

UNTERNEHMERIN
MACHT **SCHULE**

schule kompetenz Karriere Erfolg

Fallstudie Teil 1:

Anita startet durch -
Gründung eines Bio-
Schokoladengeschäfts

THE BIG IDEA - Der Fall in Kurzform

Die Fallstudie stellt die Überlegungen von Anita Müller zur Gründung eines Unternehmens zur Schokoladeproduktion vor. Es wird die Bandbreite von der Entwicklung des Geschäftsmodells bis zum Finanzplan aufgezeigt.

IHRE ROLLE

Sie möchten Anita mit Ihrer Erfahrung bei der Gründung unterstützen und gegebenenfalls im Unternehmen mitarbeiten. Bearbeiten Sie die Arbeitsaufgaben und recherchieren Sie fehlende Informationen.

DIE AUSGANGSSITUATION

Ihre Freundin Anita Müller hat ihr Studium der Ernährungswissenschaften erfolgreich abgeschlossen. Während ihres Studiums hat sie ihre Freundin Julia kennengelernt, die ihre eigene, zum Teil vegane Bio-Schokolade herstellt.

Julia ist vor allem wichtig, dass die von ihr produzierte Schokolade aus Rohstoffen besteht, die fair gehandelt werden und auch für Veganer:innen geeignet sind. Bisher hat Julia ihre Bio-Schokolade nur von zuhause aus („ab Hof“) verkauft.

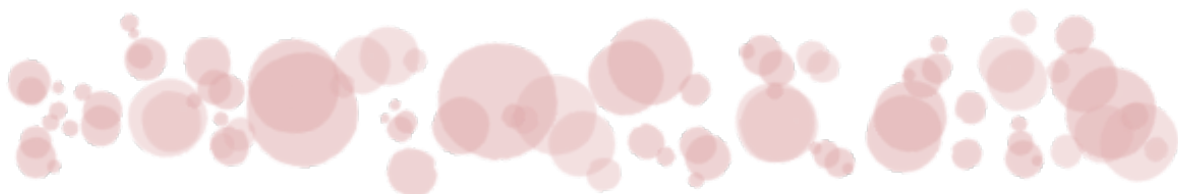
Da die Nachfrage nach veganer, regionaler Bio-Schokolade immer größer wird, möchte Anita sich mit ihrem eigenen Bio-Schokoladengeschäft selbstständig machen. In diesem Geschäft soll neben der Schokolade von Julia auch andere in Österreich produzierte Bio-Schokolade verkauft werden.

Außerdem überlegt Anita, einen Social Media Kanal über vegane und nachhaltige Ernährung für ihren Kundinnen und Kunden zu starten.

Da Anita nur über geringe betriebswirtschaftliche Kenntnisse verfügt, bietet sie Ihnen einen Job an. Sie sollen sie in organisatorischen und betriebswirtschaftlichen Fragen ein paar Stunden pro Woche, neben der Schule und intensiver in der Ferienzeit, unterstützen.

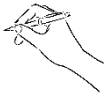


Hinweis: Das Bio-Schokoladengeschäft soll in der Nähe Ihrer Schule eröffnet werden.



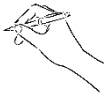
Angabe

Geschäftsidee



1. AUFGABE: GESCHÄFTSIDE ERLÄUTERN

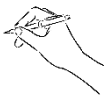
Beschreiben Sie die Geschäftsidee und wodurch sich Anitas Bio-Schokoladengeschäft von der Konkurrenz unterscheidet.



2. AUFGABE: NAMEN FESTLEGEN

Überlegen Sie einen passenden Namen für das Bio-Schokoladengeschäft.

Marketing



3. AUFGABE: MARKT UND ZIELGRUPPE ANALYSIEREN

Recherchieren Sie, wie die Marktlage für regionale Bio-Schokolade zu beurteilen ist. Ziel ist es, eine Informationsgrundlage für die strategische Ausrichtung zu schaffen.

- a) **Ermitteln Sie**, wie groß die Nachfrage nach regionaler Bio-Schokolade derzeit ist und **analysieren Sie** den Trend zu vegetarischer und veganer Ernährung.
- b) **Erheben Sie**, wie viele Mitbewerber aktuell in diesem Segment tätig sind.
- c) **Definieren Sie** eine klare Zielgruppe für das geplante Bio-Schokoladengeschäft und **begründen Sie** Ihre Auswahl.



4. AUFGABE: PRODUKT- UND SORTIMENTSPOLITIK GESTALTEN

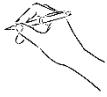
Recherchieren Sie, welche Schokoladenprodukte derzeit am Markt besonders gefragt sind, und vergleichen Sie diese mit dem Angebot der Mitbewerber.

- a) **Suchen Sie** dazu auf Plattformen wie herold.at oder maps.google.at nach drei möglichen Mitbewerbern in unmittelbarer Nähe Ihrer Schule. **Analysieren Sie** deren Sortiment hinsichtlich der angebotenen Schokoladenprodukte.
- b) **Beschreiben Sie** anschließend, welche eigenen Produkte im Bio-Schokoladengeschäft von Anita angeboten werden sollen und welchen konkreten Nutzen die Kundinnen und Kunden davon haben.
- c) **Entwickeln Sie** Ideen, wie sich Anitas Geschäft durch besondere Produktmerkmale oder ein Alleinstellungsmerkmal von der Konkurrenz abheben kann.



5. AUFGABE: PREISPOLITIK FESTLEGEN

- a) **Ermitteln Sie** die Preisgestaltung der Mitbewerber in unmittelbarer Nähe Ihrer Schule.
- b) **Bestimmen Sie**, in welcher Preisklasse (niedrig, mittel oder hoch) die Produkte von Anita angeboten werden sollen, und **begründen Sie** Ihre Entscheidung mit Blick auf die Zielgruppe und die Positionierung des Unternehmens.



6. AUFGABE: STANDORTWAHL (DISTRIBUTIONSPOLITIK) BEGRÜNDEN

Schlagen Sie einen Standort in der Nähe Ihrer Schule für das Bio-Schokoladengeschäft **vor**. **Begründen Sie** Ihre Wahl unter Berücksichtigung von Kundennähe, Erreichbarkeit und Wettbewerbssituation.



7. AUFGABE: KOMMUNIKATIONSPOLITIK PLANEN

Beschreiben Sie, wie Kundinnen und Kunden generell auf das Angebot aufmerksam gemacht werden können. **Überlegen Sie**, welche Werbemaßnahmen zum Start des Unternehmens besonders geeignet sind.

Organisation



8. AUFGABE: RECHTLICHEN RAHMEN FESTLEGEN

- Recherchieren Sie**, welche Rechtsform für das Bio-Schokoladengeschäft am sinnvollsten ist, und **beschreiben Sie** die Vor- und Nachteile der gewählten Rechtsform.
- Erklären Sie**, welche Auswirkungen diese Rechtsform auf die Gestaltung des Firmennamens hat.



9. AUFGABE: PERSONALPLANUNG GESTALTEN

Anita möchte Sie auf geringfügiger Basis beschäftigen. Sie sollen sie (neben der Schule) für ein paar Stunden pro Woche unterstützen. Setzen Sie Ihre Recherche- und Planungskompetenz ein, um ein realistisches Beschäftigungsmodell zu entwerfen.

- Recherchieren Sie**, was man unter einer geringfügigen Beschäftigung versteht.
- Unterbreiten Sie** Anita einen realistischen Vorschlag für die wöchentliche Arbeitszeit auf geringfügiger Basis und **nennen Sie** Ihre Gehaltsvorstellung (brutto pro Monat).
- Ermitteln Sie**, welche Lohnnebenkosten vom Unternehmen und welche Abgaben von Ihnen als Arbeitnehmer:in zu leisten sind (z. B. Sozialversicherung, Lohnsteuer).
- Prüfen Sie** auch, wie sich die Inanspruchnahme der Neugründungsförderung (NeuFöG) auf die Lohnnebenkosten auswirkt.
- Berechnen Sie** die monatlichen Personalkosten inklusive Nebenkosten für Ihre Position.



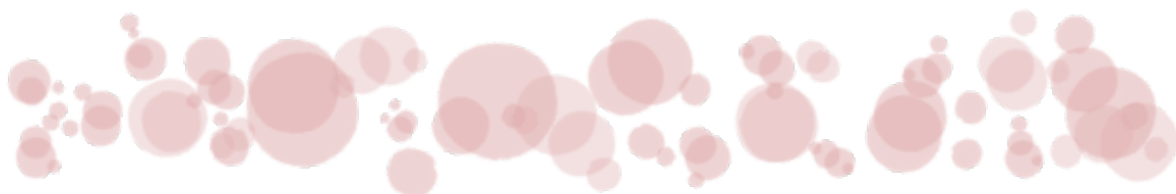
10. AUFGABE: AUFBAUORGANISATION ENTWICKELN

Skizzieren Sie die geplante Unternehmensstruktur, einschließlich aller internen Positionen und eventuell ausgelagerter Tätigkeiten.



11. AUFGABE: ABLAUFORGANISATION FESTLEGEN

Wenden Sie Ihre Organisationskompetenz an, um klare Arbeitsabläufe zu definieren. **Überlegen Sie**, wer welche Aufgaben im Unternehmen übernimmt, und **beschreiben Sie** diese Zuständigkeiten.





12. AUFGABE: ÖFFNUNGSZEITEN PLANEN

Erarbeiten Sie einen Vorschlag für die Öffnungszeiten des Bio-Schokoladengeschäfts und **begründen Sie** Ihre Wahl.

Finanzen



13. AUFGABE: KAPITALBEDARF ERMITTELN

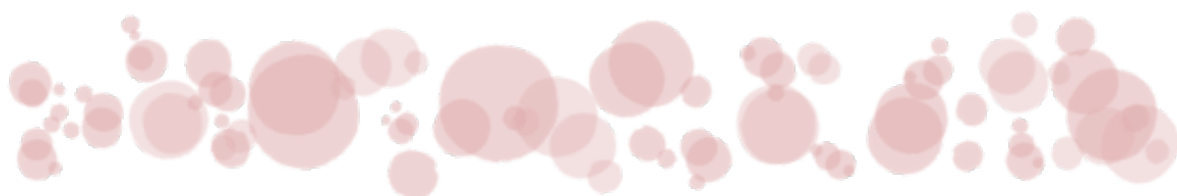
Nutzen Sie Ihre Analyse- und Kalkulationskompetenz, um den finanziellen Bedarf für die Unternehmensgründung zu bestimmen. Anita hat durch Nebenjobs während des Studiums insgesamt 20.000 Euro angespart, die sie vollständig in das Unternehmen investieren möchte.

- a) **Ermitteln Sie**, wie viel Startkapital Anita für die Gründung des Bio-Schokoladengeschäfts benötigt. **Unterscheiden Sie** zwischen einmaligen Gründungsinvestitionen und -kosten (z. B. Einrichtung) und den laufenden Kosten im ersten Betriebsmonat (z. B. Miete, Personal). **Recherchieren Sie** dabei realistische Zahlen und berücksichtigen Sie z. B. bei der Miete auch Ihren gewählten Standort und bei den Personalkosten Ihre bisherigen Überlegungen. **Tragen Sie** Ihre Ergebnisse in der Tabelle auf der nächsten Seite **ein** bzw. **nutzen Sie** ein Tabellenkalkulationsprogramm.
- b) **Recherchieren Sie** dabei auch,
 - wie hoch die Sozialversicherungsbeiträge für Anita im ersten Jahr der selbstständigen Tätigkeit voraussichtlich sein werden und
 - wann die Einkommensteuervorauszahlungen zu leisten sind und wovon deren Höhe im ersten Jahr abhängt.
- c) **Prüfen Sie**, ob Anitas vorhandenes Kapital von 20.000 Euro ausreicht, um den gesamten Kapitalbedarf zu decken und **tragen Sie** Ihr Ergebnis in der Tabelle auf der nächsten Seite **ein** bzw. **nutzen Sie** ein Tabellenkalkulationsprogramm.
- d) Falls das vorhandene Kapital nicht ausreicht: **Recherchieren Sie** mögliche Finanzierungsquellen und **bewerten Sie** deren Vor- und Nachteile für Anita.

Kapitalbedarf für Gründungsinvestitionen/-kosten		in EUR
Kautions für die Geschäftsräumlichkeiten		
Geschäftseinrichtung (Regale, Deko, Kopierer/Drucker etc.)		
PC inkl. Programme (inkl. EDV-Techniker:in)		
Büromaterial		
Warenbestand		
Markteinführungskosten/Werbung		
Reserve für Unvorhergesehenes (10 %)		
Summe		

Kapitalbedarf für laufende Kosten im ersten Monat		in EUR
Miete inkl. Betriebskosten für voll möbliertes Geschäftslokal		
Energiekosten		
Durchschnittliche Personalkosten (aufgerundet)		
Versicherungen		
Büromaterial		
Werbung		
Telefon/Internet		
Rechts- und Steuerberatungskosten		
Privatentnahmen für eigenen Lebensunterhalt, inkl. anteilige Einkommensteuervorauszahlung und Sozialversicherungsbeitrag		
Summe		

Gesamter Kapitalbedarf (Startkapital)		
Vorhandene Eigenmittel (Ersparnisse)		
Fehlendes Kapital		





14. AUFGABE: FINANZPLAN ERSTELLEN

a) **Berechnen Sie** für jeden der ersten sechs Monate den geplanten Umsatz (netto), den Anita mit dem Verkauf der Schokoladen erzielt. Grundlage ist ein Verkaufspreis von 6,00 Euro (exkl. USt) pro Stück und die folgende Absatzprognose:

1. Monat: 640 Stück
2. Monat: 800 Stück
3. Monat: 960 Stück
4. Monat: 1.280 Stück
5. Monat: 1.440 Stück
6. Monat: 1.600 Stück

Tragen Sie Ihre Ergebnisse in der untenstehenden Tabelle unter „Einzahlungen (Umsätze)“ **ein** bzw. **nutzen Sie** ein Tabellenkalkulationsprogramm.

b) **Ermitteln Sie** die Kosten für die Warenzukäufe, Ihre Auszahlungen in Summe sowie den Zahlungsmittelüberschuss bzw. -fehlbetrag je Monat. Dabei gilt: Verkauft Anita im laufenden Monat eine bestimmte Stückzahl, kauft sie im Folgemonat genau diese Menge wieder nach. Der durchschnittliche Einkaufspreis liegt bei 2,00 Euro (exkl. USt) pro Stück. **Tragen Sie** Ihre Ergebnisse in der untenstehenden Tabelle **ein** bzw. **nutzen Sie** ein Tabellenkalkulationsprogramm.

c) **Erstellen Sie** einen Finanzplan, indem Sie die Einzahlungen (Umsätze) den Auszahlungen in den ersten sechs Monaten gegenüberstellen. Zu den Auszahlungen zählen die Kosten für die Gründung und die laufenden Kosten, die Sie bei Arbeitsaufgabe 13a bereits ermittelt haben, sowie die Kosten für die Warenzukäufe aus Arbeitsaufgabe 14b. Gehen Sie davon aus, dass Anita die fehlenden Geldbeträge mit einem Kontokorrentkredit ausgleicht (Hinweis: aus Vereinfachungsgründen müssen keine Zinsen berücksichtigt werden). **Tragen Sie** Ihre Ergebnisse in der folgenden Tabelle **ein** bzw. **nutzen Sie** ein Tabellenkalkulationsprogramm.

	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat
Gründungskosten						
Laufende Kosten						
Warenzukäufe						
Auszahlungen (Summe)						
Einzahlungen (Umsätze)						
Zahlungsmittel-Überschuss/ Fehlbetrag						

	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat
Zahlungsmittel Monatsanfang	20.000					
Zahlungsmittel- Überschuss/ Fehlbetrag						
Veränderung Kontokorrent- kredit						
Stand Konto- korrentkredit						
Zahlungsmittel Monatsende						

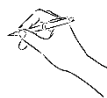


15. AUFGABE: BREAK-EVEN-ANALYSE DURCHFÜHREN

Berechnen Sie, wie viele Schokoladen Anita pro Monat mindestens verkaufen muss, um ihre laufenden (fixen) Kosten decken zu können, die Sie bereits ermittelt haben. Zur Erinnerung: Anita rechnet, dass sie durchschnittlich 6,00 Euro (exkl. USt) je Schokolade erhält und sie im Einkauf 2,00 Euro (exkl. USt) dafür bezahlt.

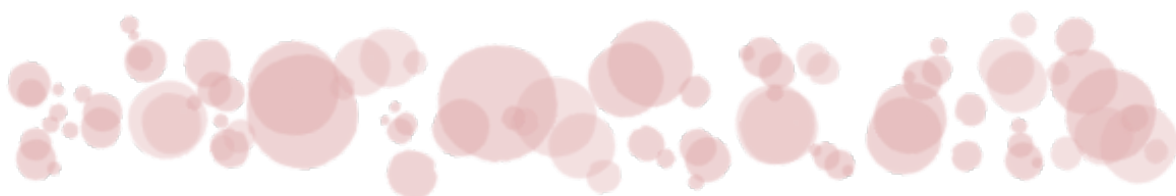
Unternehmensgründung

Anita gefällt der „Businessplan“ für ihr Bio-Schokoladengeschäft. Sie möchte so schnell wie möglich ihr Unternehmen gründen.



16. AUFGABE: UNTERNEHMENSSTART VORBEREITEN

Erstellen Sie für Anita eine Auflistung aller notwendigen Schritte, um das Bio-Schokoladengeschäft eröffnen zu können. **Fügen Sie** zu jedem Punkt eine kurze Erklärung mit den wichtigsten Informationen **hinzu** (z. B. zuständige Behörde, notwendige Unterlagen, Fristen).



Beispielhafte Musterlösung

Hinweis: Die folgenden Lösungsvorschläge beziehen sich exemplarisch auf einen Standort in Wien. Je nach gewähltem Standort kommt es daher zu Abweichungen.

Geschäftsidee



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (GESCHÄFTSIDE ERLÄUTERN)

Die Geschäftsidee besteht darin, regional produzierte Bio-Schokolade an Kundinnen und Kunden zu verkaufen. Zusätzlich soll auch vegane Schokolade angeboten werden.

Die Idee ist „Bewährtes zu verbessern“:

- Das Bio-Schokoladengeschäft soll mit regional produzierter Bio-Schokolade, die aus fair gehandelten und nachhaltigen Rohstoffen besteht, die Kundinnen und Kunden überzeugen.
- Anita möchte zudem auch außergewöhnliche Sorten anbieten, welche die Kundinnen und Kunden vor dem Kauf gratis probieren können.
- Darüber hinaus ist geplant, die Kundinnen und Kunden mithilfe von Anitas Expertise bei Ernährungsfragen zu unterstützen. Anita möchte dazu einen Social Media Kanal starten, der Tipps, Tricks und Trends im Bereich Ernährung geben soll. Außerdem ist es Anita aufgrund ihres abgeschlossenen Studiums auch möglich, die Kundinnen und Kunden in Bezug auf die angebotene Schokolade oder generell im Zusammenhang mit Ernährung in ihrem Geschäftslokal zu beraten.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (NAMEN FESTLEGEN)

Hier ist nur eine individuelle Lösung möglich. Ein Beispiel als Name für das Schokoladengeschäft wäre z. B. der Name „Schokogrün“.

Hinweis: Grundsätzlich muss hier zwischen dem Firmennamen und einer Etablissementbezeichnung (gewählter Name zur Kennzeichnung) unterschieden werden. Es muss später noch geklärt werden, ob dieser Name aufgrund der gewählten Rechtsform möglich ist.

Marketing



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (MARKT UND ZIELGRUPPE ANALYSIEREN)

a) Nachfrage nach regionaler Bio-Schokolade und Trend zu vegetarischer und veganer Ernährung

Für österreichische Verbraucher:innen spielt Regionalität bei Lebensmitteln eine immer wichtigere Rolle. Die Covid-19-Krise hat den Trend zu regionalen Lebensmitteln nochmals verstärkt. 26 % der Verbraucher:innen achteten in der Corona-Pandemie mehr auf die regionale bzw. die österreichische Herkunft der Lebensmittel. Auch nach der Krise wollen 44 % mehr heimische Lebensmittel und 15 % mehr Bioprodukte kaufen.¹

¹ <https://www.derlebensmittelhandel.at/themen/landwirtschaft-und-regionalitaet/regionalitaet/>

Die Anzahl der vegan oder vegetarisch lebenden Menschen in Österreich nimmt weiter zu. 15 % der Österreicher:innen ernähren sich entweder vegan, vegetarisch oder pescetarisch. 5 % davon sind Veganer:innen, womit Österreich im Europavergleich Spitzenreiter ist.²

Jede:r Österreicher:in isst pro Jahr rund acht Kilogramm Süßigkeiten. Damit ist Österreich auf Platz drei in Europa. Rund ein Viertel entfällt auf Tafelschokolade.³

b) Mitbewerber

Das Bio-Schokoladengeschäft ist dem Dienstleistungssektor und der Branche Süßwaren-Einzelhandel zuzuordnen. Laut dem Branchenverzeichnis von Herold⁴ gibt es aktuell 63 Süßwarengeschäfte in Wien (Stand 2025), wobei nicht alle Schokolade – und vor allem nicht vegane Bio-Schokolade anbieten. Die größten direkten Konkurrenten in Wien sind die Schokotheek und die Walter Heindl GesmbH.

Bei den Mitbewerbern müssen aber auch die Supermärkte berücksichtigt werden, die ebenfalls Bio-Schokolade anbieten. Die Top-drei-Schokoladenhersteller in Österreich sind Milka (35,4 % Marktanteil), Lindt (10,3 %) und Ritter Sport (7,8 %), wobei Ritter Sport im veganen Segment (Schokolade ohne Milch) auf Platz eins ist.⁵

Zudem stellen auch Schokoladenhersteller, die ihre Produkte über Onlineshops vertreiben (wie z. B. Zotter) eine Konkurrenz dar. Es ist aber zu erwähnen, dass hierbei keine individuelle Beratung und auch keine Kostprobe der Schokoladenprodukte möglich sind.

Natürlich ist auch zu berücksichtigen, dass es immer beliebter wird Süßigkeiten selbst herzustellen. Auch dieser Trend ist zu beobachten.

Zusammenfassend kann der Markt beispielsweise mit Hilfe der Branchenstrukturanalyse nach Porter wie folgt dargestellt werden:



c) Zielgruppe (inkl. Begründung)

Zielgruppe des Bio-Schokoladengeschäftes sind Personen,

- die einen besonderen Wert auf die (Bio-)Qualität der Produkte legen,
- die auf die nachhaltige Herstellung der Produkte achten,
- die sich vegetarisch, vegan und/oder bewusst ernähren,
- die als Touristinnen und Touristen nach Österreich kommen und regionale Produkte konsumieren oder als „Mitbringsel“ kaufen.

² <https://www.vegan.at/zahlen>

³ <https://www.gewinn.com/artikel/schokolade-trends>

⁴ <https://www.herold.at/gelbe-seiten/wien/s%c3%Bc%c3%9Fwaren-einzelhandel/>

⁵ Siehe Fußnote 3.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (PRODUKT- UND SORTIMENTSPOLITIK GESTALTEN)

a) Mitbewerber in unmittelbarer Nähe der Schule und Analyse des Sortiments

Hinweis: Je nach Standort ergeben sich andere Mitbewerber (und dadurch auch Unterschiede beim Sortiment).

Exemplarisch umfasst das Sortiment der Mitbewerber z. B.:

- Schokoladenprodukte von größeren Herstellern wie Zotter oder Lindt
- Pralinen mit diversen Füllungen
- Geschenkkreationen mit Süßwaren (auch Schokolade)
- Workshops über die Herstellung von Pralinen und Schokolade

b) Beschreibung der Produkte und Nutzen für die Kundinnen und Kunden

Angeboten wird die regionale Bio-Schokolade von einer studierten Ernährungsexpertin (Anita). Es sollen folgende Schokoladenprodukte angeboten werden:

- Bio-Schokolade, die von Anitas Freundin Julia produziert wird. Hier gibt es unterschiedliche Ausführungen, wie zum Beispiel: vegane Schokolade, Schokolade mit Fruchtfüllungen (saisonal), Pralinen mit unterschiedlichen Füllungen
- Schokolade von anderen Herstellern, die ebenfalls in Österreich produzieren und auf die Qualität der Produkte und Herkunft der Rohstoffe achten.
- Zudem sollen noch folgende **Zusatzleistungen** angeboten werden: gratis Kostproben, regelmäßige Vorträge/Kurse zur bewussten und nachhaltigen Ernährung, Social Media Account über bewusste, nachhaltige und biologische Ernährung, Beratung der Kundinnen und Kunden beim Kauf von Schokoladenprodukten

c) Alleinstellungsmerkmal

Das Bio-Schokoladengeschäft unterscheidet sich von den Mitbewerbern einerseits durch die regional produzierte Schokolade von Julia. Da nur Anita diese verkauft und diese dazu auch noch aus nachhaltigen, biologischen und manche Sorten auch aus rein veganen Zutaten besteht, hebt sich dieses Schokoladengeschäft von den restlichen Mitbewerbern ab.

Ein weiteres Unterscheidungsmerkmal ist die individuelle Beratung und der Service durch Anita. Sie kann die Kundinnen und Kunden aufgrund ihres abgeschlossenen Studiums bestens in Bezug auf Ernährung und Inhaltsstoffe beraten und informiert ihre Kundinnen und Kunden zusätzlich über Social Media über wertvolle Tipps, Tricks und Trends im Bereich Ernährung.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (PREISPOLITIK FESTLEGEN)

a) Preisgestaltung der Mitbewerber in unmittelbarer Nähe der Schule

Die Preise der Konkurrenten variieren von Anbieter zu Anbieter. Die Schokolade von großen Herstellern, die vor allem in Supermärkten oder größeren Schokoladengeschäften angeboten wird, befindet sich in der niedrigen bis mittleren Preisklasse. Dabei handelt es sich jedoch zum Teil um Produkte, die zu nicht fairen Bedingungen (z. B. niedrige Löhne für Arbeiter:innen, schlechte Arbeitsbedingungen) hergestellt und gehandelt werden.

Fairtrade-Schokolade oder Bio-Schokolade, welche teilweise auch in Supermärkten, vor allem aber in kleineren Schokoladengeschäften angeboten wird, befindet sich eher im Hochpreissegment, da die Käufer:innen aufgrund der besseren Qualität bzw. der nachhaltigeren Herstellung bereit sind, diese Preise zu bezahlen.

b) Preisklasse (inkl. Begründung im Zusammenhang mit Zielgruppe und Positionierung)

Generell ist anzumerken, dass die Preise von Schokoladenprodukten stark abhängig von den Rohstoffpreisen sind. Vor allem bei Kakao kommt es oft zu Schwankungen.

Da die Schokolade, die in Anitas Bio-Schokoladengeschäft angeboten wird, aus qualitativ hochwertigen Zutaten besteht, die außerdem teilweise aus Österreich stammen, sollen die eigenen Preise eher hochgehalten werden. Diese Hochpreisstrategie kann ebenfalls durch die professionelle Beratung durch Anita und der gratis Kostproben, die beispielsweise in Supermärkten nicht gegeben sind, gerechtfertigt werden.



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (STANDORTWAHL (DISTRIBUTIONSPOLITIK) BEGRÜNDEN)

Ein möglicher geeigneter Standort für das Schokoladengeschäft wäre der 7. Wiener Gemeindebezirk Neubau. In diesem Bezirk befindet sich die Mariahilfer Straße, wo aufgrund der vielen Geschäfte viel Laufkundschaft vorzufinden ist. Es würde sich anbieten, das Geschäft in einer Nebenstraße der Mariahilfer Straße zu eröffnen. Außerdem handelt es sich um einen sehr dynamischen Bezirk, der als jung, urban und progressiv gilt – mit einem hohen Anteil an Studierenden, Kreativen und Nachhaltigkeitsbewussten.

Die Hauptgründe für diese Standortwahl sind somit:

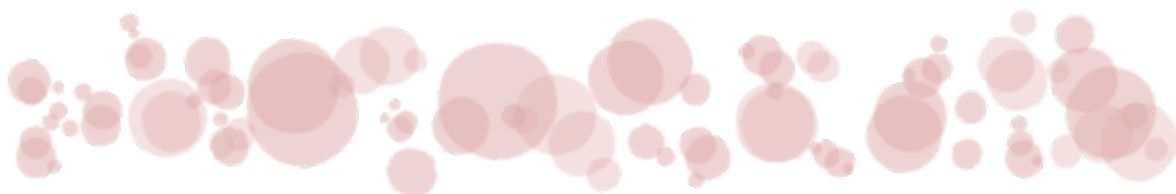
- Absatzlage: viel Laufkundschaft aufgrund der vielen Geschäfte in der Umgebung (auch viele Touristinnen und Touristen), dynamischer Bezirk (offen für neue Trends), Bewohner:innen in der Umgebung entsprechen der Zielgruppenbeschreibung
- Verkehrslage: gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln
- Immobilienlage: geeignete Räumlichkeiten



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (KOMMUNIKATIONSPOLITIK PLANEN)

Folgende Werbemaßnahmen bieten sich an:

- WoM (Word of Mouth) – Mundpropaganda: Empfehlungen bringen Bekanntheit
- WoW (Word of Web) – soziale Netzwerke: Facebook, Instagram, TikTok etc., um so vor allem junge Leute zu erreichen
- eigene Website
- Kostproben verteilen (z. B. auf der Mariahilfer Straße)
- Plakate/Flyer in der Nähe des Geschäftslokals, Inserate in Bezirksblättern (z. B. für den 7. Bezirk)



Organisation



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (RECHTLICHEN RAHMEN FESTLEGEN)

a) Rechtsform für das Bio-Schokoladengeschäft

Anita möchte ein Einzelunternehmen gründen.

Vor- und Nachteile dieser Rechtsform:

Vorteile

- Ein Einzelunternehmen kann schnell und einfach gegründet werden. Die Gründung vollzieht sich mit der Gewerbeanmeldung.
- Für die Gründung eines Einzelunternehmens ist kein Mindestkapital notwendig.
- Eine Eintragung in das Firmenbuch ist aufgrund der geringen Umsätze nicht notwendig (Grenze: Jahresumsatz einmalig 1.000.000 Euro bzw. in zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren 700.000 Euro). Eine Eintragung ist aber freiwillig möglich.
- Bis zur oben erwähnten Grenze muss nur eine einfache Gewinnermittlung (z. B. Einnahmen-Ausgaben-Rechnung) durchgeführt werden.
- Anita ist die alleinige Inhaberin des Unternehmens und kann sämtliche Entscheidungen selbst treffen, ohne sich mit anderen absprechen zu müssen.
- Ihr steht der gesamte Gewinn zu.
- Sie kann, sofern Bedarf besteht, Personen in ihrem Unternehmen beschäftigen (z. B. Angestellte, freie Dienstnehmer:innen) und Aufträge auf Werkvertragsbasis vergeben.

Nachteile

- Sie trägt das volle unternehmerische Risiko und haftet unbeschränkt auch mit ihrem Privatvermögen für Schulden des Unternehmens.
- Die Möglichkeiten Fremdkapital aufzunehmen sind beschränkt.
- Sie hat keine Optionen bei der Wahl der Versicherung: Sie ist als Einzelunternehmerin bei der gewerblichen Sozialversicherung versichert (das bedeutet beispielsweise, dass sie 20 Prozent Selbstbehalt bei Arztbesuchen hat).

Weitere Aspekte:

- Als Einzelunternehmerin zahlt sie (0 - 55 %) Einkommensteuer auf ihren jährlichen Gewinn.
- Da es sich beim Verkauf von Schokolade (und auch beim Betreiben eines Social Media Kanals als Nebenleistung) um ein freies Gewerbe handelt, ist für die Gewerbeberechtigung kein Befähigungsnachweis notwendig.

Achtung: Die Ernährungsberatung wäre (als Teilbereich der Lebens- und Sozialberatung) ein gebundenes Gewerbe, das heißt, dass ein entsprechender Befähigungsnachweis erforderlich ist (Studium der Ernährungswissenschaften an einer inländischen Universität oder Ausbildung zur Diätologin bzw. zum Diätologen).

b) Gestaltung des Firmennamens

Anita kann nur dann den Firmennamen „Schokogrün“ wählen, wenn sie sich in das Firmenbuch eintragen lässt. Er muss aber den Zusatz „eingetragene Unternehmerin“ bzw. die Abkürzung e.U. enthalten, also „Schokogrün e.U.“. Lässt sie sich nicht ins Firmenbuch eintragen, muss sie ihren Vor- und Nachnamen als Firmennamen nehmen.⁶



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (PERSONALPLANUNG GESTALTEN)

a) geringfügige Beschäftigung

Bei einer geringfügigen Beschäftigung liegt das monatliche Einkommen unter der Geringfügigkeitsgrenze von 551,10 Euro (Stand 2025). Angestellte, die die Geringfügigkeitsgrenze nicht überschreiten, haben die gleichen Rechte wie alle anderen Arbeitnehmer:innen: bezahlter Urlaub (5 Wochen pro Jahr), Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall, Sonderzahlungen (Urlaubsgeld und Weihnachtsgeld) etc.

b) realistischen Vorschlag für die wöchentliche Arbeitszeit auf geringfügiger Basis und Gehaltsvorstellung

Anita könnte mich geringfügig für 7 Stunden pro Woche mit 450 Euro brutto/Monat anstellen.

Kontrolle – Kollektivvertrag Handelsangestellte (Stand 2025)⁷:

Einstufung:

Beschäftigungsgruppe C, 1. Stufe (1. bis 3. Jahr): 2.102 Euro für 38,5 Stunden/Woche
Mindest-Stundensatz: 2.102 Euro / 38,5 Stunden / 4,33 Wochen = 12,61 Euro

12,61 Stundensatz x 7 Stunden x 4,33 Wochen = 382,21 Euro/Monat

→ Anita müsste für 7 Stunden/Woche mindestens 382,21 Euro bezahlen.

⁶ <https://www.wko.at/gruendung/firmenname-geschaeftsbezeichnungen>

⁷ <https://www.wko.at/kollektivvertrag/kollektivvertrag-handel-angestellte-2025>

c) und d) Lohnnebenkosten und Abgaben + Auswirkungen der Inanspruchnahme der Neugründungsförderung (NeuFöG)

Lohnnebenkosten der Unternehmerin (Stand 2025): Lohnnebenkosten bei geringfügiger Beschäftigung: 1,1 % Unfallversicherung, 1,53 % Betriebsvorsorge-Beitrag (BV-Beitrag)

Wegen der Neugründungsförderung entfällt jedoch die Unfallversicherung in den ersten 12 Monaten.⁸ Es ist daher von Anita nur der BV-Beitrag in Höhe von 6,89 Euro (450 Euro x 1,53 %) zu zahlen.

Abgaben der/des geringfügig Beschäftigten (Stand 2025): Da das Monatseinkommen die Geringfügigkeitsgrenze und das Jahreseinkommen 13.308,00 Euro nicht überschreiten, ist es weder sozialversicherungs- noch lohnsteuerpflichtig. Das bedeutet, dass die monatlichen 450 Euro und die Sonderzahlungen (2 x 450 Euro) ohne Abzüge ausbezahlt werden.

e) Personalkosten inklusive Nebenkosten

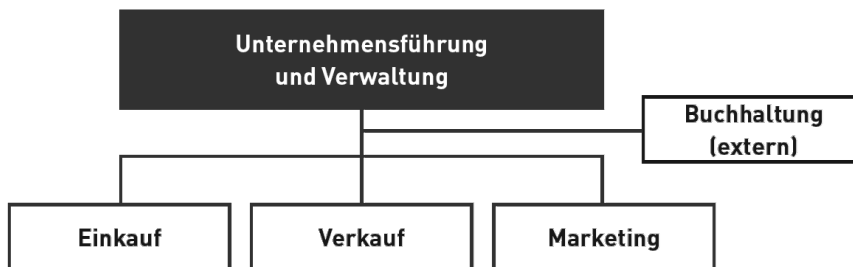
Die monatlichen Personalkosten belaufen sich für das Unternehmen inklusive Lohnnebenkosten auf 456,89 Euro (Stand 2025). Geringfügige Beschäftigte haben jedoch auch Anspruch auf ein 13. und 14. Monatsgehalt (Urlaubs- und Weihnachtsgeld).

Durchschnittlich fallen daher für Anita Personalkosten in Höhe von 533,04 Euro pro Monat an (456,89 Euro x 14 / 12).



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (AUFBAUORGANISATION ENTWICKELN)

geplante Unternehmensstruktur



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (ABLAUFORGANISATION FESTLEGEN)

Anita ist als Unternehmerin für die Geschäftsführung und Verwaltung sowie aufgrund ihrer fachlichen Kompetenz für den Ein- und Verkauf im Geschäftslokal zuständig.

Sie unterstützen sie in organisatorischer und betriebswirtschaftlicher Hinsicht vor allem in den Bereichen Verwaltung und Marketing sowie bei einfachen buchhalterischen Tätigkeiten (z. B. Vorbereitung der Unterlagen für den/die Steuerberater:in).

Für den Jahresabschluss und für steuer-/sozialversicherungsrechtliche Anliegen wird ein/e externe:r Steuerberater:in engagiert.

⁸ <https://startup.usp.gv.at/gruendung/gruendungsfahrplan/weitere-informationen/neufoeg-abgabenbefreiung>



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (ÖFFNUNGSZEITEN PLANEN)

Die Mitbewerber von Anita, vor allem die größeren Schokoladengeschäfte, haben unter der Woche (Montag bis Freitag) von 09:30 bis 21:00 Uhr und am Samstag von 09:00 bis 18:00 Uhr geöffnet.

Da Anita einen großen Wert auf die gute Beratung legt, möchte sie den Verkauf selbst übernehmen. Daher würde sie bei den Öffnungszeiten der Mitbewerber überlastet sein. Die Öffnungszeiten sollen sich daher von Montag bis Samstag auf 10:00 bis 18:00 Uhr beschränken. Auch eine Schließung während der Mittagszeit ist vorgesehen.

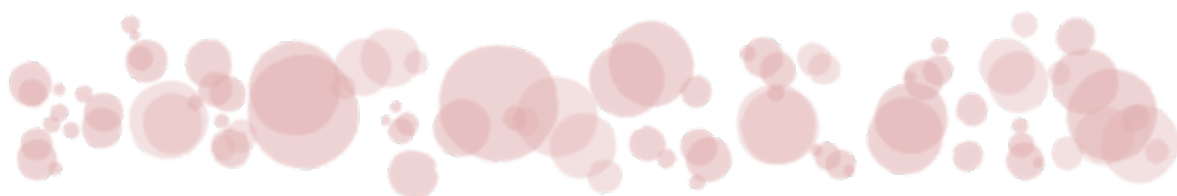
Finanzen



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (KAPITALBEDARF ERMITTELN)

a) Startkapital (Gründungsinvestitionen und -kosten, laufenden Kosten)

Kapitalbedarf für Gründungsinvestitionen/-kosten	in EUR
Kautions für die Geschäftsräumlichkeiten	4.200
Geschäftseinrichtung (Regale, Deko, Kopierer/Drucker etc.)	4.000
PC inkl. Programme (inkl. EDV-Techniker*in)	2.000
Büromaterial	250
Warenbestand	5.000
Markteinführungskosten/Werbung	1.500
Reserve für Unvorhergesehenes (10 %)	1.695
Summe	18.645



Kapitalbedarf für laufende Kosten im ersten Monat		in EUR
Miete inkl. Betriebskosten für voll möbliertes Geschäftslokal		1.400
Energiekosten		200
Durchschnittliche Personalkosten (aufgerundet)		540
Versicherungen		150
Büromaterial		30
Werbung		100
Telefon/Internet		50
Rechts- und Steuerberatungskosten		200
Privatentnahmen für eigenen Lebensunterhalt, inkl. aliquote Einkommensteuervorauszahlung und Sozialversicherungsbeitrag		2.500
Summe		5.170

Gesamter Kapitalbedarf (Startkapital)	23.815
--	---------------

Hinweis: Die Gründungskosten im engen Sinne (z. B. Vertragserrichtung, Gewerbeanmeldung, Firmenbucheintragung) sind je nach gewählter Rechtsform unterschiedlich. Bei einem Einzelunternehmen fallen nur dann Gebühren an, wenn dieses ins Firmenbuch eingetragen wird.⁹

b) Sozialversicherungsbeiträge und Einkommensteuervorauszahlung

Beiträge im ersten Kalenderjahr (Stand 2025)¹⁰

	Beiträge pro Monat	Beiträge im Quartal	Gesamt pro Jahr
Krankenversicherung	37,48 EUR	112,44 EUR	449,76 EUR
Pensionsversicherung	101,95 EUR*	305,85 EUR*	1.223,40 EUR*
Unfallversicherung	12,07 EUR	36,21 EUR	144,84 EUR
Selbstständigenvorsorge	8,43 EUR	25,29 EUR	101,16 EUR
Gesamt	159,93 EUR	479,79 EUR	1.919,16 EUR

Sobald der Steuerbescheid vorliegt, kommt es bei versicherungspflichtigen Einkünften über monatlich 551,10 EUR (Stand 2025) zu einer Nachbelastung von Beiträgen mit *.

Die Einkommensteuervorauszahlungen sind immer am

- 15. Februar
- 15. Mai
- 15. August
- 15. November

zu entrichten. Im ersten Jahr dient eine Gewinneinschätzung als Berechnungsbasis für die Einkommensteuervorauszahlung.¹¹

⁹ <https://www.wko.at/gruendung/gruendungskosten>

¹⁰ <https://www.wko.at/entlohnung/gewerbliche-sozialversicherung-fuer-neugruender-2025>

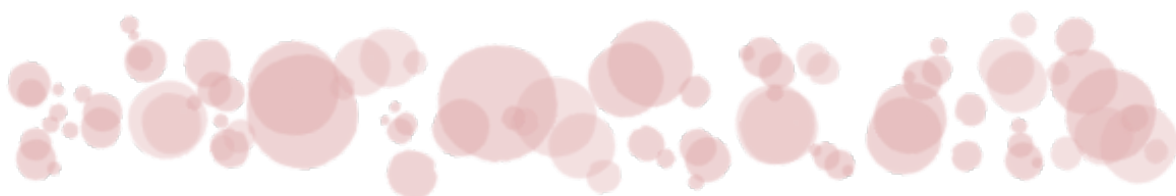
¹¹ <https://www.usp.gv.at/themen/steuern-finanzen/einkommensteuer-ueberblick/weitere-informationen-est/einkommensteuervorauszahlungen.html>

c) Deckung des Kapitalbedarfs

Gesamter Kapitalbedarf (Startkapital)	23.815
Vorhandene Eigenmittel (Ersparnisse)	20.000
Fehlendes Kapital	3.815

d) mögliche Finanzierungsquellen (inkl. Vor- und Nachteile für Anita)

Finanzierungsquelle	Vorteile	Nachteile
Bankkredit – Darlehen	<ul style="list-style-type: none"> • niedrige Zinsen (bei guter Bonität) • Zugang zu hohen Geldbeträgen (bei guter Bonität) • kurze und lange Laufzeiten möglich • Planungssicherheit (meist fixe Zinssätze und Rückzahlungsmodalitäten) 	<ul style="list-style-type: none"> • strenge Bonitätsprüfung • hohe Gebühren (Bearbeitungsgebühren, Kontoführungsgebühren, ...) • wenig Flexibilität bei einem laufenden Darlehen
Bankkredit – Kontokorrentkredit	<ul style="list-style-type: none"> • schnelle Liquidität • hohe Flexibilität (Kreditrahmen, der mehrfach genutzt und zurückgezahlt werden kann) • keine festen Rückzahlungsraten 	<ul style="list-style-type: none"> • hohe Zinsen • begrenzter Kreditrahmen • nicht für langfristige Investitionen geeignet
Öffentliche Zuschüsse/ Förderungen	<ul style="list-style-type: none"> • (in der Regel) keine Rückzahlungspflicht 	<ul style="list-style-type: none"> • hoher bürokratischer Aufwand • Zweckbindung • langwieriger Entscheidungsprozess und starke Konkurrenz
Beteiligungen	<ul style="list-style-type: none"> • Eigen- statt Fremdkapital • keine Zinsen • langfristige Partnerschaft • flexible Rückzahlung (in der Regel durch Gewinnbeteiligung) 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitspracherecht der Investor:innen (Verlust der Kontrolle) • Gewinnbeteiligung • langfristige Bindung





BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (FINANZPLAN ERSTELLEN)

	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat
Gründungskosten	18.645					
Laufende Kosten	5.170	5.170	5.170	5.170	5.170	5.170
Warenzukäufe		1.280	1.600	1.920	2.560	2.880
Auszahlungen (Summe)	23.815	6.450	6.770	7.090	7.730	8.050
Einzahlungen (Umsätze)	3.840	4.800	5.760	7.680	8.640	9.600
Zahlungsmittel- Überschuss/ Fehlbetrag	-19.975	-1.650	-1.010	+590	+910	+1.550

	1. Monat	2. Monat	3. Monat	4. Monat	5. Monat	6. Monat
Zahlungsmittel Monatsanfang	20.000	25	0	0	0	0
Zahlungsmittel- Überschuss/ Fehlbetrag	-19.975	-1.650	-1.010	+590	+910	+1.550
Veränderung Kontokorrent- kredit	0	+1.625	+1.010	-590	-910	-1.550
Stand Konto- korrentkredit	0	1.625	2.635	2.045	1.135	0
Zahlungsmittel Monatsende	25	0	0	0	0	415

Hinweis: In der Realität müssten auch Zinsen und Zinseszinsen und eventuelle Gebühren für die Beanspruchung des Kontokorrentkredits berücksichtigt werden.

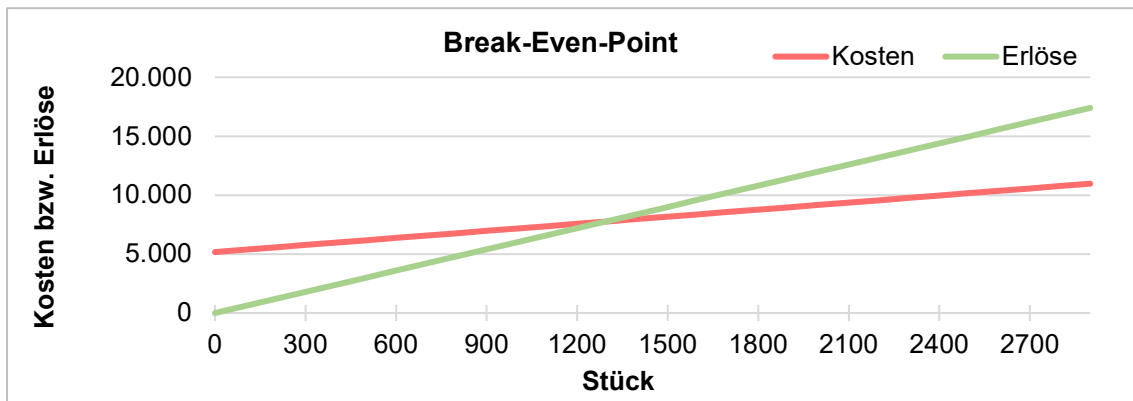


BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (BREAK-EVEN-ANALYSE DURCHFÜHREN)

Deckungsbeitrag = 6 Euro Erlös je Stück – 2 Euro variable Kosten je Stück = 4 Euro je Stück

Break-Even-Menge = 5.170 Euro monatliche Fixkosten / 4 Euro Deckungsbeitrag je Stück = 1.293 Stück (aufrunden!) im Monat

Break-Even-Umsatz = 1.293 Stück x 6 Euro Erlös je Stück = 7.758 Euro im Monat

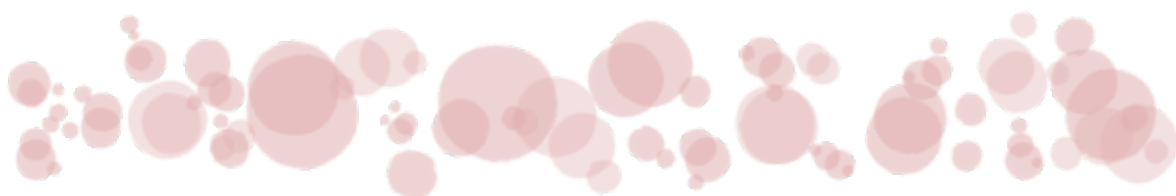
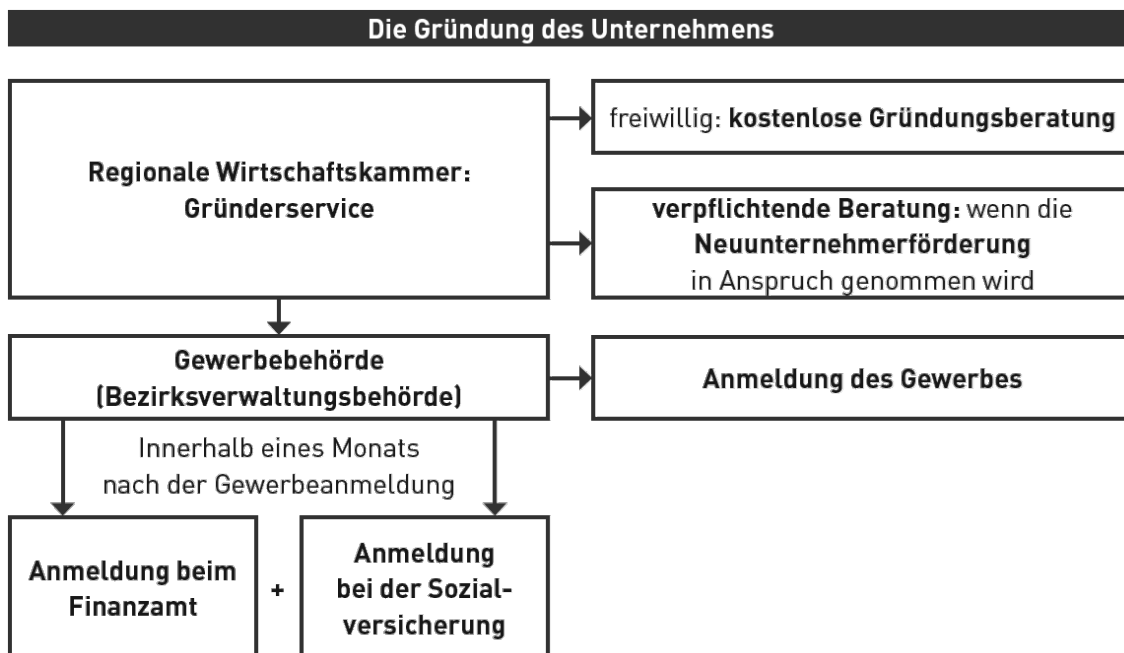


Unternehmensgründung



BEISPIELHAFTE MUSTERLÖSUNG (KAPITALBEDARF ERMITTELN)

Auflistung aller notwendigen Schritte, um das Bio-Schokoladengeschäft eröffnen zu können



- Kostenlose **Gründungsberatung** der regionalen Wirtschaftskammer (Gründerservice): Anita hat die Möglichkeit, offene Fragen zur Unternehmensgründung abzuklären (z. B. welchen Gewerbeschein sie benötigt)
- **Neuunternehmerförderung:** Beratung bei der Wirtschaftskammer ist verpflichtend. Dort wird die Bestätigung ausgestellt, die als Nachweis für die kostenbefreite Neugründung benötigt wird und bei der Gewerbebeanmeldung vorgelegt werden muss.
- **Gewerbebeanmeldung** bei der Gewerbebehörde: Da es sich um ein freies Gewerbe handelt, ist kein Befähigungsnachweis zu erbringen. Anita soll auf der Website der für sie zuständigen Gewerbebehörde recherchieren, welche Dokumente sie mitzunehmen hat. Das Gewerbe wird bei der Gewerbebehörde, die für den Standort des Gewerbebetriebs (nicht Wohnsitz des Unternehmensgründers) zuständig ist, angemeldet.
- **Anmeldung bei der Sozialversicherung** der gewerblichen Wirtschaft: Anita muss sich anmelden. Sie muss aber auch eine Beitragskontonummer beantragen, bevor sie Mitarbeiter:innen anmelden kann.
- **Anmeldung beim Finanzamt:** Beantragung der Steuernummer und der UID-Nummer. Eintragung ins Firmenbuch ist nicht notwendig, da der Jahresumsatz einmalig 1.000.000 Euro bzw. in zwei aufeinanderfolgenden Geschäftsjahren 700.000 Euro nicht übersteigen wird. Die freiwillige Eintragung ist jedoch möglich. Die Kosten belaufen sich dabei auf 70 Euro.

Eröffnung des Bio-Schokoladengeschäfts:

- Abschluss des Mietvertrages für das Geschäftslokal
- Umbau und Einrichten des Bio-Schokoladengeschäfts, Installation von PCs und Drucker, Internet- und ev. Festnetztelefonanschluss, ev. Kauf noch benötigter Geschäftseinrichtung (Verkaufsregale, Verkaufstheke etc.)
- Kauf einer Erstausstattung von Handelswaren (Schokolade), Büromaterial etc.
- Abschluss von Versicherungen
- Durchführung von Marketingaktivitäten

Anmeldung der geringfügig Beschäftigten/des geringfügig Beschäftigten:

- Abschluss des Dienstvertrages für die geringfügige Beschäftigung
- Anmeldung der Dienstnehmerin/des Dienstnehmers bei der Sozialversicherung: Die Anmeldung hat bei der zuständigen Gebietskrankenkasse vor Arbeitsantritt zu erfolgen.

TIPP: Webapp „Hast du Unternehmergeist?“

Mit dieser App lernen Ihre Schüler:innen verschiedene Situationen aus dem Alltag von Unternehmer:innen kennen und können herausfinden, ob sie Unternehmergeist haben.

Die Webapp versteht sich nicht als klassischer Test, sondern als Tool zur Selbsteinschätzung. Ihre Schüler:innen beantworten allgemeine und in unternehmerische Situationen eingebettete Fragen zu den fünf Dimensionen

- Leistungsbereitschaft und Durchhaltevermögen
- Selbstmanagement
- Kontaktfreude und Networking-Kompetenz
- Mut zum Risiko
- Einfallsreichtum und Begeisterungsfähigkeit

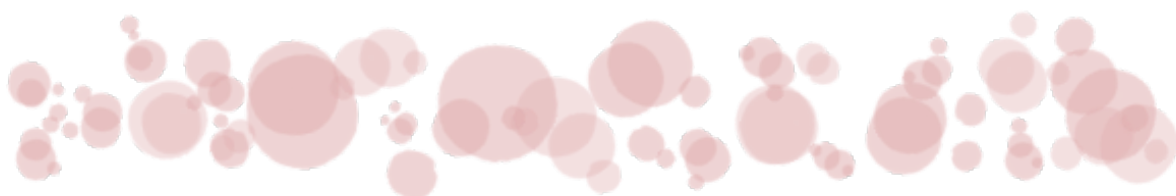
und erhalten eine grafisch aufbereitete Auswertung ihres Antwortverhaltens. Die Rückmeldung erfolgt unmittelbar nach Beantwortung der Fragen.

- **Lernergebnis:** Ihre Schüler:innen finden heraus, wo ihre persönlichen unternehmerischen Stärken und Schwächen liegen.
- **Dauer:** ca. 30 Minuten
- **Sozialform:** Einzelarbeit
- **Medien:** PC und Internet erforderlich
- **Didaktische Hinweise:** gut als Hausübung einsetzbar

Hier geht's zur WebApp



onlinetest.unternehmerinmachtschule.at



Impressum

Unternehmerin macht Schule

Eine Initiative von Frau in der Wirtschaft und dem BMWET



Herausgeber, Medieninhaber:

Frau in der Wirtschaft der WKÖ,
Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien

Layout: ibw

Druck: im Eigendruck

Verlagsort: 1045 Wien

Stand: März 2026

T: +43 5 90 900 3017 | E: fiw@wko.at | W: www.unternehmerin.at, www.unternehmerinmachtschule.at

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft, Energie und Tourismus,
Stubenring 1, 1010 Wien

T: +43 1 71100 - 5555 | E: service@bmwet.gv.at | W: www.bmwet.gv.at

Konzept und Inhalt:

Institut für Bildungsforschung der Wirtschaft,
Rainergasse 38, 1050 Wien

T: +43 1 545 16 71 | E: info@ibw.at | W: www.ibw.at, www.aws.ibw.at

Dr. Andrea Raso, Mag. Birgit Worm MBA, Dr. Michael Posch und Mag. Josef Wallner

Redaktion und Lektorat: Prof. Johannes Lindner, Heidi Huber und Karina Schnabl MSc

Illustrationen: Sarina Lusk