und Datenmigration als geschäftskritische Erfolgsfaktoren. HMD Praxis der Wirtschaftsinformatik, 51, 142–153. <https://doi.org/10.1365/s40702-014-0023-2>

5. Länderübergreifende Erfolgsfaktoren

5.1 Kulturelle und wirtschaftliche Besonderheiten

Zusammenfassung:

Analyse der kulturellen und wirtschaftlichen Besonderheiten, die länderübergreifend für den Erfolg von Unternehmen in Europa relevant sind, einschließlich kultureller Unterschiede und wirtschaftlicher Bedingungen.

Schwerpunkte:

- **Unterschiedliche kulturelle Präferenzen und deren Einfluss auf Geschäftsbeziehungen:** Die kulturelle Vielfalt innerhalb Europas führt zu variierenden Geschäftsgepflogenheiten und Kommunikationsstilen. Britische Unternehmen müssen diese Unterschiede verstehen und ihre Strategien an die jeweiligen kulturellen Besonderheiten anpassen, um nachhaltige Partnerschaften zu entwickeln (vgl. Middleton/Clarke 2012). In der Dienstleistungsbranche ist beispielsweise kulturelle Sensibilität bei der Interaktion mit Kund*innen entscheidend, da diese oft direkten Kundenkontakt beinhaltet (vgl. ebd.).

- **Wirtschaftliche Disparitäten zwischen EU-Mitgliedsländern als Herausforderung und Chance:** Die EU zeichnet sich durch ökonomische Ungleichgewichte aus, die von

der Produktivitätsstärke Deutschlands bis zu den vergleichsweise schwächeren Volkswirtschaften Südeuropas reichen. Für britische Unternehmen eröffnen sich hier differenzierte Marktpotenziale, wobei zum Beispiel geringere Arbeitskosten in Ländern wie Portugal eine kosteneffiziente Produktion ermöglichen können (vgl. Streeck/Schmitter 1991). Gleichzeitig erfordern wirtschaftliche Disparitäten jedoch eine präzise Marktanalyse, um gezielte Investitionen zu tätigen (vgl. ebd.).

- **Regulierungs- und Markteintrittsbarrieren als wirtschaftliche Besonderheit:** Die EU vereinheitlicht zwar viele regulatorische Vorgaben, jedoch bestehen weiterhin erhebliche Unterschiede zwischen den Mitgliedsländern. Italien hebt sich etwa durch besonders hohe bürokratische Hürden und Markteintrittskosten hervor, was insbesondere kleinere Unternehmen vor große Herausforderungen stellt (vgl. Klapper et al. 2004). Dies zwingt Unternehmen dazu, ihre Expansionsstrategien speziell an die jeweiligen nationalen Regelungen anzupassen (vgl. ebd.).

- **Länderübergreifende Marktwert- und Nachfrageunterschiede im Kontext von Wettbewerb und Wachstum:** Deutschland, Frankreich, Italien und Spanien weisen jeweils unterschiedliche Marktwerte und wirtschaftliche Dynamiken auf, die sich direkt auf den Erfolg in der Geschäftspartnerschaftsentwicklung auswirken. Die deutsche Wirtschaft, zum Beispiel, beeinflusst durch ihre Größe und Importnachfrage die Nachbarländer signifikant (vgl. Felbermayr 2017). Diese ökonomischen Verzahnungen stellen für britische Unternehmen eine Chance dar, gezielt von regionalem Wachstum zu profitieren (vgl. ebd.).

- **Bedeutung finanzieller Stärke für nationale Marktstrukturen und Erfolg:** In Spanien und anderen südlichen Ländern zeigen sich enge Zusammenhänge zwischen der finanziellen Stärke eines Unternehmens und dessen Erfolg aufgrund der stark ungleich verteilten Marktdynamiken (vgl. Gerhards et al. 2012). Britische Unternehmen müssen daher in bestimmten Ländern eine diversifizierte Finanzstrategie entwickeln, um einerseits im Wettbewerb zu bestehen und andererseits regional spezifische Geschäftschancen zu nutzen (vgl. ebd.).

Passende Quellen:

- Felbermayr, G. (2017). Wirtschaftliche Aspekte des Brexit. Deutscher Bundestag, 18(21), S. 1–18.
https://www.bundestag.de/resource/blob/503534/404bfd5eaa05b07453e568e3762ad372/adrs-18_21_98.pdf
- Gerhards, J., Mutz, M., & Wagner, G. G. (2012). Keiner kommt an Spanien vorbei: Außer dem Zufall. DIW Wochenbericht, 79(24), 14–20.
<https://www.econstor.eu/bitstream/10419/61167/1/717850307.pdf>
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2004). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship (Working Paper Nr. 10380). National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w10380/w10380.pdf
- Middleton, V. T. C., & Clarke, J. R. (2012). Marketing in travel and tourism (3. Aufl.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780080511108>
- Streeck, W., & Schmitter, P. C. (1991). From National Corporatism to Transnational Pluralism: Organized Interests in the Single European Market. Politics & Society, 19(2), 133–164. <https://doi.org/10.1177/003232929101900202>

5.2 Rechtliche Rahmenbedingungen

Zusammenfassung:

Überblick über die rechtlichen Rahmenbedingungen im europäischen Binnenmarkt, einschließlich Regulierungen, Normen und Compliance-Anforderungen, die für die Expansion von Unternehmen von Bedeutung sind.

Schwerpunkte:

- **Harmonisierung rechtlicher Rahmenbedingungen im europäischen Binnenmarkt als Grundlage für die Expansion:** Die Europäische Union hat durch die Vereinheitlichung von Vorschriften in Bereichen wie Wettbewerb, Datenschutz und Umweltregulierung eine Grundlage geschaffen, die den grenzüberschreitenden Handel erleichtert. Diese sogenannte „Europäisierung“ führt dazu, dass Märkte in entwickelten und sich entwickelnden Ländern europäische Standards übernehmen, wodurch britischen Unternehmen ein einheitlicher rechtlicher Rahmen geboten wird (vgl. Bradford 2012).
- **Auswirkungen hoher bürokratischer Markteintrittsbarrieren auf britische Unternehmen:** Insbesondere Länder wie Italien zeichnen sich durch überdurchschnittliche bürokratische Hürden aus, die mit Kosten von bis zu 20 % des Pro-Kopf-GNP verbunden sind. Diese hohen Markteintrittskosten beeinflussen britische Unternehmen, die versuchen, in den europäischen Markt zu expandieren, insbesondere bei der Gründung neuer Produktionsstätten oder dem Aufbau von Greenfield-Investitionen (vgl. Klapper et al. 2004).
- **Bedeutung der regulatorischen Komplexität nach dem Brexit:** Mit dem Austritt des Vereinigten Königreichs aus der EU gelten britische Unternehmen als Drittstaatenakteure und sind somit mit zusätzlichen regulatorischen Hürden konfrontiert. Diese umfassen Zollregelungen, Zertifizierungsanforderungen und den Verlust des direkten Zugangs zu harmonisierten EU-Richtlinien. Diese Barrieren können nur überwunden werden, wenn Unternehmen umfassende Compliance-Strategien entwickeln (vgl. Tekin 2016).
- **Rolle der rechtlichen Institutionen und Standards der EU im internationalen Kontext:** Die EU besitzt laut Bradford (2012) die einzigartige Fähigkeit, unilaterale Standards zu setzen, die weit über die Mitgliedsstaaten hinaus wirken. Diese Machtposition zwingt auch britische Unternehmen dazu, sich an EU-relevante Regeln und Normen zu halten, um auf dem europäischen Markt wettbewerbsfähig zu bleiben.
- **Finanzierung und rechtliche Rahmenbedingungen im Venture-Capital-Umfeld:** Der Zugang zu Venture-Capital-Fonds in Europa ist stark von rechtlichen Strukturen wie Steuererleichterungen und einheitlichen Investitionsregeln abhängig. Die rechtliche und finanzielle Unterstützung durch nationale Entwicklungsbanken in Ländern wie Deutschland oder Frankreich ist entscheidend für die Förderung von Innovationen und Expansionen, von denen auch britische Unternehmen profitieren könnten (vgl. Gazaniol et al. 2016).
- **Einfluss des Internets auf die internationalen Geschäftsstrategien und rechtliche Herausforderungen:** Der verstärkte Einsatz des Internets in internationalen Geschäftspraktiken erfordert eine Anpassung an rechtliche Vorgaben wie

Datenschutzverordnungen (z. B. DSGVO). Diese regulativen Anforderungen haben direkte Auswirkungen auf die Strategien britischer Unternehmen, die ihre digitale Präsenz im europäischen Markt ausbauen möchten (vgl. Quelch/Klein 1996).

Passende Quellen:

- Bradford, A. (2012). The Brussels Effect. *Northwestern University Law Review*, 107(1), 68 S. <https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm?abstractid=2770634>
- Gazaniol, A., Thornary, B., Fernández Acevedo, M., Navarro Perez, B., Bruno, C., del Bufalo, G., Metzger, G., Lo, V., Adey, M., & van der Schans, D. (2016). France, Germany, Italy, Spain and the United Kingdom. Bpifrance, KfW Bankengruppe, Cassa Depositi e Prestiti, Instituto de Crédito Oficial, British Business Bank, Business Development Bank of Canada. <https://www.british-business-bank.co.uk/sites/g/files/sovrnj166/files/2025-01/report-building-momentum-in-venture-capital-across-europe.pdf?attachment>
- Klapper, L., Laeven, L., & Rajan, R. (2004). Entry regulation as a barrier to entrepreneurship (Working Paper Nr. 10380). National Bureau of Economic Research. https://www.nber.org/system/files/working_papers/w10380/w10380.pdf
- Quelch, J. A., & Klein, L. R. (1996). The Internet and international marketing. *Sloan Management Review*, 37(3), S. 60. <https://search.proquest.com/openview/b1b7d9e99dc9275be6b62d0d20aa173d/1?q-origsite=gscholar&cbl=26142>
- Tekin, F. (2016). Was folgt aus dem Brexit? Mögliche Szenarien differenzierter (Des-)Integration. *Integration*, 3/2016, S. 183–197. https://iep-berlin.de/site/assets/files/3145/funda-tekin_was_folgt_aus_dem_brexit.pdf

6. Fazit

 StudyTexter