

NEBENBEI SELBST- STÄNDIG

DIE BESTEN TIPPS FÜR MEHR ERFOLG

Geschäftsidee | Unternehmensform | Formalitäten
Homepage | Marketing | Strategie | Steuern
Sozialversicherung | Gewinn- und Liquiditätsplanung
Kleinunternehmer-Regelung | Erscheinungsbild



Nebenbei
selbstständig

Die besten Tipps
für mehr Erfolg

Geschäftsidee

Unternehmensform

Formalitäten

Homepage

Marketing

Strategie

Steuern

Sozialversicherung

Gewinn- und
Liquiditätsplanung

Kleinunternehmer-
Regelung

Erscheinungsbild

Verein für Konsumenteninformation (Hrsg.)
Manfred Lappe

Nebenbei selbstständig

Die besten Tipps für mehr Erfolg

Herausgeber

Verein für Konsumenteninformation (VKI)

Linke Wienzeile 18, 1060 Wien

ZVR-Zahl 389759993

Tel. 01 588 77-0 | Fax 01 588 77-73 | E-Mail: konsument@vki.at

www.vki.at | www.konsument.at

Autor

Dkfm. Manfred Lappe

Lektorat

Gerhard Frühholz

Grafik/Produktion

Günter Hoy

Stand

Jänner 2020

Foto Umschlag

HTWE/Shutterstock.com

Druck

Holzhausen Druck GmbH, 2120 Wolkersdorf

© 2020 Verein für Konsumenteninformation, Wien

Printed in Austria

Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle dadurch begründeten Rechte, insbesondere die der Bearbeitung, der Übersetzung, des Nachdruckes, der Entnahme von Abbildungen, der Funksendung, der Wiedergabe auf fotomechanischem oder ähnlichem Wege und der Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen, bleiben ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Verlages (auch bei nur auszugsweiser Verwertung) vorbehalten. Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Buch sind auch ohne besondere Kennzeichnung im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung nicht als frei zu betrachten. Produkthaftung: Sämtliche Angaben in diesem Fachbuch erfolgen trotz sorgfältiger Bearbeitung und Kontrolle ohne Gewähr. Eine Haftung des Autors oder des Verlages aus dem Inhalt dieses Werkes ist ausgeschlossen.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über [<http://dnb.dnb.de>](http://dnb.dnb.de) abrufbar.

Sie wollen sich (nebenberuflich) selbstständig machen? Arbeitnehmer, Student oder Pensionist im Hauptberuf und Selbstständiger im Nebenjob? Das ist gar nicht so selten! Allein 100.000 Pensionistinnen und Pensionisten arbeiten in Österreich laut Helmut Spudich (2019) parallel zur Pension! Lehrer als Autoren, Fachkräfte als Sachverständige oder Vortragende, Angestellte als eBay- oder willhaben-Verkäufer, Pensionisten mit Café oder Wirtsstube, Studenten als Stadtführer oder Botenfahrer, Arbeitslose oder Pensionäre mit selbstständigem Zusatzverdienst, etc. Die Ausgestaltungen in der Praxis sind vielfältig, ebenso die Motive der Beteiligten. Einigen geht es um die zusätzlichen Einnahmen, anderen um Renommee, Selbstbestimmung oder -verwirklichung, Freude an der Arbeit oder sinnvolle Freizeitbeschäftigung. Und dann gibt es noch jene, die einfach mit wenig Risiko Erfahrungen in der Selbstständigkeit sammeln wollen, um bei Erfolg dann auf dem zweiten Standbein durchzustarten.

Ratgeber zu diesem Thema gibt es nur scheinbar etliche. Allerdings zumeist aus Deutschland und damit zugeschnitten auf eine andere Gesetzeslage und andere Rahmenbedingungen, etwa hinsichtlich Versicherungs- und Steuerfragen. Dieses Buch berücksichtigt in allen Belangen die Situation in Österreich und ist ein Begleiter für alle, die den Weg in die (auch teilweise) Selbstständigkeit wagen.

Was ist zu beachten, damit aus dem Traum kein Alptraum wird? Welche gesetzlichen Anforderungen und Rahmenbedingungen gilt es einzuhalten, welche Risiken frühzeitig zu erkennen und welche Chancen können genutzt werden?

Lassen Sie sich mit unseren besten Tipps – zumeist als praxisorientierte Antworten auf häufig gestellte Fragen – in das neue Gebiet der (Teil-)Selbstständigkeit führen. Je nach Branche und eigenen Bedürfnissen sowie Wünschen sind die aufkommenden Fragen natürlich oft unterschiedlich. Wir haben eine Auswahl von Fragen, Antworten und Tipps vorgenommen von der wir glauben, dass sie möglichst vielen Leserinnen und Lesern eine gute Hilfestellung sind. Mit dem vorliegenden Arbeitsbuch können Sie den Schritt in die (Teil-)Selbstständigkeit in Ruhe vorbereiten oder auch einzelne Kapitel zielgerichtet durchlesen und nacharbeiten. Eine Unterscheidung zwischen EPU (Ein-Personen-Unternehmen) und KMU (Klein- und Mittelbetriebe) finden Sie bei uns übrigens nicht, da wir uns bei diesem Ratgeber weniger von der Mitarbeiterzahl und der Umsatzhöhe als vielmehr von fachlichen Fragestellungen leiten lassen. Es bietet auch dann eine Vielzahl von Anregungen und Anleitungen, wenn Sie ohne Standbein als Arbeiter, Angestellter oder Pensionär direkt in die Selbstständigkeit starten wollen.

Besonders nützlich ist der Serviceteil. Dort finden Sie wichtige Arbeitshilfen wie z.B. eine Erfolgs- und Liquiditätsplanung, Muster von Formularen oder Anschreiben an Behörden. Diese können Sie auch als Download (www.konsument.at/selbststaendig) beziehen.

Ihr KONSUMENT-Team

Meine Geschäftsidee	9
Was ist meine Idee?	11
Franchise: von anderen lernen?	11
Können Nachfolgebörsen helfen?	12
Was sind die Erfolgs- und Risikofaktoren?	13
Wer sind meine Kunden?	14
Wie ist der Wettbewerb?	15
Ziele richtig setzen: Warum werde ich erfolgreich sein?	16
Gewerbe oder selbstständig: Darf ich das?	19
Was sagt der Arbeitgeber?	21
Freies oder reglementiertes Gewerbe?	21
Was sind denn „Neue Selbstständige“?	23
Benötige ich eine Gewerbeberechtigung?	23
Was sind Firmenbuch und Firmenbuchnummer?	24
Kann ich ein Unternehmen online gründen?	25
Was ist ein gewerberechtlicher Geschäftsführer?	25
Mitgliedschaft Wirtschaftskammer	26
Arbeitslos und nebenbei selbstständig?	28
Pensionist und nebenbei selbstständig?	29
Förderungen lukrieren?!	29
Rechtlicher Rahmen: Meine Unternehmensform	31
Alleine? Das Einzelunternehmen	33
Mehrere? Die Personengesellschaften	33
Ohne Risiko? Die Kapitalgesellschaften	35
Mein Erscheinungsbild	39
Was gilt es beim Unternehmensnamen zu beachten?	41
Gutes Image durch Selbstbewusstsein?	42
E-Mail-Adressen: Wie lassen sich typische Fehler einfach vermeiden?	42
E-Mail-Kommunikation: Wie lassen sich Fehler vermeiden?	43
Was kostet eine Homepage?	44
Welche Informationen muss ich veröffentlichen?	45
Sind Visitenkarten noch zeitgemäß?	46
Brauche ich ein Firmenschild?	47
Meine Produkte verkaufen	49
Was ist bei der Honorargestaltung zu beachten?	51
Wie führt man Preisverhandlungen erfolgreich?	51
Meine Werbestrategie: Wie finden mich die Kunden?	53
Können Sie Nutzen argumentieren?	55
Was ist ein Elevator Pitch?	56
Ist Netzwerken hilfreich?	57
Wie Expertenstatus und Bekanntheit erlangen?	58
Barverkäufe: Sind Belegerteilung und Registrierkasse Pflicht?	59
Oje: Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)	61
Welche Pflichten habe ich?	63
Welche Rechte haben meine Kunden/Interessenten?	63
Den Gewinn planen	65
Fixkosten als Entscheidungskriterium?	67
Bekomme ich Unternehmerlohn?	68
Top-down oder bottom-up?	69

69	Wie mache ich eine Erfolgsplanung?
71	Ausgaben bezahlen: Wieviel Kapital benötige ich?
73	Was ist eine Liquiditätsplanung?
73	Was ist besser: Eigen- oder Fremdkapital?
80	Fehler bei Privatentnahmen vermeiden?!
81	Factoring: die Forderungen verkaufen?
81	Soll ich Skonto anbieten?
83	Rechnungen korrekt erstellen und prüfen
85	Was gehört in eine Rechnung?
86	Die Kleinunternehmerregelung: Mit oder ohne Umsatzsteuer?
88	Wie prüfe ich Lieferantenrechnungen richtig?
89	Konto überziehen für Skonto?
90	Was tun bei Entfall der Kleinunternehmerregelung?
91	Gibt es eine Umsatzsteuerfreiheit innerhalb Europas?
93	Meine Buchhaltung
95	Was ist eine Einnahmen- und Ausgabenrechnung?
96	Belege: Was bedeutet die Aufbewahrungspflicht?
97	Unternehmens- und Steuerrecht: gibt es Unterschiede?
97	Anlagenbuch und Abschreibung
99	Kennen Sie sich bei der Sozialversicherung aus?
101	Geringe Einkünfte: Befreiung von der gewerblichen Sozialversicherung
102	Geld- oder sachleistungsberechtigt: Was ist besser?
103	Was sind „Neue Selbstständige“ in der Sozialversicherung?
104	Welche Kosten fallen wann an?
104	Vorsicht Falle: Wann ist eine Nachbelastung erwartbar?
105	Wie lassen sich die SVS-Vorauszahlungen anpassen?
106	Was tun bei Doppel- und Mehrfachversicherung?
107	Wie melde ich mich an und ab?
108	Krank sein als Angestellter oder Selbstständiger?
109	Wann springt die Betriebshilfe bei Krankheit ein?
110	Selbstständigenvorsorge: verpflichtend oder freiwillig?
110	Die beste Selbstständigenvorsorgekasse frei wählen?!
112	Was tun, wenn das Geld für die Sozialversicherung fehlt?
113	Ist Scheinselbstständigkeit eine Gefahr?
115	Steuern: Der Fiskus nascht mit
117	UID (Umsatzsteuer-Identifikations-Nummer) beantragen?
117	Umsatzsteuererklärung leicht gemacht
118	Steuerliche Liebhaberei vermeiden
119	Kosten pauschal ansetzen
124	Was ist beim steuerlichen Arbeitszimmer zu beachten?
125	Wie werden Bewirtungsspesen richtig gerechnet?
126	Wie kann ich ausländische Vorsteuer zurückholen?
127	Lassen sich Steuervorauszahlungen planen und anpassen?
127	Kann ich Anspruchszinsen vermeiden?
128	Lassen sich Steuern sparen durch die Sozialversicherung?
129	Was tun, wenn das Geld für die Steuern fehlt?
129	Was bleibt netto vom brutto?
131	Service
	Glossar/Literatur/Adressen/Links/Stichwortverzeichnis/Arbeitshilfen

Meine Geschäftsidee

Haben Sie bereits eine Geschäftsidee? Oder sind Sie noch unentschieden und „auf der Suche“? Wir glauben, dass Ihnen dieses Kapitel in jedem Fall sinnvolle und wertvolle Anregungen gibt.

Was ist meine Idee?

Sie wollen sich (nebenberuflich) selbstständig machen und suchen eine zündende Idee? Dann gibt es unterschiedliche Wege der Ideenfindung.

Insbesondere im Handwerk ist die erste Idee: Ich mach mich im gelernten Beruf selbstständig! Sind Sie arbeitslos oder in Pension? Dann ist das eine gute Idee, da Sie auf langjährige Praxiserfahrungen und auf Kenntnisse in der Branche zurückgreifen können. Sind Sie hingegen (noch) unselbstständig in dieser Branche tätig, so treten Sie in Konkurrenz zu Ihrem aktuellen Arbeitgeber (► Seite 21). Hier gibt es in jedem Fall Gesprächs- und Klärungsbedarf. Eine Sonder-situation besteht allerdings, wenn der Arbeitgeber Tätigkeiten künftig ohnehin auslagern will. Haben Sie dann allerdings nur einen Auftraggeber, so droht das Ungemach der Scheinselbstständigkeit (► Seite 113). Prüfen Sie dies vorab gemeinsam mit Ihrem Arbeitgeber.

Tipp

Achten Sie darauf, dass die Geschäftsidee nicht nur sinnvoll und lukrativ aussieht, sondern Ihnen vor allem (dauerhaft) viel Freude bereitet. Dies ist gut für Ihre Arbeitszufriedenheit und Motivation auch in Zeiten, in denen es mit Kunden und Umsatz etwas schwieriger ist.

Eine andere Idee ist, das Hobby zum Beruf zu machen. Die Branchen- und Produktkenntnisse sind da, die Freude an der Arbeit auch. Auch diese Überlegung ist ein guter Ansatz. Beachten sollten Sie aber, dass Hobby und Beruf möglicherweise etwas andere Anforderungen haben. So ist Sporttauchen für viele ein sehr schönes Hobby, im Beruf des Tauchlehrers geht es aber nicht nur um das eigene Tauchen, sondern vorrangig um die Wissensvermittlung an Anfänger. Gleiches lässt sich sagen beim Hobby Tanzen und dem Beruf des Tanzlehrers. Haben Sie nicht nur ein schönes Hobby, sondern auch Freude an der Wissensvermittlung, dann ist das eine gute Voraussetzung für Ihr Vorhaben.

Viele gute Geschäftsideen sind auch einfach „abgeschaut“. Nicht in Österreich, wohl aber in Amerika oder Asien. Und was dort funktioniert, kann möglicherweise auch in Österreich funktionieren.

Tipp

Besprechen Sie Ihren Wunsch nach Selbstständigkeit mit guten Freunden. Machen Sie ein Brainstorming zu möglichen Geschäftsfeldern und arbeiten Sie Chancen und Risiken heraus. Beantworten Sie auch die Frage: Was ist der Nutzen für den Kunden! Warum soll/wird ein Kunde gerade dieses Produkt kaufen, die Dienstleistung in Anspruch nehmen?

Nutzen Sie den Urlaub in fremden Ländern auch für eine Ideensuche

Franchise: von anderen lernen?

Sofern Sie keine eigene Geschäftsidee haben und einzelne Risiken bei der Gründung (z.B. Fehler beim Marketing, ...) vermeiden möchten, kann Franchise eine Lösung sein. Aber was ist eigentlich Franchise? Als Begriff ist Franchise oder Franchising jedenfalls nicht gesetzlich geregelt. In der Praxis ist Franchise eine Kooperation zwischen einem Franchise-Geber und einem oder mehreren Franchise-Nehmern, die jeweils eigenständige Unternehmen sind. Der Franchise-Geber stellt dabei dem oder den Franchise-Nehmern Leistungen in Form von organisatorischem,

Eine Franchise-
idee muss nicht
nur gut klingen,
sondern auch
langjährige Er-
folge aufweisen

technischem und kaufmännischem Know-how sowie bei rechtlichen Fragestellungen zur Verfügung. Der Franchise-Nehmer verpflichtet sich dauerhaft zur Abnahme der Leistungen und bezahlt dafür ein Entgelt. Dieses kann umsatzabhängig sein oder auch Fixbeträge beinhalten.

Franchise zeichnet sich oft durch ein einheitliches Auftreten am Markt (etwa Werbemaßnahmen), einheitliche Preise und einheitliche organisatorische Strukturen aus. Für den Endkunden ist oft nicht erkennbar, dass es sich um eigenständige Unternehmen handelt. Ein prominentes Beispiel zur Veranschaulichung ist McDonalds.

Eine Systematik zur Unterscheidung von Franchise-Systeme nach der Geschäftstätigkeit liefert die österreichische Wirtschaftskammer und teilt Franchise in drei Bereiche:

- Produktions-Franchising: Know-how zu Produktion/Vertrieb wird überlassen
- Vertriebs-Franchising: Know-how zum Vertrieb von Gütern steht im Vordergrund
- Dienstleistungs-Franchising: Know-how zur Dienstleistungserbringung wird überlassen

Franchise-Systeme werden in vielen Branchen angeboten: Bekleidung, Gastronomie, Fitness, Kosmetik, Reisebüros, Vermögensberatung, Erwachsenenbildung, Sprachunterricht, etc. Die Wirtschaftskammer zählte für das Jahr 2017 immerhin 440 Franchise-Systeme mit 10.400 Standorten in Österreich.

Tipp

Franchise-Angebote erhalten Sie u.a. über die Franchise-Börse der Wirtschaftskammer (<https://www.franchiseboerse.at/>). Tipps gibt der Leitfaden der Wirtschaftskammer (siehe Literaturverzeichnis ► Seite 135). Achten Sie bei den Angeboten auf das Gründungsjahr. Der Franchise-Geber sollte ein etabliertes Unternehmen mit hohem Bekanntheitsgrad und nachweisbarem Erfolg sein. Gründungen der letzten Jahre können diese Nachweise kaum erbringen.

Können Nachfolgerbörsen helfen?

Rund 75.000 Unternehmen unterschiedlichster Branchen, Umsatzgrößen, Standorte, etc. stehen jedes Jahr in Deutschland, Österreich und der Schweiz zum Verkauf. Sie möchten sich (nebenberuflich) selbstständig machen, aber doch nicht ganz von vorne beginnen? Sie möchten eher ein bestehendes Unternehmen übernehmen, vom bestehenden Kundenstamm profitieren und das Unternehmen weiterentwickeln? Dann kommt für Sie eine der Nachfolgerbörsen in Frage, welche die Angebote und Nachfragen von Unternehmensübernahmen zusammenführen möchten.

Unverbindliche Auswahl von Nachfolgerbörsen

- <https://firmen.wko.at/Web/SearchInserate.aspx?WID=e5c46b58-14d3-4773-ba02-06905c025982>
- <https://www.nachfolgerboerse.at/startseite>
- www.nexxt-change.org

Prinzipiell setzen die Nachfolgerbörsen an beiden Enden an: Einerseits kann sich der abgabebereite Unternehmer mit seinem Unternehmen präsentieren, andererseits kann auch ein Interessent seine Such-Daten erfassen. Und beide können jeweils mit Suchkriterien prüfen, ob sich bereits ein Kauf-/Verkaufskandidat eingetragen hat.

Bei der Wahl der Nachfolgebörse sollten Sie prüfen, ob und wenn ja, welche Kosten wann anfallen. Hier wäre insbesondere eine Provision (im Erfolgsfall) zu klären. Beim Unternehmen steht und fällt die Preisgestaltung mit dem zukünftig zu erwartendem Umsatz und Gewinn. Und dieser hängt oft von Stammkunden ab. Prüfen Sie für sich, ob diese Stammkunden auch zu Ihnen passen (und umgekehrt). Möglicherweise hat der (ältere) Unternehmer ein älteres Publikum und Sie möchten das Unternehmen mehr auf junge Leute ausrichten? Dann hat diese Stammkundschaft für Sie nur einen sehr geringen Wert.

Tipp

Bei der Übernahme eines bestehenden Betriebs sind natürlich Preis und das mit dem Kauf verbundene Risiko kritische Punkte. Schalten Sie für die Prüfung der Finanzen in jedem Fall einen Steuerberater ein. Und lassen Sie sich von einem Rechtsanwalt mit Schwerpunkt Mergers & Akquisition einen Vertrag ausarbeiten. Versuchen Sie, einen Teil des Preises abhängig von der Zukunft zu gestalten: Erreichung von Umsatz- oder Gewinnzielen, Verbleib der Stammkundschaft, etc. So verringern Sie Ihr Risiko bei der Übernahme. Weitere Tipps gibt der Leitfaden der Wirtschaftskammer (siehe Literaturverzeichnis ► Seite 135).

Sofern das zu übernehmende Unternehmen Mitarbeiter hat, sollten Sie prüfen, ob diese Mitarbeiter auch weiterhin zur Verfügung stehen. Schließlich sind diese mit den Abläufen vertraut, haben Kontakte zu den Kunden und erhebliches betriebliches und fachliches Wissen.

Was sind die Erfolgs- und Risikofaktoren?

Sie haben eine Geschäftsidee gefunden und überlegen, ob Sie mit dieser erfolgreich sein können? Dann sind die folgenden Kriterien hoffentlich eine Hilfe für Sie.

Marktzugang. Gibt es für den von Ihnen angestrebten Markt einen einfachen oder einen eingeschränkten Marktzugang? Ein eingeschränkter Marktzugang erschwert zwar Ihnen die ersten Schritte, jedoch ist er auch eine Hemmschwelle für den späteren Wettbewerb. Beispiele für einen erschwerten Marktzugang sind:

- Reglementiertes Gewerbe mit erforderlichen Genehmigungen (► Seite 21)
- Hoher Bedarf an Anfangskapital
- Nutzung von Patenten

Alleinstellungsmerkmale. Haben Sie als Person oder Ihr Produkt ein Alleinstellungsmerkmal? Beispiele wären hier u.a.:

- Im Idealfall Patente
- Hohes Wissen zu Branche und Produkten
- Schnelligkeit der Ausführung
- Auszeichnungen für Kundennähe, Wissen, ...
- Besonderer/zusätzlicher Nutzen des Produkts für die Kunden

Skalierbarkeit. Ist Ihr Produkt, Ihr Angebot leicht skalierbar? D.h. Sie haben nur einmalig den Aufwand für die Erstellung und können damit sowohl ein Exemplar, 1.000 oder 50.000 Exemplare verkaufen. Beispiele wären hier u.a.:

Mit einigen Kriterien lassen sich Ihre Erfolgchancen besser abschätzen

- Software
- Gründung eines Franchise-Unternehmens
- Internetgeschäftsideen

Persönliche Fähigkeiten. Voraussetzungen für ein erfolgreiches Unternehmen sind u.a.:

- Sach- und Fachkenntnisse (z.B. Technik, Handwerk)
- Empathischer Umgang mit den Kunden
- Betriebswirtschaftliche Kenntnisse (Kalkulation, Buchhaltung, ...).

Diese können im Idealfall in einer Person vorhanden sein, können aber auch auf mehrere Partner oder entsprechende Mitarbeiter verteilt sein. Die Buchhaltung können Sie zwar an den Steuerberater auslagern, verstehen müssen Sie Ihre Zahlen und deren Ursachen jedoch auch selbst.

Tipp

Es ist üblich in der „New Economy“, dass schnelles Wachstum angestrebt wird, das möglichst auch im Ausland. Leider ist dies auch bei großen und kapitalstarken Unternehmen ein sehr häufiger Grund des Scheiterns. Einerseits muss die Organisation mitwachsen, andererseits kommt es sehr auf gute Marktkennntnisse an. Amerika funktioniert anders als Österreich, die Großstadt Wien anders als eine Gemeinde in Vorarlberg. Nicht Schnelligkeit ist hier gefragt, sondern Gründlichkeit in der Vorbereitung.

Wer sind meine Kunden?

Beschreiben Sie für sich Ihre zukünftigen Kunden. Wie erreichen Sie diese?

Erscheint Ihnen die erste Frage als zu trivial? Ist sie nicht! Wenn Sie nicht wissen, an wen Sie Ihre Produkte verkaufen (wollen), können Sie auch nicht wissen, mit welchen Werbemitteln Sie Ihre Produkte „an den Mann bringen“ können. Die Frage nach Ihren Kunden ist damit zumindest ebenso wichtig wie die Frage nach Ihrer Geschäftsidee und den Produkten bzw. Dienstleistungen. Hier einige Beispiele dazu:

Beispiel 1: Geschäftsidee „Angebot im nahen Umfeld“. Sie wollen eine kleine Buchhandlung, ein Café, eine Gaststätte, einen Friseursalon, eine Suppenküche, ... in einem kleinen Ladenlokal eröffnen. Mit Ihrem Angebot sprechen Sie einerseits Laufkundschaft an, aber auch die Anwohner bzw. Arbeitnehmer aus der näheren Umgebung. Möglicherweise lässt sich die Kundengruppe noch klarer eingrenzen: Sprechen Sie mit dem Café eher junge oder ältere Leute an, Geschäftsleute oder Privatpersonen, Anwohner oder Touristen, etc.? Dies hat Auswirkungen auf das äußere Erscheinungsbild, die Inneneinrichtung und das Serviceangebot. Bei einigen Kundengruppen für das „Angebot im nahen Umfeld“ reicht eine reine Informationsseite im Internet aus, bei der Kundengruppe „Geschäftsleute“ macht jedoch eine Vorbestell- oder Vorreservierungsmöglichkeit über die Homepage sehr viel Sinn. Lokale Werbung und Handzettel sind wichtige Mittel, um die Kundschaft im nahen Umfeld zu erreichen. Aber bei einem Ladenlokal stellt sich auch die Frage nach der Lage! Bei der Kundenbeschreibung „Laufkundschaft“ oder „Touristen“ muss das Ladenlokal in guter (teurerer) Lage und gut erkennbar sein. Ein Angebot an Anwohner des Viertels könnte hingegen auch in einer B- oder C-Lage und damit wesentlich preiswerter sein.

Beispiel 2: Geschäftsidee „Selbst-Design von T-Shirts über das Internet. Hier wird die mögliche Kundschaft bereits durch die Geschäftsidee eingegrenzt: gestaltungswillige, experimentierfreudige (jüngere) Menschen ohne Berührungsängste zum Internet. Ihre Homepage ist das Eingabemedium und Sie bieten den Kunden dort ein breites Spektrum an Gestaltungsmöglichkeiten incl. dem Hochladen von eigenen Fotos, ... Ihre Kunden können je nach Sprachumfang in der ganzen Welt sein, Sie haben kein Ladenlokal. Ihre Kunden finden Sie vorrangig direkt über das Internet, d.h. eine Suchmaschinenoptimierung (► Seite 53) Ihrer Homepage ist wichtig.

Beispiel 3: Geschäftsidee „Musikdarbietung in Szene-Lokalen“. Sie haben hier einen exklusiven Vertriebskanal „Szene-Lokal“ und damit zugleich eine weitere Kundengruppe. Neben Ihren Endkunden „Party-Geher“ müssen Sie sich in Ihrem Angebot auch auf die Lokale einstellen. Warum soll der Lokal-Inhaber Sie engagieren oder Ihnen eine Auftrittsmöglichkeit geben? Was ist sein besonderer Nutzen von Ihrem Auftritt?

Tipp

Versuchen Sie möglichst genau zu beschreiben, welche Kunden Sie mit Ihren Produkten/Dienstleistungen ansprechen wollen. Und schreiben Sie dazu, wie Sie diese Kunden erreichen wollen. Dies schließt, wie gezeigt, bei einigen Geschäftsideen auch die Standortwahl mit ein! Durch das Niederschreiben führen Sie sich die Rahmenbedingungen für Ihren angestrebten Geschäftserfolg nochmals stärker vor Augen. Und was ebenso wichtig ist: Sie machen Ihre Geschäftsidee auch für Dritte wie Berater oder später die Geldgeber (► Seite 75) im Sinne eines Business-Plans nachvollziehbarer.

Wie ist der Wettbewerb?

Ich habe eine gute Geschäftsidee und habe meine Kunden klar definiert. Muss ich mir jetzt auch noch Gedanken um den Wettbewerb machen? Ja! Denn auch Mitbewerber wollen Ihre Kunden gewinnen und schließlich wollen auch Sie seine Kunden für sich gewinnen.

Die Beobachtung und Analyse des Wettbewerbs macht gleich aus mehreren Gründen sehr viel Sinn. Wir geben Ihnen einige Fragen mit, die Sie zum Nachdenken und auch zum kritischen Hinterfragen Ihres Geschäftsmodells anregen sollen:

- Kunden-Zielgruppe
 - Richtet sich der Wettbewerb(er) auf die gleiche(n) Kunden-Zielgruppen aus?
 - Wenn nein: Was könnten die Gründe sein? Ist die eigene Zielgruppe richtig gewählt?
 - Wenn ja: Reicht die Zielgruppe für mehrere Anbieter aus?
 - Wie können Sie sich vom Wettbewerber unterscheiden?
 - Warum soll der Kunde bei Ihnen kaufen?
- Ansprache der Kunden
 - Mit welchen Werbemitteln spricht der Wettbewerber die Kunden an?
 - Hat der Wettbewerber eine Homepage? Mit oder ohne Service-Funktionen?
 - Wie können Sie sich vom Wettbewerb unterscheidbar machen?
- Produkt- und Preisgestaltung
 - Welche Preise nimmt der (oder die) Wettbewerber?

Vom Wettbe-
werb lernen
ohne ihn bloß
zu kopieren

- Haben Sie ein gleichartiges oder besseres Angebot?
- Können Sie durch kleine Zusatznutzen ein (scheinbar) besseres Angebot erstellen?
- Lässt sich für das bessere Produkt ein etwas höherer Preis durchsetzen?
- Können (leicht) neue Produkte auf den Markt kommen, die in den Augen der Kunden einen höheren Nutzen als Ihr Angebot haben?
- Markteintritt
 - Ist der Markteintritt für neue Wettbewerber leicht oder schwierig?
 - Was für Auswirkungen hätte ein weiterer Wettbewerber auf Ihr Geschäft?

Tipp

Seien Sie vorsichtig mit einer aggressiven Preispolitik. Zwar können Sie oft durch niedrigere Preise zusätzliche Kunden gewinnen. Jedoch könnten Mitbewerber in den Preiskampf einsteigen und Sie unterbieten, was Sie zu weiteren Preisnachlässen zwingen würde. Und oftmals lassen sich die Preise nach dem Ausstieg des Konkurrenten nicht wieder erhöhen.

Ziele richtig setzen: Warum werde ich erfolgreich sein?

Unternehmerisch erfolgreich tätig zu sein bedeutet nicht nur, objektive Fakten in Form von Chancen und Risiken korrekt abzuwägen. Unternehmerische Tätigkeit hat auch viel mit Psychologie und dem richtigen Setzen von Zielen zu tun. Wir greifen hier einen Artikel von Monika Herbstrith-Lappe (siehe Literaturverzeichnis ► Seite 135) auf.

Jeder Erfolg beginnt mit einer klaren Entscheidung, dem Bekenntnis zu einem eingeschlagenen Weg mit einem lohnenden Ziel: Beherrzte Entschlossenheit erschließt persönliche Energiequellen, klare Ziele fokussieren die persönliche Leistung und den Ressourcen-Einsatz. Klare Ziele sind auch die Grundlage zum Setzen der Prioritäten. Außerdem kann man, die Ziele im Auge, das Vorankommen erkennen. Und darüber hinaus helfen Visionen mit Strahlkraft auch Durchhänger zu überwinden. Sie geben die Antwort auf die Frage: „Wofür mache ich das alles?“

Umgekehrt verzetteln wir uns leicht, wenn wir nicht genau wissen, wohin wir eigentlich wollen. Mark Twain bringt die Falle der operativen Hektik bei fehlendem strategischem Fokus auf den Punkt: „Als wir das Ziel endgültig aus den Augen verloren hatten, verdoppelten wir die Anstrengung.“

Was ist also bei der Zielfindung zu beachten, damit wir unsere Potenziale voll entfalten? Stellen Sie sich vor, Sie würden beim Bahnhof in ein Taxi steigen und zum Fahrer sagen: „Bitte fahren Sie schnell los. Ich muss weg vom Bahnhof.“ Entweder würde er Sie irgendwo hinfahren und so sein Einkommen maximieren oder, wahrscheinlicher, er würde Sie fragen, wohin Sie wollen. Sie können sich jetzt den Mund fusselig reden, wo Sie NICHT hinwollen. Das gibt dem Fahrer keine Orientierung. Mit unserem Hirn ist es ähnlich. Nicht-Aussagen sind nicht nur wirkungslos, meist sind sie sogar kontraproduktiv. Wenn Sie sich jetzt etwa vornehmen, NICHT ans Essen zu denken – woran denken Sie? Eben!

In unserem privaten und beruflichen Alltag sind viele Ziele „weg von“ formuliert und daher können sie nicht funktionieren. Etwa: abnehmen, nicht krank werden, kein Unfall, null Fehler,

keine Reklamation, Kosten reduzieren, Aufträge und Kunden nicht verlieren. Die hirngerechten positiven Formulierungen wären hingegen: Kleidergröße X passt wieder, Immunsystem stärken, sicher fahren, 100 % Qualität auf Anhieb, hohe Kundenzufriedenheit, Ressourcen effektiv nutzen, Aufträge gewinnen und Kundenbeziehungen vertiefen.

Haben Sie Ihr Vorhaben gewählt, um die Anerkennung anderer zu gewinnen? Das wäre ein Sozio-Ziel. Oder ist es Ihnen selbst ein ureigenes Bedürfnis? Dann ist es ein Solio-Ziel.

- **Solio-Ziele** haben wesentlich größere Erfolgsaussichten, weil innere Motivation viel nachhaltiger als äußere Motivation wirkt, wir werden erfinderisch, um Hürden zu meistern.
- Bei **Sozio-Zielen** sind wir gefährdet, vor uns selbst und anderen Ausreden zu finden, warum es uns nicht möglich ist.

„Was heißt Erfüllung und Erfolg für mich in meinem Leben?“ ist eine inspirierende Frage. „Was gilt in der Gesellschaft als Erfolg?“ ist der Druck und Stress erzeugende, toxische Doppelgänger.

Tipp

Die „purpose-driven Organisation“ – also die Organisation die ihren „Seinszweck“ gefunden hat – ist ein hochaktuelles Business-Thema. „Was macht meinen Einsatz für mich und andere wertvoll?“ und – als Gegenfrage – „Was ginge verloren, wenn es mich und mein Business nicht gäbe?“ sind hilfreiche Denkanstöße.

„Egal ob Sie glauben, dass Sie es schaffen werden oder ob Sie überzeugt sind, dass Sie es nicht schaffen werden: Sie werden Recht behalten.“ (Henry Ford)

Um die Macht des Unbewussten als Verbündeten zu gewinnen, ist es wichtig, das Erreichen des Ziels im Präsens zu formulieren. Absichtserklärung oder der Konjunktiv wie „Ich würde gerne ...“ sind zu wenig griffig. „Am Tag X überschreite ich die Ziellinie.“ ist zwar nach grammatikalischen Regeln nicht ganz korrekt, aber nur die Gegenwartsform des Präsens erzeugt Präsenz der Ziele.

In der Grundschule werden Verben oft als TUN-Wörter erklärt. Schade, dass dies später als „kindisch“ eine Abwertung erfährt. Verben sind hochgradig performativ und lösen Prozesse aus. Es geht etwas voran. Die Aussage „Am Tag X empfangen meine Kunden im frisch renovierten Büro.“ erzeugt einen Film der angestrebten Zukunft. Sich die erfolgreiche Zielerreichung lustvoll-sinnlich auszumalen erzeugt Zugkraft.

Tipp

Arbeiten Sie nicht nur mit einem Ziel, sondern vielmehr mit vielen Teil-Zielen. Das Erreichen der Teil-Ziele sollten Sie für sich würdigen, um daraus die Kraft zu schöpfen, die das Erreichen des nächsten Teil-Ziels ermöglicht.

Was ist Ihre Motivation? Arbeiten und leben Sie für sich oder andere?

Service

Glossar

Literatur

Adressen/Links

Stichwortverzeichnis

Formulare und Checklisten

Vorformulierte Geschäftsbedingungen, die mit Kunden bzw. Lieferanten bei Beauftragung vereinbart werden. Sie dienen der Vereinfachung von Einzelverträgen, in denen dann nur noch auf die AGB verwiesen werden muss.	Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB)
Allgemeines Sozialversicherungsgesetz	ASVG
Ist eine Methode zur Ideenfindung, welche die Entwicklung von neuen Ideen in einer Gruppe fördern soll.	Brainstorming
Einkünfte sind im Einkommensteuerrecht Vermögensmehrungen als Unterschiedsbetrag zwischen den Einnahmen und den durch die Einkünfteerzielung veranlassten Aufwendungen (sogenanntes Netto-Prinzip). Die Höhe der Einkünfte bildet die objektive Leistung des Steuerpflichtigen ab. Aus der Summe der 7 Einkunftsarten leitet sich das zu versteuernde Einkommen ab.	Einkünfte
Zugang an Finanzmitteln bzw. Zahlungsmitteln	Einnahmen
Elektronische Gründung von Einzelunternehmen und Einpersonen-GmbH's	eGründung
Ein-Personen-Unternehmen. Nur der Firmeninhaber, d.h. auch ohne geringfügig Beschäftigte, ist für das Unternehmen tätig.	EPU
Neue Art der Finanzierung von Warenlagern, bei der ein Dienstleister die Rechnung zuerst bezahlt und dann mit Gebühren weiterverrechnet	Finetrading
Freiberuflich Selbstständigen-Sozialversicherungsgesetz	FSVG
Ein Freibetrag ist ein Betrag, der die Steuerbemessungsgrundlage (das zu versteuernde Einkommen) mindert. In Höhe des Freibetrages findet also keine Besteuerung statt. Im Gegensatz dazu steht die ► Freigrenze: Wird die Betragshöhe der Freigrenze überschritten, so wird auch der Betrag bis zur Freigrenze besteuert.	Freibetrag
Einkünfte bis zu einem gewissen Betrag im Jahr sind steuerfrei. Übersteigen die Einkünfte den Betrag dieser Freigrenze, dann ist der gesamte Betrag steuerpflichtig.	Freigrenze
Geldleistungsberechtigte erhalten ärztliche Hilfe, inklusive Zahnarzt, als Geldleistung. Das bedeutet, dass sie den Arztbesuch selbst bezahlen müssen und erst im Nachhinein von der SVS einen Kostenersatz erhalten.	Geldleistungs-berechtigte
Gewerbliches Sozialversicherungsgesetz	GSVG
Klein- und Mittelbetriebe. Zumeist sind mindestens 75 Prozent der Kapital- und Stimmrechtsanteile in der Hand des bzw. der Firmeninhaber. KMU-Betriebe haben zwischen zehn und 250 Mitarbeiter, einen Umsatz von zwei bis 50 Millionen Euro sowie eine Bilanzsumme zwischen zwei und 43 Millionen Euro. Zwischen den ► EPU und den KMU sind die Kleinstunternehmen mit zwei bis neun Mitarbeitern angesiedelt.	KMU
Der Kreditschutzverband von 1870 ist ein Gläubigerschutzverband in Österreich, welcher das Ziel hat, Wirtschaftstreibende vor finanziellem Schaden zu schützen.	KSV-1870
(Steuerliche) Liebhaberei liegt immer dann vor, wenn die steuerlichen Aufwände dauerhaft höher sind als die Einkünfte. Für die Beurteilung dieser Frage hat der Gesetzgeber festgelegt, innerhalb von wie vielen Jahren ein ► steuerlicher Totalgewinn erzielt werden muss. Wird der steuerliche Totalüberschuss nicht erreicht, dann werden alle Aufwände und Verluste steuerlich aberkannt.	Liebhaberei
Eine Planrechnung ist eine (auch vom Finanzamt verlangte) Voraus-Berechnung von Einkünften aus Vermietung und Verpachtung, Gewerbe und Selbstständigkeit. Aufwände und Erträge müssen dabei mit den geplanten Soll-Betrags Höhen in die Kalkulation eingetragen werden, um plausibel zu machen, dass es unter den gegebenen Annahmen (Höhe der Erträge, Kostenentwicklung, Inflation etc.) schlussendlich wirklich zu einem ► steuerlichen Totalgewinn kommen wird.	Planrechnung
Sachleistungsberechtigte erhalten die meisten Leistungen als Sachleistung. Das heißt, die SVS stellt die Leistung in eigenen Einrichtungen oder über Vertragspartner zur Verfügung.	Sachleistungs-berechtigte
Schufa ist das deutsche Gegenstück zum Gläubigerschutzverband ► KSV-1870 in Österreich.	Schufa

SVA	Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft, ging ab 2020 in der Sozialversicherung der Selbstständigen (SVS) auf.
SVS	Sozialversicherung der Selbstständigen. Entstand zum 1.01.2020 aus der Fusion der Sozialversicherungsanstalt der gewerblichen Wirtschaft (SVA) und der Sozialversicherung der Bauern (SVB).
Steuerlicher Totalgewinn	Ein steuerlicher Totalgewinn liegt vor, wenn innerhalb einer vom Finanzamt akzeptierten Zeit die Summe der Einnahmen höher ist als die Summe der Ausgaben. Damit will das Finanzamt sicherstellen, dass steuerlich geltend gemachte Investitionen tatsächlich der Erzielung steuerlicher Gewinne dienen und nicht der Finanzierung eines Steckenpferds auf Kosten der Gemeinschaft.
UStG	Umsatzsteuergesetz
Verlustvortrag	Sind die Aufwände höher als die Erträge, liegt ein (steuerlicher) Verlust vor. Dieser kann mittels Verlustvortrag auf das Folgejahr bzw. auf die Folgejahre übertragen werden und führt so in den künftigen (Gewinn-)Jahren zu einer geringeren Steuerlast. Der Verlust eines Jahres geht hier also nicht steuerlich verloren, sondern wird in späteren (Gewinn-)Jahren genutzt.
Vorsteuer	Vorsteuer ist die Mehrwertsteuer auf Produkte und Dienstleistungen, die wir erwerben. Ein Unternehmer, der zur Abführung von Mehrwertsteuer an das Finanzamt verpflichtet ist (sogenannter Mehrwertsteuerpflichtiger) kann diese Vorsteuer gegen seine abzuführende Mehrwertsteuer gegenrechnen. Dadurch wird jeder Unternehmer nur mit jener Mehrwertsteuer belastet, die aufgrund des von ihm geschaffenen Mehrwertes anfällt.
Werbungskosten	Werbungskosten sind Ausgaben des Steuerpflichtigen, die er für die Ausübung seines Berufs und für die Erzielung von steuerpflichtigen Einnahmen tätigt. Sie werden vom zu versteuernden Einkommen abgezogen und ermäßigen so die Steuerbelastung.

Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich vom 21.12.2012 Gastgewerbepauschalierungsverordnung 2013	BGBI
Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich vom 14.07.1999 Aufstellung von Durchschnittssätzen für die Ermittlung des Gewinnes und der Vorsteuer bei nichtbuchführenden Lebensmitteleinzel- oder Gemischtwarenhändlern	BGBI
Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich vom 10.03.2014 Aufstellung eines Durchschnittssatzes für die Ermittlung der abziehbaren Vorsteuerbeträge bei Umsätzen aus dem Einstellen von fremden Pferden (PferdePauschV)	BGBI
Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich vom 28.03.2000 Aufstellung von Durchschnittszinssätzen für die Ermittlung von Betriebsausgaben und Vorsteuerbeträgen bei Handelsvertretern	BGBI
Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich vom 14.07.1999 Aufstellung von Durchschnittszinssätzen für die Ermittlung des Gewinnes und der Vorsteuerbeträge für nichtbuchführende Drogisten	BGBI
Bundesgesetzblatt für die Republik Österreich vom 29.12.2000 Künstler/Schriftsteller-Pauschalierungsverordnung	BGBI
Small is beautiful. Gewinn 11/2019	Blazina F (2019)
Die Anwältin auf Instagram. Der Standard, 6. November 2019	Frey E (2019)
Nebenberuflich selbstständig, 2. Auflage Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V.	Hammer T (2018)
Existenzgründung in zehn Schritten zum Erfolg. Stiftung Warentest, Berlin	Hammer T (2015)
Warum Selbstbewusstsein der wichtigste Schritt zum Erfolg ist. www.port41.at	Herbstrith-Lappe M (2016)
Wie Sie überzeugen, ohne besserwisserisch zu wirken www.port41.at,	Herbstrith-Lappe M (2016)
Ziele setzen, aber richtig: So verleihen Sie Ihrem Business Flügel. www.port41.at	Herbstrith-Lappe M (2018)
Kleingewerbe	Hubinger T (2019)
leistungsstark & lebensfroh, 3. Auflage Verlag Impuls & Wirkung, Wien	Lappe M, Herbstrith-Lappe M (2016)
Schlau finanzieren, 3. Auflage Verein für Konsumenteninformation, Wien	Lappe M (2012)
100 Steuer-Tipps. Verein für Konsumenteninformation, Wien	Lappe M, Stägel J (2018)
Steuern sparen 2017/2018. Verein für Konsumenteninformation, Wien	Lappe M, Stägel J (2017)

Leppin K, Mutafoglu K (2010)	Nebenbei selbstständig, 6. Auflage humboldt Verlag Hannover
Michels B (2014)	Existenzgründung Schritt für Schritt, 2. Auflage
NeuFöG	Neugründungsförderungsgesetz
www.port41.at	Plattform für Selbstständige und Kleinunternehmen
Renk E (2019)	Das Feierabend startup, 4. Auflage Redline Verlag, München
Sammet S, Schwartz S (2018)	Existenzgründung für Dummies. Wiley-VCH Verlag, Weinheim
Spudich H (2019)	Pensionsberechtigt und im Ruhestand? Von wegen. Der Standard 28./29.9.2019
Stefanovic I (2019)	Businessplan
Thieler-Unge R (2019)	Die Startup Bibel. Cherry Finance Verlag, Deggendorf
Wirtschaftskammer Österreich (WKO) (2019)	Abgaben und Steuern. Broschüre Kammerumlage 1, Kammerumlage 2, Grundumlage, August 2019
WKO (2019)	Abgaben und Steuern. Broschüre Die Einnahmen-Ausgaben-Rechnung, März 2019
WKO (2018)	Das korrekte E-Mail Impressum. Broschüre Wirtschaftsrecht, Juli 2018
WKO (2018)	Das korrekte Website Impressum. Broschüre Wirtschaftsrecht, Februar 2018
WKO (2018)	Wirtschaftskraft KMU 2018
WKO (2019)	Leitfaden für Gründerinnen und Gründer, 24. Auflage
WKO (2016)	Leitfaden zur Betriebsnachfolge, 10. überarbeitete Auflage. Wien 2016
WKO (2018)	Leitfaden zum Franchising, 9. überarbeitete Auflage. Wien 2018
Wohllebe O (2019)	Existenzgründung für Anfänger
Wolf E (2019)	Kleinunternehmer: Ich habe mehr als 30.000 Euro umgesetzt – was nun? www.port41.at
Wolf E (2020)	Steuererklärung für Kleinunternehmer: Was sich 2020 ändert. www.port41.at

https://www.wko.at/service/agb.html	Allgemeine Geschäftsbedingungen
www.arbeiterkammer.at	Arbeiterkammer
https://www.bmf.gv.at/steuern/selbststaendige-unternehmer/pauschalierung/p-spezielle-branchenpauschalierung.html https://www.wko.at/service/steuern/Pauschalierung-fuer-nichtbuchfuehrende-Gewerbetreibende.html	Branchenpauschalierung
www.usp.gv.at www.help.gv.at	Bundesministerium für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort Unternehmensserviceportal
www.bmf.gv.at	Bundesministerium für Finanzen
www.gruenderservice.at/businessplan	Businessplan
https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/EU-Datenschutz-Grundverordnung.html	Datenschutzgrundverordnung
www.namecheck.com www.world4you.com www.nic.at/de	Domän-Namen prüfen
www.bmf.gv.at	FinanzOnline
https://www.franchiseboerse.at/	Franchisebörse
https://www.wko.at/service/steuern/Kleinunternehmerregelung-(Umsatzsteuer).html	Kleinunternehmerregelung und Umsatzsteuer
https://www.bmdw.gv.at/Services/Publikationen/Bundeseinheitliche-Liste-der-freien-Gewerbe.html	Liste freie Gewerbe
https://www.bmdw.gv.at/Services/Publikationen/Liste-reglementierter-Gewerbe.html	Liste reglementierte Gewerbe
https://firmen.wko.at/Web/SearchInserate.aspx?WID=e5c46b58-14d3-4773-ba02-06905c025982 https://www.nachfolgerboerse.at/startseite www.nexxt-change.org	Nachfolgerbörsen
www.freelance.de www.twago.ade www.freelancemap.at www.dasauge.de www.xing.com www.linkedin.com	Projektbörsen
www.svs.at	SVS
https://www.svs.at/cdscontent/?contentid=10007.854303&viewmode=content	SVS Anmeldung
https://www.svs.at/cdscontent/?contentid=10007.854303&viewmode=content	SVS Anpassung Vorauszahlungen
https://www.svs.at/cdscontent/?contentid=10007.854303&viewmode=content	SVS Befreiung

SVS-Ombudsstelle

Herr Christian Göbl
Tel. 050 808 9008 E-Mail: ombudsstelle@svs.at

UID-Nummer prüfen

<https://www.finanz.at/steuern/umsatzsteuer/uid-nummer/>
http://ec.europa.eu/taxation_customs/vies/vieshome.do?selectedLanguage=de

**Unternehmens-
serviceportal (USP)**

<https://www.usp.gv.at/Portal.Node/usp/public>

**Verein für Konsu-
menteninformation**

Linke Wienzeile 18, 1060 Wien
Tel. 01 588 77-0
E-Mail: konsument@vki.at www.vki.at www.konsument.at

**Vergleich betriebliche
Vorsorgekassen**

<http://bvk.konsument.at>

Vorsorgekassen

Allianz Vorsorgekasse AG
Tel. 05 9009-88750
E-Mail: servicekasse@allianz.at www.allianzvka.at

APK Vorsorgekasse AG
Tel. 05 0275-50
E-Mail: office@apk-vk.at www.apk-vk.at

BONUS Vorsorgekasse AG
Tel. 01 994 99 74
E-Mail: kundenservice@bonusvorsorge.at www.bonusvorsorge.at/vk

BUAK Betriebliche Vorsorgekasse GesmbH
Tel. 05 795 79-3000
E-Mail: buak-bvk@buak.at www.buak-bvk.at

fair finance Vorsorgekasse AG
Tel. 01 405 71 71-0
E-Mail: info@fair-finance.at www.fair-finance.at

Niederösterreichische Vorsorgekasse AG
Tel. 02742 90555-7160
E-Mail: office@noevk.at www.noevk.at

Valida Plus AG
Tel. 01 316 48-0
E-Mail: service-plus@valida.at www.valida.at

VBV – Vorsorgekasse AG
Tel. 01 217 01-8500
E-Mail: info@vorsorgekasse.at www.vorsorgekasse.at

Wirtschaftskammer

www.wko.at

**Wirtschaftskammer
Gründerservice**

www.gruenderservice.at

**Wirtschaftskammer
Grundumlagen**

<https://www.wko.at/service/oe/grundumlagen.html>

**Allgemeine
Geschäfts-
bedingungen**

<https://www.wko.at/service/agb.html>

A

Abschreibung 147
 AGB's 45
 Aktiengesellschaft 24, 36
 Alleinstellungsmerkmal 13
 Alterspension 29
 Anlagenbuch 97
 Anlagenverzeichnis 95
 Anspruchszinsen 127
 Arbeitgeber 11, 21, 43
 arbeitslos 11
 Arbeitslosenversicherung 104
 Arbeitslosigkeit 21, 28
 Arbeitsmarktservice 28
 Arbeitsvertrag 21
 Arbeitszimmer 124, 147
 ASVG 133
 Aufbewahrungspflicht 96
 Aufwandspauschalen 95
 Ausfallrisiko 81
 Auskunftsrecht 63

B

Bankgespräche 75
 Barverkauf 59
 Basispauschalierung 121ff
 Bearbeitungsgebühr 77
 Befähigungsnachweis 21f, 25
 Beitragsbemessungsgrundlage 105
 Bekanntheit 58
 Beleg 59
 Berufsunfähigkeitspension 29
 Beschäftigte, geringfügig 29
 Bescheidbeschwerde 129, 148
 Betriebsanteil 97
 Betriebshilfe 27, 109
 Betriebsmittelkredit 81
 Betriebsstätte 47
 Bewirtung 97
 Bewirtungsspesen 125
 Beziehungsebene 52
 Bild-Botschaften 54
 Blogs 53
 Brainstorming 11, 133
 Branchenpauschalen 119
 Briefpapier 46
 Brückenteilzeit 21
 Buchführungspflicht 95
 Buchhaltung 93
 Buchhaltungsunterlagen 96
 business-Plan 15, 76

D

Datenschutz 44f
 Datenschutzbehörde 63
 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) 45, 61
 Dienstleistungs-Franchising 12
 Dienstunfähigkeitspension 29

Differenzbeitragsvorschrift 107
 Drogistenpauschalierung 120

E

eGründung 25, 36, 133
 Eigenkapital 73
 Eigenkapitalquote 74
 Einhebung, Aussetzung der 129
 Einkommenssteuerbescheid 101
 Einnahmen-Ausgaben-Rechner 95
 Einnahmen-Ausgaben-Rechnung 80, 95, 123
 Einpersonen-GesmbH 25, 36
 Einzelunternehmen 24f, 33
 Elevator Pitch 56
 E-Mail 46
 E-Mail-Adresse 42, 64
 E-Mail-Impressum 46
 E-Mail-Kommunikation 43
 Erfolgsplanung 69
 Erwerbsgemeinschaft, offene 34
 Erwerbsunfähigkeitspension 29
 Etablissement-Bezeichnung 33
 Existenzgründung 69
 Expertenstatus 58

F

facebook 54
 Factoring 81
 Factoring-Gebühr 81
 Familie 77
 FinanzOnline 118, 126
 Finetrading 79, 133
 Firma 41
 Firmenbuch 24, 35, 46
 Firmenbuchnummer 24, 46
 Firmenschild 47
 Firmenwert 97
 Fixkosten 67, 73
 Förderungen 29
 Franchise 11
 Franchise-Börse 12
 Fremdkapital 74
 FSVG 133

G

Gastgewerbepauschalierung 119
 Gebührenbefreiungen 29
 Geldleistungsberechtigte 102, 133
 Geringfügigkeitsgrenze 28
 Geschäftsbedingungen, Allgemeine 45, 133

Geschäftsbezeichnung 33, 47
 Geschäftsführer, gewerbrechtlicher 22, 25, 34, 36
 Geschäftsidee 9, 13f
 Gesellschaft bürgerlichen Rechts 24, 34f
 Gesellschaft mit beschränkter Haftung 24, 35
 Gesellschaft, offene 24, 33
 Gesellschaftsvertrag 33
 Gesprächspartner 57
 Gewährleistungsrückstellungen 97
 Gewerbebehörde 26
 Gewerbeberechtigung 34f, 107
 Gewerbe, freie 21, 26
 Gewerkepensionisten 102
 Gewerbe, reglementierte 13, 22, 26
 Gewerbeschein 23
 Gewinnplanung 75
 Gewinnzone 118
 Gründerservice 25
 Grundfreibetrag 121, 123
 Grundumlagen 26
 Gründungsphase 73
 Gründungsprivileg 35f
 Grußwort 44

H

Hacklerregelung 29
 Hälfteregelung 98
 Handelsgesellschaft, offene 34
 Handelsvertreterpauschalierung 120
 Hobby 11
 Höchstbeitragsgrundlage 106
 Homepage 44f, 53, 58, 63
 Honorare 51
 Honorargestaltung 51

I

Ideenfindung 11
 IKIGAI 17
 Impressum 44f
 Innung 27
 Instagram 54
 Invaliditätspension 29
 Investitionsfreibetrag 121f, 130

J

Jahreshöchstbeitragsgrundlage 106

K

Kammerumlage 1 26
 Kammerumlage 2 26
 Kapitalgesellschaften 35
 Kleinunternehmerregelung 28, 33, 86, 90, 117

Kommandit-Erwerbsgesellschaften 34
 Kommanditgesellschaft 24, 34
 Kommanditisten 34
 Kommunikation 43
 Komplementär 34
 Kooperationspartner 52
 Korridorpension 29
 Kostendeckung 67
 Kosten, variable 67
 Krankenversicherung 103f, 106, 108
 Kreditgeber 74f
 Kreditrahmen 76
 Kreditverhandlung 75
 Kreditvermittler 77
 KSV-1870 78, 133
 Kunden 14, 42
 Kundenbindung 55
 Kunden halten 55
 Kundennutzen 55
 Kundenstamm 55
 Kunden-Zielgruppen 15
 Künstler-/Schriftstellerpauschalierung 120
 Kurzpräsentation 56

L

Laufkundschaft 14
 Leasing 73
 Liebhaberei 133
 –, steuerliche 118
 Lieferantenrechnung 88
 Liquiditätsplan 73
 Liquiditätsplanung 73, 75, 127
 Liquiditätsrechnung 80
 Liquiditätsreserve 73, 75
 Luxustangente Auto 97

M

Mahngebühren 112
 Marktzugang 13
 Mehrfachversicherung 106
 Mehr-Weniger-Rechnung (MWR) 97
 Mindestbeitragsgrundlage 106
 Mindestkörperschaftsteuer 36
 Mindest-Versicherungsgrenze 104
 Mutterschutz 109

N

Nachfolgebörsen 12
 Nachverrechnung 90
 Netzwerken 57
 Netzwerktreffen 58
 Neugründungsförderungsgesetz 24
 Neugründungsprivileg 27
 newsletter 46

Nutzen argumentieren 55

O

Optionserklärung 87

P

Pauschalbeträge 123
Pension 11, 21, 29
Pensionsversicherung 104, 107
Personengesellschaft 33, 80
Pferdepensionshaltungs-
pauschalierung 120
Pflichtmitglieder 26
Pflichtmitgliedschaft 23
Pflichtversicherung 28, 103
Planrechnung 133
Preisverhandlungen 51
Privatentnahmen 68, 73, 80,
95
Produktidee 65
Produktions-Franchising 12
Professionalität 42
Projektausschreibungen 55
Projektbörsen 55

R

Ratenansuchen 127
Ratenzahlung 112, 129, 149
Rechnung 83, 88
Rechnungsausstellungs-
verpflichtung 92
Registrierkasse 95
Registrierkasse, Pflicht 59
reverse charge 117
Reverse-Charge-Prinzip 91

S

Sachebene 52
Sachleistungsberechtigte 102,
133

Sale and lease back 75
Scheinselbstständigkeit 11,
113
Sechstel-Regelung 122
Selbstständige, neue 23f, 103
Selbstständigenvorsorge 103ff,
110
Selbstständigenvorsorgekasse
111
Selbstständigkeit, neue 108
Skalierbarkeit 13
Skonto 81, 89
social media 53f
Solio-Ziele 17
Soll-Ist-Vergleiche 65
Sollzinsen 76, 89
Sozialabgaben 113
Sozialversicherung 99, 112,
128
Sozio-Ziele 17
Spitalkosten 108
Sportlerpauschalierung 121
Stammkunden 13
Steuern 115
Steuerrecht 97
Steuervorauszahlungen 127
Stundensatz 51
Stundung 129, 150f
Stundungsansuchen 127
Stundungsvereinbarung 112
Suchmaschinenoptimierung
15, 53
SVS-Ombudsmann 112
SVS-Vorauszahlungen 105

T

Teilzeitstelle 21
Totalgewinn, steuerlicher 134
Twitter 54

U

Überschreitungserklärung 103
Überziehungsprovision 76, 89
UID-Nummer 88, 91, 117, 126
Umsatzgrenze 28
Umsatzsteuerbefreiung 87
Umsatzsteuererklärung 96,
117f
Umsatzsteuerfreiheit 91
Umsatzsteuer-Identifikations-
Nummer 91, 117
Umsatzsteuervoranmeldungen
118
Umsatzsteuerzahlungspflicht
87
Unfallversicherung 103f
Unternehmensform 31
Unternehmensgründung 31,
67
Unternehmensname 41
Unternehmensserviceportal 25
Unternehmensübernahmen 12
Unternehmerlohn 67f
Urheberrechtsverletzung 45

V

Verhandeln 52
Verhandlungsergebnis 53
Verkaufserfolg 56
Vermittlungsgebühr 78
Vertriebs-Franchising 12
Visitenkarte 44, 46
Vorsorgekasse 110
Vorsteuer 83, 86, 90f, 96, 117,
121, 126, 134
Vorsteuerabzug 88
Vorsteuererstattung 126

W

Warenfinanzierung 79

Website-Impressum 45
Weiterempfehlung 55
Werbekampagne 55
Werbemittel 14f
Werbestrategie 53
Werbungskosten, Pauschalen
130
Wertberichtigungen 97
Wettbewerb 15, 42, 57
Wettbewerbsnachteil 82
Wettbewerbsvorteil 82
Win-Win-Lösungen 52
Wirtschaftsgüter, geringwertige
98
Wirtschaftskammer 26
working capital 74
Wortgewalt 56

Z

Zahlungsziel 73, 81
Zielgruppe 44
Zielmarkt 57
Zinskosten 81
Zugangsverordnung 22
Zuverdienstgrenze 29
Zuverlässigkeitsgewerbe 22



Dipl.-Kfm. Manfred Lappe

Autor zahlreicher im KONSUMENT-Verlag erschienener Bücher zu den Themenbereichen Geldanlage, Pensionsvorsorge, Steuern und Kredit, in denen in verständlicher Sprache (nicht nur) Basiswissen vermittelt wird. Autor des Bestsellers „Alles geregelt. Das KONSUMENT-Vorsorgebuch“.

Nebenbei selbstständig Die besten Tipps für mehr Erfolg

Arbeitnehmer oder Pensionist im Hauptberuf, Selbstständiger im Nebenjob. Eine Konstellation, die es immer häufiger gibt. Lehrer als Autoren, Fachkräfte als Sachverständige oder Vortragende, Angestellte als eBay- oder willhaben-Verkäufer, Pensionisten mit Cafe oder Wirtsstube, Studenten als Stadtführer oder Botenfahrer, etc. Die Formen der Selbstständigkeit in der Praxis sind vielfältig, ebenso die Motive: zusätzliche Einnahmen, Selbstverwirklichung, Freude an der Arbeit oder einfach sinnvolle Freizeitbeschäftigung. Aber was ist zu beachten, damit aus dem Traum kein Alptraum wird? Welche gesetzlichen Anforderungen und Rahmenbedingungen gilt es einzuhalten, welche Risiken frühzeitig zu erkennen und welche Chancen können genutzt werden? Mit diesem Arbeitsbuch können Betroffene den Schritt in die (Teil-)Selbstständigkeit in Ruhe vorbereiten oder auch einzelne Kapitel zielgerichtet durchlesen und nacharbeiten. Der Serviceteil gibt praktische Anleitung für Erfolgs- und Liquiditätsplanung, Formulare helfen, die Bürokratie zu bewältigen.

Verein für Konsumenteninformation, Wien
www.vki.at | www.konsument.at

ISBN 978-3-99013-091-9



€ 19,90

