



# Erstinformation für Interessent/innen der Weltcafes

---

Ein erster Schritt in die Selbstständigkeit als Weltcafebetreiber/in

---

2014



## Inhaltsverzeichnis

Die Idee des Fairen Handel? .....	3
Die Idee Weltcafe .....	4
Grobkonzept/Ziel.....	5
Standort.....	5
Zielgruppen.....	6
Essen und Trinken .....	7
Weitere Kriterien und Erfolgsfaktoren unserer Produkte.....	8
Lieferanten .....	9
Corporate Identity (CI) .....	9
Einrichtung/ Ausstattung .....	11
Veranstaltungen .....	11
Betriebswirtschaft .....	12
Controlling .....	12
Wareneinsatz.....	14
Steuern und Gebühren.....	14
Versicherungen .....	14
Förderungen.....	15
Marketing .....	15
Mitarbeiter/innen .....	15
Stellenbeschreibungen.....	15
Inhalte der Stellenbeschreibung.....	16
Aufgaben der Stellenbeschreibung.....	16
Stellenbeschreibung für die Position einer/s Weltcafebetreiber/in .....	17
Leistungen und Unterstützung der ARGE Weltläden .....	18
Anforderungsprofil unserer Weltcafebetreiber .....	18
Nächste Schritte .....	19
Nützliche Links und Adressen.....	20
IMPRESSUM.....	21



Liebe Interessentin, lieber Interessent unserer Weltcafes,

Sie haben hier eine erste Information über unsere Weltcafes in der Hand, die Ihnen als Entscheidungsgrundlage für Ihren zukünftigen Weg dienen soll.

Wenn Sie von der Idee des Fairen Handelns begeistert sind, wenn Sie einen Beitrag in Form von Aufklärungsarbeit leisten möchten, wenn Sie faires Handeln und faires Genießen selber leben und anbieten möchten, dann freuen wir uns auf ein näheres Kennen lernen.

Wir begleiten unsere Partner/innen auf ihrem Weg zur Eröffnung eines Weltcafes und unterstützen sie während der Dauer unserer Zusammenarbeit mit unserem Know How und unserer ständigen Weiterentwicklung. Damit wird ein langfristiger und nachhaltiger Erfolg sehr wahrscheinlich. Spaß und Freude am Tun gehören zu unseren Erfolgsfaktoren.

Tauchen Sie ein wenig in unsere Welt ein und lassen Sie uns gemeinsam ein Stück des Weges gehen, wenn unser Konzept auch das Ihre ist.

Herzlichst

Ihr ARGE Weltläden Team



## Die Idee des Fairen Handel?

Das Prinzip des fairen Handels besteht darin, den Produzent/innen für ihre Arbeit und Produkte, faire Löhne und Preise zu gewährleisten. Diesen Menschen wird so die Möglichkeit gegeben, eigenverantwortlich zu wirtschaften. Dadurch wird es in erster Linie Kleinbauernfamilien ermöglicht, ihre Existenz zu sichern und sich eine selbstbestimmte Zukunft zu gestalten. Der faire Handel garantiert den Schutz von Kindern, Schutz der Menschenrechte und umweltfreundliche Produktionsweisen. Nicht zuletzt werden den Produzent/innen durch den fairen Handel langfristige Lieferbeziehungen und damit die nachhaltige Planungssicherheit ermöglicht. Die Konsument/innen erhalten im Gegenzug dafür qualitativ hochwertige Lebensmittel und Produkte. Diese kommen auf bekanntem Weg mit Ursprungsgarantie nach Europa. Die Konsument/innen können so mit gutem Gewissen genießen und sich freuen.

Die Weltläden und Weltcafes garantieren den Kund/innen und Ihren Handelspartner/innen, dass der FAIRE HANDEL, den sie betreiben, Vertrauen verdient. Sie halten sich an die Kriterien des fairen Handels, welche von der Gesamtheit der österreichischen Weltläden erarbeitet, im September 1995 verabschiedet und in Form einer Willenserklärung der österreichischen Weltläden zusammengefasst wurden.

Nur anhand dieser Kriterien ist garantiert, dass alle Teilnehmer/innen an dieser alternativen Handelsstruktur zu Recht behaupten können, fairen Handel zu betreiben.

Die **Siegelinitiative FAIRTRADE** ist eine gemeinnützige Initiative, die von zahlreichen Trägerorganisationen (unter anderen ARGE WL, Caritas, EZA, WWF, Unicef, Dreikönigsaktion, Care), der Europäischen Kommission und der Österreichischen Entwicklungszusammenarbeit im Außenministerium unterstützt wird. Die Aufgabe von FAIRTRADE/TransFair besteht unter anderem darin, die Einhaltung der Mindeststandards zu kontrollieren und mittels dem FAIRTRADE Siegel zu garantieren. Ein weiterer Aufgabenbereich von FAIRTRADE ist es, die Öffentlichkeit durch Informationsarbeit für den fairen Handel zu sensibilisieren.

Durch diesen Fairen Handel wird eine Alternative zu konventionellen Handelsbeziehungen geboten. Wie diese Art des Handelns bereits aufzeigt, ist der faire Handel keine „Entwicklungshilfe, Spende für „Arme“ oder milde Gabe für so genannte Entwicklungsländer, sondern steht für das Prinzip des „**gerecht handeln – sinnvoll kaufen**“.

Weiterführende Informationen zu den Kriterien des fairen Handels und Hintergrund-Informationen sind unter <http://www.weltaeden.at> zu finden.



*Auszug Kriterien:*

- Wareneinkauf und Verkauf aus Fairem Handel bzw. regionale Bioprodukte, wo ersteres nicht möglich ist.
- Transparenz (z.B. Ursprungsort, Rohstoffe)
- Dialog mit den Produzent/innen (Die Produzent/innen werden regelmäßig besucht und gemeinsam werden ständige Verbesserungen angestrebt)
- Rücksicht auf Mensch und Umwelt
- Zusammenarbeit in und mit den ARGE Weltläden (Dachverband)

## Die Idee Weltcafe

Der Trend des Verweilens (*fairweilen*) und Genießens, des Kommunizierens und des Wohlfühlens außer Haus nehmen seit Jahren zu. Immer öfter treffen sich Menschen mit Freund/innen, Kolleg/innen, Familie und Bekannten in einem gastronomischen Betrieb, um *sich dort verwöhnen (fairwöhnen) zu lassen. Dass immer mehr Menschen bewusster werden, sich um die Umwelt und insgesamt um die Welt kümmern hat parallel dazu auch die Nachfrage nach Betrieben, welche diese Werte auch leben steigen lassen. Das haben wir zum Anlass genommen, unsere Kompetenzen zu erweitern, unsere Ausrichtungen auszubauen und uns in die Gastronomie vorzuwagen. Mit großem Interesse und Erfolg.*

Unser Weltcafe ist nicht irgendein Cafe in dem diverse Speisen und Getränke verkauft werden. Unsere Gäste wünschen und bekommen mehr:

- Wir bieten soweit als möglich fair gehandelte und ergänzend regionale Bio-Produkte an – hochwertige saisonale Grundprodukte werden frisch zubereitet.
- Unsere Mitarbeiter/innen sind geschult und von der Philosophie des Fairen Handels überzeugt.
- Wir bieten den Menschen einen Begegnungs- und Kommunikationsraum. Unterschiedlichste Herkunft, unterschiedliche politische Anschauungen, jede Meinung und alle Kulturen, Religionen und Traditionen sind uns willkommen.
- Wir laden unsere Produzent/innen ein zum Dialog und zur Interaktion mit uns und unseren Gästen. (z.B. Kaffeezeremonie, Teezeremonien)
- Unsere Gäste genießen nicht nur die fair gehandelten Produkte in ansprechender Atmosphäre, sondern werden auf unaufdringliche Weise für den Fairen Handel sensibilisiert und lernen beispielsweise die Qualität dieser Produkte bei der richtigen Zubereitung im vorbereiteten Rahmen kennen.
- Wir bieten die Möglichkeit für regelmäßige Treffen, Veranstaltungen, Lesungen, Vernissagen, Konzerte, Diskussionsabende, Kinoabende, Clubbings – unsere eigenen und externe (zB NGO`s, private...)



## Grobkonzept/Ziel

Wir möchten mit selbstständigen Partner/innen die Idee Weltcafe umsetzen und damit unsere Philosophie, unsere Werte und unseren bildungspolitischen Auftrag verbreiten und wirtschaftlich Erfolg haben.

Besonders möchten wir auch junge Menschen aufmerksam machen, bewusstes Leben und sorgsamem Umgang mit unserer Umwelt (*Menschen, Erde, Ressourcen...*) vorleben und lebenswert erlebbar machen.

## *Standort*

Als Standorte für ein Weltcafe bieten sich an:

- Universitäten
- Studentenheime
- Alternative Einkaufsstraßen (z.B. Linz Cafe Mayr)
- periphere Lagen mit entsprechender Umwelt (z.B. kulturelle Viertel...)

## *Anforderung an den Standort*

<b>Unbedingt</b>	<b>Von Vorteil</b>
<p><b>Raumbedarf</b>            Gastraum (~1,5 m<sup>2</sup> pro Sitzplatz inkl. Theke, Gehflächen...)            Küche            WC`s            Lager            Kühl- Tiefkühlmöglichkeit</p> <p>Plätze im Freien –            Terrasse oder Garten</p> <p><b>Infrastruktur</b></p> <p>Gute Erreichbarkeit -            auch zu Fuß und mit Öffis</p> <p>Frequenzlage bis Hochfrequenzlage            Zufahrt und Lademöglichkeit            Parkplätze (mind. Vorgeschrieben)</p>	<p>Möglichkeit für größere Veranstaltungen            (Lärm, Raumkapazität,            Freifläche im Sommer, Nebenräume...)</p> <p>Konzessionsfähig ohne aufwändige            Investitionen            (die Erfüllung der Auflagen zur Erlangung            der Konzession, z.B. genügend Toiletten,            Fensterflächen...)</p> <p>Langfristige Verträge möglich</p> <p>Reizvolles Umfeld</p>





### Umfeldanalyse

Welche Mitbewerber/innen sind in der Nähe?

Förderlich: Lokale mit anderen Angeboten

Risikant: Lokale mit ähnlichem Angebot, die gut geführt werden.

Keine anderen Lokale.

Weiter sind zur Erlangung der Betriebsanlagengenehmigung zu prüfen:

- Eignung/Zustand/Größe des Gastraumes und der Küche (z.B. Boden – Wandbeläge, Beleuchtung, Tageslicht...).
- Fassadengestaltung.
- Zustand der sanitären Anlagen und der Lüftung.
- Bewilligung für einen Gastgarten.
- Arbeits- und gewerbebehördliche Auflagen.
- Frequenzzahlen - und zwar auch zur angepeilten Zielgruppe passend. Eine einfache Frequenzanalyse (Passanten zu verschiedenen Tageszeiten zählen) ermöglicht es, die persönliche Einschätzung zu verifizieren.
- Konkurrenzsituation im Umfeld. Mehrere Lokale in einer Gegend können einen Anziehungspunkt bedeuten und es können auch Vorteile durch gemeinsame Marketingmaßnahmen etc. generiert werden. Auch hier empfiehlt sich eine Analyse.

Ihre Gewerbebehörde unterstützt Sie in allen Fragen zur Erlangung der Betriebsanlage.

### *Zielgruppen*

Uns sind alle Menschen willkommen die Produkte aus fairer und/oder biologischer Herkunft und mit Liebe zubereitet genießen und sich dabei austauschen wollen, die einfach Kraft und Energie an einem Ort jenseits der Hektik und des Stresses auftanken und sich wohlfühlen möchten.

Besonders möchten wir junge Menschen mit einer vorhandenen Sensibilisierung für den Fairen Handel und/oder Bioprodukte ansprechen. Unsere Angebote und Leistungen (Speise- Getränkekarte, Veranstaltungen...) sind verstärkt auf diese Zielgruppe ausgerichtet. Damit möchten wir möglichst viele Menschen für den fairen/biologischen Gedanken gewinnen und diesen verbreiten.



## *Essen und Trinken*

### **Den Charakter des Weltcafés . . .**

**. . . machen auch die Getränke und Speisen aus.**

In unseren Weltcafés werden nur ethisch einwandfreie und qualitativ hochwertige Produkte angeboten. Das Aushängeschild der Weltläden ist auch das Aushängeschild des Weltcafés.

### **Dazu zählen (Auszug)**

#### **Essen**

Biologische und multikulturelle Speisen finden sich auf unserer einfachen und doch ausgefallenen Speisekarte.

Ein guter Tag beginnt bei uns mit einem tollen Frühstück. Hier können internationale klassische Frühstücke immer wieder mal für Abwechslung, für Austausch und als Veranstaltung (classic brunch, music brunch...) die Werbetrommel ganz ohne Etat rühren.

Verschiedene Grundnahrungsmittel wie Reis, Kartoffel, Nudeln, Couscous, Bulgur, Hirse, Quinoa usw. werden mit Gemüse, Soja, Fleisch oder Fisch immer wieder neu und kreativ zu leckeren und preiswerten Mahlzeiten ergänzt und unseren Gästen als köstliches Tagesgericht angeboten.

Hierbei können z.B. Wochenthemen (z.B. Reis) für weiterreichende Informationen, Marketingmaßnahmen, Veranstaltungen etc. einen besonderen Anreiz für unsere Gäste darstellen.

Und für vorher, zwischendrin, nachher und überhaupt gibt es pikante und süße Snacks für den Hunger und den Genuss.

Wir setzen uns auch mit dem Thema Ernährung auseinander und bemühen uns um ausgewogene Zusammensetzung unseres Angebotes.

#### **Trinken**

Bio-fairer **Kaffee** in verschiedenen Sorten und Arten. Eine gekonnte und variantenreiche Zubereitung vollendet die Köstlichkeit.





Ein großes **Teesortiment**, angelehnt an die Angebote der Weltläden sowie Fair-Handelsorganisationen und der Bio-Anbieter mit einem besonderen Teeservice (*Zubereitung, Geschirr...*)

**Trinkschokoladen** von z.B. Zotter.

*Unsere Heißgetränke werden je nach Wunsch mit Kuh- oder Sojamilch zubereitet.*

**Fruchtsäfte und Sirupe** von unseren Fair - Handelsorganisationen, sowie von regionalen Bio-Herstellern. Frisch gepresste Säfte mit saisonalen und regionalen Früchten/Gemüse können ergänzend angeboten werden.

Ausgesuchte **Weine** von unseren Fair – Handelsorganisationen und aus Österreich.

**Bier** von einer heimischen Brauerei, welche unsere Werte und Anforderung erfüllt.

Faire **Spirituosen** und **Cocktails** kreativ und abwechslungsreich serviert und kreiert.  
z.B. unser „Ron Varadeiro“ aus Kuba (*Ein 7 Jahre alter, sorgfältig hergestellter Rum mit intensivem rauchigem Aroma*)

## Weitere Kriterien und Erfolgsfaktoren unserer Produkte

**BIOLOGISCH:** Ein Großteil der fair gehandelten Lebensmittel ist bereits biologisch zertifiziert. Aber auch nicht als biologisch – aber fair - zertifizierte Produkte werden umweltgerechter hergestellt als herkömmliche Nahrungsmittel. Dies liegt daran, dass die Kleinproduzenten nicht die finanziellen Mittel haben um mit herkömmlichen Schädlingsbekämpfungsmitteln zu arbeiten, und vor allem die altbewährten Anbaumethoden wieder aufgreifen. Nebst den Fair-Handelsorganisationen haben wir auch Bioläden und Biobauern auf der Lieferantenliste stehen.

**NAHVERSORGUNG:** Unsere Mahlzeiten reisen oft mehrere Tausend Kilometer bevor sie auf unserem Teller landen. Währenddessen haben Anbieter und Produzenten in unserer Nähe oft das Nachsehen. Dieses Konsumverhalten wiederum gefährdet nicht nur unsere Nahversorgung und unsere Produzenten vor Ort sondern letztendlich unsere gesamte Infrastruktur. Wir legen größten Wert auf das Herkunftsland Österreich, wo und wann immer möglich.



UNABHÄNGIGKEIT: Der interne Umsatz der multinationalen Unternehmen beläuft sich auf das Doppelte des gesamten Weltexports. Ein Weltcafé ist ein unabhängiges, eigenständiges Unternehmen. Wir unterstützen eigenständige und regionale Unternehmen mit fairer und/oder biologischer Ausrichtung.

INFORMATIONEN: Wir liefern bieten unaufdringlich und interaktiv Infos zu unseren Produkten, zum fairen Handel und zum Weltgeschehen an und beantworten so Fragen wie „Woher stammen unsere Nahrungsmittel? Durch wie viele „Hände“ und Länder gingen sie?“

Ein Ziel eines Weltcafes ist, in enger Kooperation mit den Weltläden den Bekanntheitsgrad der gesamten Weltladen-Bewegung zu steigern. Dies wird zum einen durch den Außenauftritt und die Art und Weise wie verkauft, verkostet und genossen wird und zum anderen durch Interaktionen und Veranstaltungen, wie ProduzentInnenbesuche mit Informationsteilen erreicht.

Weiters hat ein Weltcafe, wie alle Weltläden in Österreich einen bildungspolitischen Auftrag, dem insofern Rechnung getragen wird, als neben den eben beschriebenen Veranstaltungen usw. die BetreiberInnen eines Weltcafes dafür Sorge tragen, dass sie selbst und die Angestellten eines Weltcafes an den regelmäßigen Veranstaltungen der ARGE Weltläden, sowohl regional als auch national teilnehmen um sich fortlaufend weiterzubilden.

## Lieferanten

Grundsätzlich geben wir den anerkannten Lieferanten der Weltläden den Vorzug. Eine aktuelle Liste gibt es unter [www.weltlaeden.at](http://www.weltlaeden.at).

Ist ein Produkt nicht aus Fairem Handel verfügbar, wird regionalen Bio Produkten der Vorzug gegeben. Bio Ernte Austria und andere Bioverbände bieten ein umfassendes Beratungsservice an, mehr Infos dazu in der Linksammlung auf der Seite 24.

### Empfehlung

Ein Einkaufskonzept zu erstellen (Bestellung, Termine, Produkte, Bestand, Lieferanten...) ist sinnvoll, um die Warenwirtschaft übersichtlich und professionell zu managen.

## Corporate Identity (CI)

Das CI eines Unternehmens stellt seine Identität dar, das heißt über einheitliche und wiedererkennbare visuelle und emotionale Kommunikation machen wir uns unverwechselbar.

Zum CI gehören das Corporate Design (CD), welches zum Beispiel in allen Drucksorten, bei der Arbeitskleidung, auf der Homepage, bei Beschriftungen, bei der Fassadengestaltung und Inneneinrichtung gebraucht wird.



Alle Werbe- und Printmaterialien müssen in der CD-Linie der Weltcafés erstellt werden. Das Logo der Weltcafés muss auf allen Werbematerialien enthalten sein. Die Anbringung des Logos darf nur in der Form erfolgen, wie es beim Österreichischen Patentamt eingetragen ist. Änderungen an Printvorlagen dürfen nur nach Abstimmung mit der ARGE Weltläden erfolgen.

Derzeit vorhandene CD-Vorlagen:

- Logo
- Speisekarte
- Plakat
- Imageflyer
- Leporello für Veranstaltungen
- Visitenkarte
- Website

Diese Materialien werden laufend überarbeitet und erweitert.

Die Corporate Communication (CC) beschreibt die gesamte Kommunikation im Unternehmen nach innen und nach außen. Hier geht es um die passenden Werbemaßnahmen, die PR und Öffentlichkeitsarbeit und auch die interne Kommunikation! Wer wird wann und wie informiert?

Eine professionelles PR Konzept, das schon vor der Eröffnung das Unternehmen Weltcafé begleitet, hat sich in der Vergangenheit sehr bewährt. Die hohen Anfangskosten amortisieren sich rasch, weil es dadurch ein gewisses Medienecho gibt.

Kooperationen mit anderen NGOs, Mund zu Mund Propaganda, Plakate, Flyer und professionelles Pressematerial helfen den Bekanntheitsgrad rasch zu steigern.

Eine ansprechend gestaltete Website informiert über Öffnungszeiten, Anfahrtsweg, Speisekarte und den Fairen Handel. Die Möglichkeit einer Online-Reservierung sowie Newsletter-Registrierung wird geboten. Dies kann alles kostenlos in den Rahmen der [www.weltlaeden.at](http://www.weltlaeden.at) eingebunden werden.

Gäste können sich im Café, in dem aktuelle Veranstaltungen beworben werden, eintragen. Sinnvoll ist es auch, Firmen und Organisationen in der Nähe gezielt anzusprechen, und ihnen die aktuelle Wochenkarte zu mailen.

Eine Beteiligung an gemeinsamen Werbeaktionen der Weltläden/Weltcafés ist vorgesehen und ausdrücklich erwünscht.



## Einrichtung/ Ausstattung

Wir richten unsere Weltcafès nach der Leitlinie, die von der ARGE Weltläden entwickelt und ständig optimiert wird, mit professionell tätigen Architekt/innen ein. Ein möglicherweise dadurch entstehender höherer Kostenaufwand wird zumeist schon bei den Preisnachlässen durch Kontakte von Architekt/innen zu Firmen wettgemacht. Unsere Erfahrung hat bestätigt, dass gut geplante Weltcafes oder Weltläden einen erheblich größeren Zulauf haben als „selbst gebastelte“ Weltcafes oder Weltläden.

Auch bei der Einrichtung gilt es, die wiedererkennbaren Elemente optimal einzusetzen und so den Bekanntheitsgrad nachhaltig zu steigern.

Diese Elemente sind z.B.:

Eine Präsentationswand für Informationen und Werbematerial.

Bilder von unseren Produzent/innen.

Beschilderung. ...

## Veranstaltungen

Veranstaltungen im Weltcafe entsprechen den ethischen Grundsätzen der entwicklungspolitischen Arbeit der Weltläden und dürfen nicht im Widerspruch zu den Anliegen und Inhalten der österreichischen Weltläden stehen.

Öffentlichkeitswirksame Aktionen zum Weltladen-Tag im Mai, Aktionen im kulturellen Bereich (Ausstellungen im Weltcafé, Kunstaktionen, etc.), regelmäßige einschlägige (entwicklungspolitische, multi-kulturelle) Veranstaltungen im Weltcafé (Vortrag, DJ-Abend, Dia-Show, Lesung, Live-Musik, etc.) sind fixe Programmpunkte .

Auch Kooperationen mit einem nahegelegenen Weltladen wie z.B. eine Kunsthandwerksausstellung mit Verkauf, sind erwünscht und möglich.

Es hat sich auch bewährt, wenn es in der Nähe einen Raum für größere Veranstaltungen gibt, der bei Bedarf zugemietet werden kann. Auch kann man so eine Kooperation für das Catering von Fremdveranstaltungen aufbauen.



## Betriebswirtschaft

Für die Eröffnung eines Gastronomiebetriebes ist einiges Kapital nötig, wie viel das ist, hängt von vielen Faktoren, wie der Größe des Lokales, den Raumkosten am Standort, der möglicherweise vorhandenen Ausstattung (insbesondere der technischen – gibt es schon eine Lüftung, WC`s in der entsprechenden Anzahl) und Einrichtung, allfälliger Ablösezahlungen, nötige bauliche Maßnahmen und vielem mehr ab. So können für ein leerstehendes, sanierungsbedürftiges Geschäftslokal für Ausstattung und Einrichtung je nach Eigenleistung und Anschaffungskosten (z.B. Neugeräte – Gebrauchtgeräte...) zwischen € 800,- und € 2000,- pro m<sup>2</sup> fällig werden.

Die Höhe der Investitionen für die Ausstattung und Einrichtung, Betriebsmittel, erster Wareneinkauf, die erste Miete und Kautions, Vertragskosten, die ersten Gehälter, die eigenen Lebenskosten in der Startphase, Beratungskosten, Gebühren etc. sollen möglichst früh und genau in einem Businessplan dargestellt werden.

In der Regel wird zuerst eine grobe und erst nach Abklärungen und Entscheidungen für ein bestimmtes Objekt eine detaillierte Erfolgsrechnung möglich sein. Ein eher großzügig bemessener Kostenplan und ein realistischer Umsatzplan ermöglichen eine korrekte Liquiditätsplanung und darauf basierend den Finanzplan. Wir empfehlen ein Eigenkapital von zumindest 40%.

### Hinweis

Unbedingt auf Kostenkontrolle schon während der Bau- und Einrichtungsphase achten, sehr schnell entstehen beträchtliche Mehrkosten, wenn über die Plansumme eingekauft wird.

Finanzieller Druck schon beim Start mindert die Freude und Motivation.

Die Kalkulation der Verkaufspreise ist auf einer fairen Basis und dem ortsüblichen Preisniveau anzulegen.

Generell gilt, dass ein Weltcafe nur qualitativ hochwertige Produkte verkauft und die Preise dementsprechend kalkulieren muss, keinesfalls aber soll es „übersteuert“ wirken.

### ***Controlling***

Ein Jahresbudget mit Planzahlen und die laufende Überprüfung dieser (Wareneinsatz, Personalkosten, Kundenanalyse...) hilft, schnell Abweichungen zu erkennen und mit den richtigen Maßnahmen den Betrieb zu steuern. So können negative „Überraschungen“ vermieden werden.





Lassen Sie sich von Ihrem/r Steuerberater/in, Unternehmensberater/in, Ihrer Wirtschaftskammer oder Ihrer Bank bei der Erstellung Ihres Business- und Finanzierungsplanes unterstützen!

Auf der folgenden Seite finden Sie eine Musterkalkulation für ein Weltcafe mit 50 Sitzplätzen und einem Finanzierungsvolumen von € 65.000,-. Die dazugehörigen Berechnungstabellen für Umsatz-, Personal- und Investitionsplanung werden Ihnen in einem nächsten Schritt gerne zur Verfügung gestellt. Beachten Sie bitte, dass jedes Lokal unterschiedlichste Ausgangssituationen hat und daher unbedingt ein individueller Businessplan zu erstellen ist.

## Musterkalkulation

Ohne Kosten Kontokorrent.	Jahr	%Anteil	Jahr	%Anteil	Jahr	%Anteil
Darlehen im 1. Jahr ?Späterer Tilgungsbeginn?	2011		2012		2013	
Nettoumsatz	250.000	100	275.000	100	302.500	100
Wareneinsatz	67.500	27	74.250	27	81.675	27
<b>Rohgewinn</b>	<b>182.500</b>	<b>73</b>	<b>200.750</b>	<b>73</b>	<b>220.825</b>	<b>73</b>
<b>Kosten</b>						
Personalkosten inkl. LNK	75.619	30	77.887	28	80.224	27
Miete / Pacht (hier Pacht 10%)	25.000	10	25.500	9	26.010	9
Heizung / Müll / Kanal (~4%)	10.000	4	10.200	4	10.404	3
Strom / Wasser	0	0	0	0	0	0
Instandhaltungen (abhängig - neu-alt) hier 1%	2.500	1	2.750	1	3.025	1
Telefon	600	0	618	0	637	0
Werbeaufwendungen (hier 4% definiert)	10.000	4	5.000	2	5.000	2
KFZ - Kosten (hier Leasing Sharan + Treibstoff, Versicherung...)	9.600	4	9.888	4	10.185	3
Büro, Post, Verwaltung	500	0	515	0	530	0
Rechtskosten	500	0	0	0	0	0
Beratungskosten	2.000	1	500	0	500	0
Betriebsversicherungen (Feuer etc.)	900	0	927	0	955	0
Gründungskosten	0	0	0	0	0	0
Steuerberatung	6.000	2	6.180	2	6.365	2
Abgaben und Gebühren (Umlagen...)	250	0	250	0	250	0
Zinsen und Tilgungen - Darlehen (entspricht Abschreibung)	10.200	4	10.200	4	10.200	3
Zinsen und Spesen - Kontokorrent	0	0	0	0	0	0





Reinigungsmaterial	500	0	500	0	500	0
Sonstiges	1.000	0	1.030	0	1.061	0
<b>Gesamtkosten</b>	<b>155.169</b>	<b>62</b>	<b>151.945</b>	<b>55</b>	<b>155.846</b>	<b>52</b>
<b>Betriebsergebnis (= Cash Flow)</b>	<b>27.331</b>	<b>11</b>	<b>48.805</b>	<b>18</b>	<b>64.979</b>	<b>21</b>
Sozialversicherung 24,93%	-6.814		-12.167		-16.199	
Einkommensteuer	-19.624		-19.622		-19.620	
<b>NETTO = Unternehmerlohn - jährlich</b>	<b>894</b>		<b>17.016</b>		<b>29.160</b>	
<b>NETTO = Unternehmerlohn - monatlich</b>	<b>74</b>		<b>1.418</b>		<b>2.430</b>	

## Wareneinsatz

Dieser ist zum einen vom erzielbaren Verkaufspreis und zum anderen auch vom Geschick im Einkauf und der Warenverwertung abhängig. Es zahlt sich aus, eine gute Einkaufsplanung und eine gut aufeinander abgestimmte Speise- und Getränkekarte zu erarbeiten, um höhere Deckungsbeiträge (Verkaufspreis – Wareneinsatz) zu erzielen und dadurch wirtschaftlich höheren Erfolg zu haben. Der Wareneinsatz liegt zwischen 23% und 27% vom Nettoerlös.

Gute Hinweise hierzu finden sich in der WIFI Broschüre Kosten- und Ertragsmanagement in der Gastronomie, sowie in der zahlreichen Fachliteratur.

## Steuern und Gebühren

Umsatzsteuer, AKM, Ortstaxe, Vergnügungssteuer, Kammerumlage, Fremdenverkehrsbeitrag, Einkommenssteuer/ Körperschaftssteuer, Lohnsteuer, Kommunalsteuer ...

Welche Steuern für Sie relevant sind, wann und in welcher Höhe diese anfallen, ob die Kleinunternehmenregelung oder eine Pauschalierung für Sie in Frage kommt hängt von Ihrem Umsatz und anderen Faktoren ab.

Lassen Sie hierzu sich von Ihrer/m Steuerberater/in beraten.

Näheres dazu findet sich auch in der WKO Broschüre Leitfaden für Gründer/innen.

## Versicherungen

Für einen Gastronomiebetrieb sind einige Versicherungen nötig, damit Sie im Schadensfall ausreichend abgesichert sind.

Pflichtversicherungen, wie Ihre Kranken -, Pensions- und Unfallversicherung bei der SVA. Haftpflichtversicherung, evtl. Betriebsausfallsversicherung.

Lassen Sie sich hierzu von Ihrer Versicherung beraten.



## Förderungen

Für gastronomische Betriebe gibt es auch Möglichkeiten, insbesondere im Investitionsbereich Förderungen zu erhalten. Lassen Sie sich hierzu im Gründerservice Ihrer Wirtschaftskammer beraten.

Förderungen können unter bestimmten Kriterien vom Land, vom Bund von der Österreichische Hotel- und Tourismusbank, vom AMS gewährt werden.

Wichtige Fördertipps:

- Förderungsantrag **vor** Projektbeginn einreichen!
- Es gibt keinen Rechtsanspruch auf Förderung!
- Vorher richtig informieren!

## Marketing

Um bekannt zu werden und zu bleiben bedarf es einiger Marketingmaßnahmen. Die Marke Weltcafe soll aufgebaut und bekannt werden. Die ARGE Weltläden Sie in der Verkaufsförderung und im Veranstaltungsbereich mit Beratung und Werbemitteln bzw. Werbekampagnen.

Mit einem Marketingkonzept und einer Marketingjahresplanung schaffen Sie eine gute Basis für Ihren Erfolg.

## Mitarbeiter/innen

Wie viele Mitarbeiter/innen Sie brauchen hängt von der Größe, den Öffnungszeiten und der Auslastung Ihres Betriebes ab. Es lohnt sich, in die Auswahl Ihrer Mitarbeiter/innen Zeit und Energie zu investieren, da die richtigen Mitarbeiter/innen die tragende Säule eines Betriebes sind. Sie repräsentieren Ihren Betrieb nach außen und sind tragen maßgeblich zur Umsatzhöhe und somit auch zum Gewinn bei.

### ***Stellenbeschreibungen***

Stellenbeschreibungen erleichtern die personelle Organisation und unterstützen die Entwicklung des Unternehmens. Diese sind dynamisch und müssen besonders im Startjahr regelmäßig auf ihre Gültigkeit überprüft werden und laufend aktualisiert.



Eine Stellen- oder auch Funktionsbeschreibung soll im Wesentlichen die einzelnen Anforderungen und das daraus resultierende Anforderungsprofil eines Mitarbeiters beschreiben. Sie ist auch ein Hilfsmittel im Personalbereich und dient als statistisch wichtige Unterlage über die relevanten Daten aller Betriebsangehörigen.

### **Inhalte der Stellenbeschreibung**

- die Bezeichnung der Stelle (z. B. Geschäftsführung)
- die Unter- beziehungsweise Überordnung

Weiter enthält eine Stellenbeschreibung das eigentliche Ziel der Stelle, also die hauptsächlichen Aufgaben, wie beispielsweise die Realisierung der wirtschaftlichen Hauptziele des Unternehmens unter Berücksichtigung der Interessen aller Mitarbeiter des Betriebes. Dazu kommen die einzelnen Befugnisse und Aufgaben und die Stellvertretung. Die Stellenbeschreibung umfasst auch die mittel- und unmittelbare Beziehung zu den anderen Arbeitsplätzen und die besonderen Aufgaben und Anforderungen, denen der Inhaber der Stelle gerecht werden muss.

### **Aufgaben der Stellenbeschreibung**

- Der Inhaber der Stelle muss die von ihm erwartete Leistung erkennen können, aber auch die Abgrenzung der Aufgaben und Kompetenzen. Eine Stellenbeschreibung dient der Information und beantwortet die Frage: „Wer ist wem innerhalb des Unternehmens über- oder unterstellt?“. Eine Stellenbeschreibung dient unter anderem aber auch der Beurteilung eines Mitarbeiters über seine Leistung und ist damit auch die Grundlage für sein Entgelt.
- Eine Stellenbeschreibung ist aber auch die Grundlage für die Einstellung und die Einarbeitung von neuen Mitarbeitern und sie spielt zudem eine entscheidende Rolle, wenn es um die Festlegung des Bedarfs an Auszubildenden eines Betriebs geht. Auch die anderen Bereiche eines Unternehmens können sich anhand einer Stellenbeschreibung über die Anforderungen an die Tätigkeit informieren



## *Stellenbeschreibung für die Position einer/s Weltcafebetreiber/in*

Datum: 2011

Mitarbeiter/innen:

### Anforderungsprofil

- ✓ Erfahrungen und Kenntnisse in Führung eines Gastronomiebetriebes.
- ✓ Erfahrungen und Kenntnisse in Mitarbeiterführung und Mitarbeitermotivation.
- ✓ Betriebswirtschaftliche Kenntnisse.
- ✓ Organisationstalent.
- ✓ Sicheres Auftreten und gepflegtes Äußeres.
- ✓ Unternehmerisches Denken
- ✓ Verantwortungsbewusstsein
- ✓ Entscheidungsfreudigkeit
- ✓ Identifikation mit der Philosophie des Fairen Handels und der ARGE Weltläden.
- ✓ Verhandlungsgeschick
- ✓ Kommunikationsfähigkeit
- ✓ Hohe soziale Kompetenz
- ✓ Von Vorteil: Erfahrung in der Organisation und Durchführung von Veranstaltungen.
- ✓ HACCP Schulung, vorgeschriebene Ausbildung (ca. 2 Tage) für Hygienemaßnahmen.

### Tätigkeiten/Aufgaben/Verantwortung

- Verantwortlich für einen reibungs- und störungsfreien Ablauf des Tagesgeschäftes.
- Erstellen von Budgets und Businessplänen.
- Preisgestaltung.
- Rekrutierung der richtigen Mitarbeiter/innen.(Bewerbungsverfahren)
- Mitarbeiterführung und –motivation. (MA Gespräche, Zielvereinbarungen, Dienstpläne)
- Operative Mitarbeit im Tagesgeschäft.
- Kassaabrechnung.
- Akquise und Organisation von externen Veranstaltungen.
- Einkauf und Kalkulation.
- Aufrechterhalten und Pflege der Kontakte zu Lieferant/innen, Kund/innen und Gäste.
- Dekoration.
- Speise- Getränkekarten.
- Veranstaltungsplanung, Organisation und Durchführung
- Instandhaltung.



## Leistungen und Unterstützung der ARGE Weltläden

Der ARGE Mitgliedsbetrag beträgt 0,8% vom Nettoumsatz gedeckelt mit einem Mindest- und Maximalbetrag, der jährlich der Inflation angepasst wird.

Die Einstiegsgebühr von € 350,- ist ein Anerkennungspreis und deckt nicht die Kosten der dafür erhaltenen hier aufgelisteten Leistungen.

- Benutzung des Weltcafes Logos und der CD-Linie.
- Zur Verfügung stellen der Werbematerialien (*CD, Minihomepage, Werbemittel*).
- Laufende Betreuung in der Gründungsphase, bei der Eröffnung und danach.
- Beratung zu Fragen der Einrichtung, Mitarbeiterauswahl, Einkauf, Marketing.
- Einbettung in den solidarischen Verbund der Weltcafes und Weltläden.
- Abstimmung der Jahresprogramme und Aktionen mit den ARGE Weltläden.
- Laufende Öffentlichkeitsarbeit.
- Beratung zu Verkaufsförderungen, wie Verkostungen, Unterstützung durch die Lieferant/innen – Länderschwerpunkte, Tag der offenen Tür, Gästebindung...
- Planung und Organisation von Veranstaltungen.
- Aus- und Weiterbildung in der Fair Trade Akademie.

## Anforderungsprofil unserer Weltcafefbetreiber

Als unser Partner und Betreiber eines Weltcafès sind unsere Werte, unsere Philosophie und unsere Mission für Sie nicht nur Worte, sondern beschreiben idealerweise Ihre innere Haltung und Ihr Werteprofil.

Darüber hinaus verfügen Sie über die fachlichen und persönlichen Voraussetzungen, einen gastronomischen Betrieb führen zu können und genießen es, sich in ein System und ein Team einzufügen.



Auszug Checkliste „Bin ich ein Unternehmertyp?“

Erfülle ich alle rechtlichen Voraussetzungen?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Volljährigkeit</li> <li>• Befähigung zur Erlangung einer Gewerbeberechtigung (z.B. Lehre, Praxis, Tourismusschule, Studium...)</li> <li>• Einwandfreier Leumund</li> <li>• EU Bürger/in</li> </ul>
Habe ich genügend fachliche Kenntnisse?	Führung, Motivation, Betriebswirtschaft, Einkauf, Konfliktmanagement,
Unterstützt mich meine Familie?	Mithilfe? Steht sie hinter Ihrem Vorhaben?
Habe ich ausreichend finanzielle Mittel? Eigenkapital, Fremdkapital.	Investitionen, Betriebsmittel Startphase
Bin ich bereit über 40 Stunden/Woche zu arbeiten?	Besonders in der Startphase sind häufig Mehrstunden zu leisten.

Weitere und umfangreiche Checklisten erhalten Sie in Ihrer Wirtschaftskammer, im Internet oder in der Fachliteratur.

## Nächste Schritte

Wenn Sie nun ernsthaft in Ihren Überlegungen und Entscheidungen weiter in das Projekt Weltcafé einsteigen möchten, freuen wir uns sehr auf ein Kennen lernen und ein erstes Abstimmungsgespräch.

Ein möglicher Ablauf kann folgendermaßen sein:

- ✓ Bildung des Gründungsteams, Standortsuche und –analyse, Erstellung von groben Kosten- Umsatz- Finanz- und Liquiditätsplänen.
- ✓ Definieren der Finanzierungsquellen und Recherche der möglichen Förderungen mit Hinblick auf zumindest 40% Eigenkapital.
- ✓ Antrag zur Logobennutzung und Unterstützung der ARGE Weltläden.
- ✓ Unterzeichnung der Benutzervereinbarung.
- ✓ Erstellung von Detailplänen, wie Aktivitätenplan (was/wer/wann) Finanzplan, Liquiditätsplan, Umsatzplan etc.





- ✓ Umbau und Einrichtung, Lieferantensuche und –verhandlungen, Personalsuche und –schulung, PR-Konzept, Website, Drucksortenproduktion, Abschluss von Versicherungen etc.
- ✓ Eröffnung
- ✓ PR-Nachbearbeitung

Eine Zeitspanne von bis zu einem Jahr bis zu Eröffnung ist durchaus realistisch.

Wir wünschen Ihnen viel Freude und Klarheit bei Ihrer Entscheidung und freuen uns auf Ihre Neugier, Fragen und Anregungen.

Gerne nehmen wir auch Feedback entgegen.

## Nützliche Links und Adressen

- [www.weltladen.at](http://www.weltladen.at)
- [www.weltcafe.at](http://www.weltcafe.at)

### **Bio-Lebensmittel:**

- [www.bio-austria.at](http://www.bio-austria.at)
- [www.erntebauern.at](http://www.erntebauern.at) Bio Ernte Austria
- [www.ages.at](http://www.ages.at) Österreichische Agentur für Gesundheit und Ernährungssicherheit
- [www.ama-marketing.at](http://www.ama-marketing.at)
- [www.lebensministerium.at](http://www.lebensministerium.at)

### **Förderungen:**

- [www.ams.at](http://www.ams.at) Arbeitsmarktservice (Personal)
- Das Gründerservice der Wirtschaftskammern im jeweilige Bundesland (Beratungsförderung)
- Öht Österreichische Tourismusbank

### **Investitionen, Finanzierungen:**

- [www.awsg.at](http://www.awsg.at) Austria Wirtschaftsservice GmbH(AWS) / ERP-Fonds
- [www.oeht.at](http://www.oeht.at) Österr. Hotel- und Tourismusbank GmbH (TourismusBank)
- [www.kommunalkredit.at](http://www.kommunalkredit.at) Kommunalkredit Austria AG
- [www.ffg.at](http://www.ffg.at) Österreichische Forschungsförderungsgesellschaft (FFG)
- Amt der jeweiligen Landesregierung (Abteilung Wirtschaft und Arbeit)
- <http://wko.at/foerderungen> Förderdatenbank
- [www.wko.at](http://www.wko.at) Wirtschaftskammer Österreich
- Fachverband Gastronomie, Bundessparte Tourismus und Freizeitwirtschaft
- <http://diegastronomie.at/>
- [www.unternehmerservice.at](http://www.unternehmerservice.at) Service-Katalog des WIFI Unternehmerservice (für hilfreiche Publikationen, die teilweise auch kostenlos zu beziehen sind)



Broschüre Kosten und Ertragsmanagement in der Gastronomie (Bezug über WIFI)  
Leitfaden für GründerInnen und Gründer (Bezug über Gründerservice der WKO)

### **CD-Rom Wifi Winner II – Die Controlling CD für die Gastronomie**

Bezug über [www.gastroservice.at](http://www.gastroservice.at) um € 25,50

Folgende Auswertungen sind erhältlich:

Umsatzstruktur

Kostenstruktur

Cash-flow-Analyse

Kurzfristige Erfolgsrechnung

Detaillauswertung der Bereiche Gastronomie und Logistik

Sonderauswertungen (z.B. Mindestumsatz, Verschuldungsgrenze)

## **IMPRESSUM**

Für den Inhalt verantwortlich:

ARGE Weltläden, Leopoldstrasse 35, 6020 Innsbruck, Tel: 05522/78079

E-Mail: [arge@weltlaeden.at](mailto:arge@weltlaeden.at)

Webpage: [www.weltlaeden.at](http://www.weltlaeden.at)

© 2014 alle Rechte vorbehalten

Autorinnen:

Christine Ottner

Karin Lindner

Alle Angaben sind trotz sorgfältiger Recherche und Bearbeitung ohne Gewähr.  
Eine Haftung der Medieninhaber oder Autorinnen ist ausgeschlossen.

Urheberrecht:

Das Werk ist in seiner Gesamtheit und seinen Einzelteilen urheberrechtlich geschützt. Jegliche Verwertung, wie Fotokopien, Vervielfältigungen, Übersetzungen, Verarbeitung in elektronischen Systemen etc. ist ohne Zustimmung der Rechtsinhaber unzulässig.