

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	V
Über den Herausgeber .....	VII
Autorinnen und Autoren .....	IX
Quellenverzeichnis .....	XXI
Abbildungsverzeichnis .....	XXVII
Glossar .....	XXIX
<b>1. Gründung, Planung und Recht .....</b>	<b>1</b>
1.1. Wahl der Gesellschaftsform ( <i>Lukas Sprenger/David Haller</i> ) .....	1
1.1.1. Einführung/Allgemein .....	1
1.1.1.1. Einzelunternehmen .....	2
1.1.1.2. Personengesellschaften .....	3
1.1.1.3. Kapitalgesellschaften .....	4
1.1.1.4. Andere Rechtsformen .....	5
1.1.2. Haftung .....	5
1.1.2.1. Haftung einer Person .....	5
1.1.2.2. Haftung mehrerer Personen .....	6
1.1.3. Kosten .....	7
1.1.3.1. Kosten der administrativen Gründung .....	7
1.1.3.2. Sozialversicherung .....	8
1.1.3.3. Steuern .....	9
1.1.3.4. Weitere Kosten .....	10
1.1.4. Wahl der Rechtsform – Abwägung vieler Aspekte ...	10
1.2. Neue Gesellschaftsform: FlexKapG bzw FlexCo ( <i>Thomas In der Maur</i> ) .....	11
1.2.1. Die wesentlichen Vorteile der FlexKapG .....	11
1.2.1.1. Stammkapital und Stammeinlagen .....	11
1.2.1.2. Fassen von Umlaufbeschlüssen .....	12
1.2.1.3. Unternehmenswertanteile: Stimmrechtslose Anteile für die Beteiligung von Mitarbeiterinnen ....	13
1.2.1.4. Mitverkaufsrecht von Unternehmenswert- Beteiligten .....	15
1.2.1.5. Formvorschriften bei der Übertragung von Geschäftsanteilen und Unternehmenswert- Anteilen .....	15
1.2.1.6. Erwerb eigener Anteile .....	16
1.2.1.7. Bedingte Kapitalerhöhung und genehmigtes Kapital .....	16

1.3.	Stolperstein Gesellschaftsvertrag ( <i>Thomas In der Maur</i> ) .....	17
1.3.1.	Cap Table – Wer wird Gesellschafter:in? .....	17
1.3.2.	Kapitalisierung der Gesellschaft .....	17
1.3.2.1.	Stammkapital .....	18
1.3.2.2.	Zuschüsse der Gesellschafter:innen .....	18
1.3.2.3.	(Wandel-)Darlehen .....	19
1.3.2.3.1.	(Nachrangige) Gesellschafterdarlehen .....	19
1.3.2.3.2.	Wandeldarlehen .....	19
1.3.2.3.3.	Simple Agreements for Future Equity (SAFE) .....	20
1.3.3.	Willensbildung .....	20
1.3.3.1.	Das Tagesgeschäft .....	21
1.3.3.2.	Bei außerordentlichen Maßnahmen .....	21
1.3.3.3.	Änderung des Gesellschaftsvertrags .....	21
1.3.3.4.	Bei Kapitalmaßnahmen .....	21
1.3.3.5.	Minderheiten- und Investor:innenrechte .....	21
1.3.3.6.	Mitwirkung von Beiräten .....	22
1.3.4.	Geschäftsführung .....	22
1.3.4.1.	Sonderrecht auf Geschäftsführung .....	22
1.3.4.2.	Prokura und Handlungsvollmacht .....	22
1.4.	Gewerbebeanmeldung ( <i>Lukas Sprenger/David Haller</i> ) .....	23
1.4.1.	Einführung .....	23
1.4.1.1.	Anlaufstellen .....	24
1.4.2.	Zeitpunkt der Gewerbebeanmeldung .....	25
1.4.2.1.	Voraussetzungen .....	25
1.4.2.2.	Freie Gewerbe .....	25
1.4.2.3.	Reglementierte Gewerbe .....	26
1.4.2.4.	Gewerberechtlicher Geschäftsführer .....	27
1.4.2.5.	Nebenrechte .....	27
1.4.2.6.	Industriemäßigkeit .....	28
1.4.3.	Bedeutung der korrekten Anmeldung .....	28
1.4.4.	Gewerbeordnung und innovative Geschäftsideen ....	29
1.5.	Firmenbuch ( <i>Anja Ludwig</i> ) .....	29
1.5.1.	Allgemeines .....	29
1.5.2.	Einreichung von Jahresabschlüssen .....	31
1.5.3.	Einreichungen im Zusammenhang mit Unternehmenswert-Anteilen .....	31
1.5.4.	Die Wirkung der Firmenbucheintragung .....	31
1.5.5.	Firmenwortlaut .....	32
1.6.	Betriebsanmeldung ( <i>Silvia Moser</i> ) .....	33
1.6.1.	Schritte zur Betriebsanmeldung .....	33
1.6.1.1.	Geschäftsidee und Rechtsformwahl .....	33
1.6.1.2.	Gewerbebeanmeldung und Firmenbucheintragung ....	33

1.6.1.3.	Steuerliche Registrierung .....	34
1.6.1.4.	Steuernummer .....	34
1.6.1.4.1.	UID-Nummer .....	35
1.6.1.4.2.	Sozialversicherung .....	35
1.6.1.4.3.	Kommunalsteuer und Dienstgeberabgabe .....	35
1.6.2.	Weitere (steuerliche) Aspekte .....	35
1.6.2.1.	Ausgaben vor der Gründung .....	36
1.6.2.2.	Erleichterungen für Neugründungen (NeuFöG) .....	36
1.6.2.3.	Meldung des wirtschaftlichen Eigentümers .....	36
1.6.2.4.	Allgemeine Versicherungen für Start-ups und Gründer:innen ( <i>Kambis Kohansal Vajargah/ ChatGPT</i> ) .....	37
1.6.2.4.1.	Risiken erkennen und managen .....	37
1.6.2.4.2.	Betriebliche Versicherungen .....	38
1.6.2.4.3.	Tipps und Tricks beim Abschluss von Versicherungen .....	38
1.6.2.4.4.	Auswahl des richtigen Versicherungspartners .....	38
1.6.2.4.5.	Wichtige Betriebsversicherungen .....	38
1.7.	Mitarbeiterbeteiligungen ( <i>Christoph Puchner/Bianca Mantsch</i> ) ...	39
1.7.1.	Einleitung .....	39
1.7.2.	Beteiligungsprogramme mit „echten“ Anteilen .....	39
1.7.2.1.	Neue Start-up-Mitarbeiterbeteiligung gemäß Start-up-Förderungsgesetz .....	41
1.7.2.1.1.	Voraussetzungen für die Start-up-Mitarbeiter- beteiligung .....	41
1.7.2.1.2.	Besteuerung .....	43
1.7.2.1.3.	Bemessungsgrundlage und Besteuerungs- systematik .....	44
1.7.2.2.	Status quo: Beteiligungsprogramme mit „echten“ Anteilen .....	45
1.7.3.	Virtuelle Beteiligungsprogramme .....	46
1.7.3.1.	Allgemeine Aspekte und Besteuerung .....	46
1.7.3.2.	Zeitlich befristete begünstigte Umwandlung von virtuellen Anteilen in Start-up-Mitarbeiter- beteiligungen .....	47
1.7.4.	Gegenüberstellung der verschiedenen Beteiligungsprogramme .....	48
<b>2.</b>	<b>Wirtschaft</b> .....	<b>49</b>
2.1.	Start-up-Grundlagen ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	49
2.1.1.	Warum Start-ups scheitern .....	49
2.1.2.	Erfolgsfaktoren von Start-ups .....	49

2.1.3.	Diversität und Inklusion in Start-ups .....	50
2.1.4.	Praxistipps für Start-ups .....	50
2.2.	Das Start-up-Ökosystem in Österreich ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	51
2.2.1.	Merkmale der Gründungsteams .....	52
2.2.2.	Die größten Trends .....	52
2.3.	Geschäftsidee ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	56
2.3.1.	Business Model Canvas – Lean Canvas – Impact Business Model Canvas – Value Proposition Design – Business Ideation – Design Thinking .....	56
2.3.1.1.	Canvas .....	56
2.3.1.2.	Design – Recherche .....	60
2.3.1.3.	Test .....	62
2.3.1.4.	Weiterentwickeln – Überprüfen .....	63
2.3.1.5.	Innovative Geschäftsmodelle und Geschäftsmodell- innovation .....	64
2.3.1.6.	Exkurs: Künstliche Intelligenz .....	67
2.4.	Businessplan ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	70
2.4.1.	Warum der Businessplan die Erfolgchancen signifikant erhöht .....	70
2.4.2.	Aufbau und wichtige Inhalte .....	71
2.4.3.	Nützliche Werkzeuge und Vorlagen für den Businessplan und den Finanzplan .....	75
2.4.4.	Was zeichnet einen herausragenden Businessplan aus? .....	76
2.5.	Eigenkapital ( <i>Stefan Köppl/Monika Köppl-Turyrna</i> ) .....	77
2.5.1.	Definition von Eigenkapital .....	77
2.5.2.	Eigenschaften von Eigenkapital .....	78
2.5.3.	Typische Anlässe für eine Eigenkapitalfinanzierung	80
2.6.	Investor:innen ( <i>Stefan Köppl/Monika Köppl-Turyrna</i> ) .....	80
2.6.1.	Typen von Investoren .....	81
2.6.1.1.	Business Angels .....	82
2.6.1.2.	Venture Capital .....	83
2.6.1.2.1.	Corporate Venture Capital .....	85
2.6.1.2.2.	Öffentliches Venture Capital .....	86
2.6.1.3.	Private Equity .....	88
2.6.1.4.	Strategische Investoren .....	89
2.6.1.5.	Ökonomische Effekte von verschiedenen Investorentypen .....	89
2.7.	Beteiligungsmodelle aus bilanzrechtlicher Sicht ( <i>David Gloser/Katharina Geweßler</i> ) .....	93
2.7.1.	Bilanzrechtliche Grundlagen .....	93
2.7.1.1.	Allgemeines zur Start-up-Finanzierung .....	93

2.7.1.2.	Einordnung von Finanzierungsinstrumenten in Eigen- und Fremdkapital .....	94
2.7.2.	Wandeldarlehen .....	96
2.7.2.1.	Charakteristika und Ausgestaltung von Wandeldarlehen .....	96
2.7.2.2.	Bilanzielle Darstellung im Jahresabschluss des Start-ups .....	96
2.7.2.3.	Bilanzielle Darstellung im Jahresabschluss des Investors .....	97
2.7.3.	SAFE (Simple Agreement for Future Equity) .....	97
2.7.3.1.	Charakteristika und Ausgestaltung von SAFE .....	97
2.7.3.2.	Bilanzielle Darstellung im Jahresabschluss des Start-ups .....	98
2.7.3.3.	Bilanzielle Darstellung im Jahresabschluss des Investors .....	98
2.7.4.	Conclusio .....	99
2.8.	Marketing .....	99
2.8.1.	Markt und Marktattraktivität ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	99
2.8.2.	Strategische Marketingplanung ( <i>Firas Saedaddin</i> ) ...	100
2.8.3.	Zielgruppe und Zielkunde, Kundennutzen ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	102
2.8.4.	Marktforschung ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	105
2.8.4.1.	Die wesentlichen Marktforschungsansätze .....	105
2.8.4.2.	Detaillierte Analyse der Marktforschungsansätze ....	105
2.8.4.3.	Hypothesen und Interviews .....	108
2.8.4.4.	Business Model Canvas: Persona .....	109
2.8.4.5.	Effective Market Research .....	110
2.8.4.6.	Marktforschung mit Generative AI .....	114
2.8.4.7.	Markt-Quantifizierung .....	117
2.8.4.8.	Plattformökonomie .....	118
2.8.4.9.	Business Model .....	118
2.8.4.10.	Revenue Model .....	119
2.8.5.	Die ersten 180 Tage ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	121
2.8.6.	Vertriebsmodell, -zyklus, -methoden und -kanäle ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	123
2.8.7.	Preisfindung und Angebotslegung ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	126
2.8.8.	Lean Analytics für Start-ups ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	128
2.8.8.1.	Vertiefung in Lean Analytics .....	129
2.8.8.2.	Die Grundlagen des Lean Start-ups .....	131
2.8.8.3.	Build – Measure – Learn .....	131

2.8.8.4.	Warum für jedes erfolgreiche Start-up Pivots wichtig sind .....	132
2.8.8.5.	Was Pivotieren eigentlich bedeutet .....	133
2.8.8.6.	Angst vor Pivotieren ist Furcht vorm Scheitern .....	133
2.8.8.7.	Die Bedeutung von Vision und Strategie .....	134
2.8.8.8.	Die Bedeutung von Experimenten .....	135
2.8.8.9.	Produktentwicklung .....	135
2.8.8.10.	Kundenentwicklung .....	136
2.9.	Mitarbeiter:innen .....	137
2.9.1.	Vertragliche Ausgestaltungsmöglichkeiten ( <i>Maria Sablatnig</i> ) .....	137
2.9.1.1.	Unterscheidung echtes/freies Dienstverhältnis und Werkvertrag, Relevanz und Abgrenzung .....	137
2.9.1.1.1.	Echtes Dienstverhältnis .....	137
2.9.1.1.2.	Freies Dienstverhältnis .....	137
2.9.1.1.3.	Werkvertrag .....	138
2.9.2.	„Echtes“ Dienstverhältnis ( <i>Georg Streit/Iris Reiß</i> ) ....	139
2.9.2.1.	Abschluss eines Dienstverhältnisses .....	139
2.9.2.2.	Dienstzettel .....	139
2.9.2.3.	In der Praxis relevante Arbeitnehmertypen und Beschäftigungsformen .....	141
2.9.2.3.1.	Angestellte und Arbeiter .....	141
2.9.2.3.2.	Leitende Angestellte .....	141
2.9.2.3.3.	Geschäftsführer und Vorstandsmitglieder .....	142
2.9.2.3.4.	Praktikum, Ferialarbeitsverhältnis und Volontariat ...	143
2.9.2.3.5.	Geringfügiges Dienstverhältnis .....	144
2.9.2.4.	Anwendbare Normen .....	144
2.9.2.5.	Weisungen .....	145
2.9.2.6.	Rechte und Pflichten aus dem Dienstverhältnis .....	146
2.9.2.7.	Beendigung des Dienstverhältnisses .....	146
2.9.3.	Arbeitsvergütung ( <i>Georg Streit/Iris Reiß</i> ) .....	149
2.9.3.1.	Fixe und variable Entgeltbestandteile .....	149
2.9.3.2.	Bindung durch Vesting .....	150
2.9.3.3.	Insolvenzrechtliche Sicherstellung .....	151
2.9.3.4.	Dienstverhinderungen und Freistellungen .....	151
2.9.3.5.	Haftung von Arbeitnehmern nach dem DHG .....	151
2.9.4.	Arbeitszeit ( <i>Georg Streit/Iris Reiß</i> ) .....	152
2.9.5.	Urlaub ( <i>Georg Streit/Iris Reiß</i> ) .....	154
2.9.6.	Abgabenbelastung ( <i>Maria Sablatnig</i> ) .....	156
2.9.6.1.	Sozialversicherung .....	156
2.9.6.2.	Lohnsteuer .....	158
2.9.6.3.	Lohnnebenkosten .....	159
2.9.6.4.	Betriebliche Vorsorgekasse .....	161

2.10. Fortführung .....	162
2.10.1. Die Bedeutung von Unternehmensstruktur und Unternehmenskultur ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) ...	162
2.10.2. Skalierung und Wachstum ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	163
2.10.3. Expansion ( <i>Firas Saedaddin</i> ) .....	164
2.10.3.1. Wann soll eine Wachstumsstrategie zur Anwendung kommen? .....	164
2.10.3.2. Wachstumsstrategie .....	165
2.10.3.3. Internationalisierungsstrategie .....	167
2.10.4. Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	168
2.10.5. Verkauf des Unternehmens ( <i>Stefan Köppl/Monika Köppl-Turyna</i> ) .....	169
2.10.5.1. Arten des Unternehmensverkaufs .....	169
2.10.5.2. Arten von Käufergruppen .....	170
2.10.5.3. Bewertung und Kaufpreisgestaltung .....	170
2.10.6. Verkauf des Unternehmens aus steuerlicher Sicht ( <i>Christoph Puchner/David Gloser</i> ) .....	172
2.10.6.1. Transaktionsstrukturierung aus Verkäufersicht .....	172
2.10.6.2. Share Deal .....	172
2.10.6.2.1. Besteuerung beim Verkäufer .....	172
2.10.6.2.1.1. Unterscheidung nach der Art des Verkäufers .....	172
2.10.6.2.1.2. Earn-out-Komponente und fortgesetztes Dienstverhältnis .....	173
2.10.6.2.2. Anteilstausch (Share-for-Share-Transaktionen) .....	174
2.10.6.2.2.1. Umstrukturierungen .....	174
2.10.6.2.3. Vorbereitende Umstrukturierungen .....	177
2.10.6.2.4. Steuerliche Aspekte iZm exitbedingten Transaktionskosten .....	178
2.10.6.3. Asset Deal .....	180
2.10.7. Weitere Finanzierung ( <i>Kambis Kohansal Vajargah/ Stefan Köppl/Monika Köppl-Turyna</i> ) .....	181
2.10.7.1. Finanzierungsprozess und Unternehmens- bewertung .....	181
2.10.7.1.1. Unternehmensbewertung .....	182
2.10.7.1.2. Due-Diligence-Prozess .....	183
2.10.7.2. Growth Equity .....	185
2.10.7.3. Wandeldarlehen .....	187
2.10.7.4. Revenue-based Financing .....	189
2.10.7.5. Determinanten des erfolgreichen Cross-border Venture Capital .....	190

<b>3. Steuern, „Tax Compliance“ und Förderungen</b> .....	193
3.1. Jährlich abzugebende Steuererklärungen ( <i>Mehmet Erdem/Markus Fahringer</i> ) .....	193
3.1.1. Umsatzsteuererklärung .....	193
3.1.2. Körperschaftsteuererklärung .....	194
3.2. Monatliche/quartalsweise Meldungen ( <i>Mehmet Erdem/Markus Fahringer</i> ).....	195
3.2.1. Umsatzsteuervoranmeldung (UVA) .....	195
3.2.2. Zusammenfassende Meldung (ZM) .....	196
3.2.3. INTRASTAT-Meldung .....	196
3.3. Förderungen .....	197
3.3.1. Überblick über die Förderlandschaft .....	197
3.3.1.1. Förderkategorien .....	198
3.3.1.2. Die Bedeutung frühphasiger Förderungen .....	199
<b>4. Beispiele aus der Praxis</b> ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	202
4.1. Ali Mahlodji, whatchado: Die Erfolgsgeschichte eines Flüchtlingskindes .....	202
4.2. Kosima Kovar, Viora: Unternehmerische Reise eines Female Founders .....	205
4.3. Moritz Lechner, New Fluence: Rasanter Aufstieg eines jungen Gründers .....	208
4.4. Johannes Braith, Storebox: Mit DEI zur internationalen Skalierung .....	213
4.5. Peter Steinberger, PSPDFKit: Ein heimischer Pionier der App-Entwicklung .....	216
4.6. Larissa Kravitz, Investorella: Von der Gründerin zur Investorin ...	219
<b>5. Schluss</b> ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	221
<b>6. Danksagungen</b> ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	222
<b>7. Präsentationen</b> ( <i>Kambis Kohansal Vajargah</i> ) .....	224