

Fastfood

Om at åbne en fastfood-restaurant

Er du interesseret i mad? Kunne du tænke dig at gøre hverdagen lidt nemmere for den danske forbruger, og har du blik for tidens madtrends? Kan du lide at arbejde med alle slags mennesker, er du organiseret og har du et højt energiniveau? Så er det måske noget for dig at åbne en fastfood-restaurant.

Vi danskere bruger stadig flere penge på forbrug, og vi ønsker at gøre det lettest muligt for os selv i en travl hverdag. Samtidig er vi blevet mere og mere opmærksomme på, hvad vi spiser og drikker – og vi gør det gerne ude, henter maden med hjem eller spiser den på farten, når tingene skal gå stærkt. Danske forbrugere ved godt, hvad de vil have: velsmagende måltider, som ikke koster en formue, og som er hurtige og nemme i en presset hverdag. Og mere af den! Fastfood-branchen er nemlig i fremgang.

Denne startvejledning har til formål at oplyse om muligheder, udfordringer og ting, du skal være særligt opmærksom på, hvis du overvejer at åbne en fastfood-restaurant.

Få svar på dine spørgsmål om opstart

Startvejledningen er en service fra imidt til dig, der overvejer at starte egen virksomhed. Vi ønsker dig god fornøjelse med læsningen og håber, at du både finder svar på dine spørgsmål og bliver motiveret til at tage det næste skridt.

Har du brug for sparring, er du altid velkommen til at kontakte imidt på info@imidt.dk eller 70 15 16 18.

Vi glæder os til at høre fra dig!

Er du den fødte ejer af en fastfood-restaurant?

Tag nedenstående test og find ud af, om det overhovedet er noget for dig at blive ejer af en fastfood-restaurant.

		Helt sikkert	Som regel	I tvivl
1	Jeg har lyst til at omgås mennesker af alle typer			
2	Jeg smiler og tager ting med godt humør			
3	Jeg kan holde ud, selv om arbejdsdagene bliver lange			
4	Min familie ved, at de kommer til at se mindre til mig			
5	Jeg er god til at sætte andre mennesker i arbejde og skabe en god arbejdsplads			
6	Jeg går op i mad og drikke og ved meget om det			
7	Jeg kan planlægge og organisere			
8	Jeg er god til at holde orden og gøre rent			
9	Jeg kender nogen i branchen, som kan hjælpe mig, hvis det skulle være			
10	Jeg bliver ikke stresset			
11	Jeg kan leve med, at indtjeningen svinger			
12	Jeg er god til at takle problemer i tide og ikke skyde dem fra mig			
13	Jeg er god til at lytte til andre og få ideer på den måde			
14	Jeg kan fremskaffe 100.000-200.000 kr.			

Hvis du har mindst 9 krydser i "helt sikkert", så er der et godt grundlag at gå videre på.

Hvordan vil du starte?

Der er fire måder at starte en fastfood-restaurant på: 1) Du kan selv bygge alt op fra bunden, 2) du kan overtage en virksomhed, der allerede kører, 3) du kan købe dig ind i en kæde, eller 4) du kan tilslutte dig et leverandørkoncept. Alle fire måder har både fordele og ulemper.

At starte fra bunden

Når du bygger en fastfood-restaurant op fra bunden, kan du i høj grad selv sætte dit præg på forretningen. Du bestemmer selv vareudvalg og priser, du kan prøve ideer af og være kreativ. Men det er også usikkert, og fejl kan være meget dyre og svære at rette op på.

At overtage en virksomhed

Når man overtager en restaurant, er mange ting allerede på plads: Lokalerne er indrettet, kunderne kender stedet, og arbejdsgangen ligger fast. Det kan være, den tidligere ejer vil hjælpe dig med gode råd, når du skal i gang, og det kan alt sammen være en god start. Men du kan omvendt også risikere at overtage en restaurant med et dårlig ry, og det skal du også være opmærksom på.

Selvom restauranten allerede har en række forhold på plads, kan du altid forme forretningen, så den bliver præcis, som du ønsker den.

At købe sig ind i en franchise kæde

I fastfood-kæder er alt lagt i faste rammer, og derfor er det en god mulighed for at få en hurtig og effektiv start. Der er hjælp til alt fra kalkuler og indkøb over markedsføring til maskineri og meget andet. Samtidig vil der også være en række retningslinjer, der skal overholdes. Ulempen er, at din frihed til selv at bestemme kan blive begrænset, og at du derfor mere bliver en bestyrer end en kreativ iværksætter.

At tilslutte sig en leverandør-kæde

Alle kender de pølsevognene, som Steff-Houlberg er leverandør til og rådgiver for. Brødproducenten Schulstad hjælper iværksættere i gang med varmt brød fra egen bageovn, og der kommer sandsynligvis mange nye koncepter til landet de kommende år.

Hvis man ikke har den store erfaring med at drive fastfood, kan leverandøren være en god støtte. Ofte kan sådanne aftaler dog også indebære, at man ikke handler hos andre leverandører.

Fastfood-kæder i Danmark

- + The Bagel Co.
- + Burger King
- + Domino's Pizza
- + Kentucky Fried chicken
- + Mammamia
- + McDonald's
- + Pizza Hut

Mange interessante franchise-systemer er slet ikke importeret til Danmark – endnu. Måske kan du blive den første med et nyt koncept i landet? Det kræver opsøgende arbejde, og der er faldgruber. Du kan finde fastfood beskrevet på for eksempel på www.franchisehandbook.com

Fastfood-restaurant til salg eller forpagtning

Aviser som Jyllands-Posten og Berlingske Tidende bringer ofte annoncer med butikker til salg eller overtagelse. Du kan også kontakte ejendomsmæglere i lokalområdet. Se tillige www.amino.dk/virksomhedsbors. Du kan også kontakte ejendomsmæglere i lokalområdet. På Internettet kan man bruge søgeord som "forpagtning restaurant" og få ledige tilbud frem.

Beliggenhed, beliggenhed og atter beliggenhed

Beliggenheden er alfa og omega for en fastfood-restaurant. Hvis den ligger rigtigt, er den en reklamesøjle for sig selv - du må derfor ikke gå på kompromis med beliggenheden. Selvom velbeliggende lokaler typisk er dyrere, betaler det sig rigeligt. Fastfood skal være hurtigt og nemt, og derfor skal din restaurant ikke ligge på en fjern sidegade. Det kan være, du satser på impuls køb, eller folk skal have mulighed for at stoppe bilen eller cyklen for at tage noget mad med hjem. Og så skal beliggenheden være synlig og måske tilbyde p-pladser eller cykel-holdepladser.

Fastfood findes tit:

- + I områder, hvor der er en stor koncentration af restauranter, caféer og anden fastfood.
- + Ved trafiksteder, for eksempel stationer, busholdepladser og ved udfaldsveje fra byerne
- + På sidegader i de større byer – så tæt på hovedstrøget som muligt.
- + Sammen med butikker, for eksempel på butikstorve og i butikscentre.

Mange butikscentre administrerer antallet af forskellige butikstyper sådan, at alle får mest muligt ud af det, og der ikke er for mange af én bestemt slags butik. Der er også muligheden for at lave en shop-in-shop, det vil sige at en selvstændig butik eller restaurant lejer plads i f.eks. en lufthavn eller færgeterminal.

I dag ser man især i udlandet, at man ofte har "food halls", dvs. en samling af forskellige fastfood-restauranter omkring et fælles areal med borde. Det koncept bliver mere og mere udbredt i Danmark også.

Undersøg omgivelserne

Før du beslutter dig for, hvor dine lokaler skal ligge, skal du studere området grundigt. Hvordan bliver omgivelserne brugt af folk? Er der livligt? Hvornår på dagen kommer folk? Er der mange, der henter mad i frokostpausen, på vej hjem fra arbejde etc.? Prøv at få et billede af, hvem der kommer i området: folk, der bor der, arbejder der, turister, skolelever eller andre? Det er vigtigt i forhold til, hvilket fastfood-koncept du har, og hvordan du skal markedsføre det.

Skiltning og indretning

Når beliggenheden først er valgt, kan du øge opmærksomheden endnu mere for at få kunder i din fastfood-restaurant. Det kan du f.eks. gøre ved at fremvise flotte og inspirerende skilte og udstilling af maden eller menukortet ud mod gaden, så din restaurant er indbydende og dragende udefra. Du kan også sørge for, at der dufter af mad omkring din restaurant, så forbipasserendes sanser bliver vakte.

Det er vigtigt, at du tænker over, hvilken slags fastfoodrestaurant du har, og at dette stemmer overens med de signaler, butikkens ydre sender. F.eks. skal en restaurant med dyre varer også se eksklusiv ud, hvorimod en restaurant med lave priser kan vise dette ved f.eks. pangfarver på skiltene. Hvis du sælger økologiske produkter eller har en sund menu, så skal skilte og udstilling være smukke og mere diskrete i farverne.

Indretningen af selve restauranten er også meget vigtigt. Menu-visning, belysning og farver har en stor psykologisk betydning for, om det ser indbydende ud, og hvor meget kunderne køber. Hvis maden tager sig godt ud, er de mere fristede til at købe, og det kan også have en stor betydning, om restauranten er lækker og ren og indbyder til, at man sætter sig. Derfor

findes der indretningsfirmaer, som specialiserer sig i netop indretning af restauranter. I nogle kæder er der stramme regler for indretningen.

13 måder at sælge mere på

Målet med din markedsføring og salgstiltag er, at flere mennesker lærer din restaurant at kende, og at du får solgt flere varer til den rigtige pris.

Din markedsføring skal ligesom dine produkter og din service være af ordentlig kvalitet. Det kan du sikre ved at følge disse 13 forslag:

1. Det personlige salg – uden for restauranten

Forsøg altid at få kunderne ind i restauranten! Det kan du f.eks. gøre ved at lokke med smagsprøver, tilbud eller en kop kaffe.

2. Det personlige salg – i restauranten

Personlig betjening er altafgørende for, om din butik skiller sig positivt ud fra mængden. God, venlig og imødekommende betjening husker kunden og fortæller til andre potentielle kunder.

3. Logo

Få lavet et pænt logo, der signalerer kvalitet og ordentlighed i det, du sælger. Det er to ting, som er meget vigtige i forhold til dit salg.

4. Visitkort

Visitkort er en god måde at øge kendskabet til din restaurant. Sørg for at uddele dem alle de steder, du kan komme til. I restauranten, i venners butikker, til møder og når du er sammen med vennerne. Så kommer dine potentielle kunder måske i tanke om din restaurant, næste gang de skal have fastfood.

5. Flyers

En flot flyer eller menukort kan øge dit salg til kunderne. Du uddeler dine flyers til kunder i restauranten, putter dem i brevsprækker i nabolaget, deler dem ud på strategiske steder mv.

6. Reklameskilt

Få dig et flot reklameskilt til facaden. Bor du ud til offentlig vej, så sørg for, at de, der kører forbi, ved, at du eksisterer. Lav et sandwich-skilt og skriv dine gode tilbud, så de folk, der kommer forbi, får lyst til at gå ind i din restaurant. Hvis de alligevel kommer forbi, skal de vide, at du er der.

7. Lys

Sørg for, at der er ordentligt lys i din restaurant. Er der halvmørkt, tror kunderne, der er lukket, og varerne ser oven i købet også kedelige ud i dunkel belysning.

8. Hjemmeside

Kunderne skal kunne finde dig på internettet. Her vil kunderne tjekke dig og kigge efter gode tilbud, retter, menukort osv.

9. Elektronisk nyhedsbrev

Få dine kunder i butikken til at skrive sig op til dit elektroniske nyhedsbrev, så du kan sende en mail til dem, når du har et godt tilbud. Så er der større chance for, at husker dig, næste gang de skal have fastfood.

10. Annoncer

Skaf flere kunder via gode tilbud, som du markedsfører igennem ugeaviserne eller andre aviser sammen med andre handlende.

11. Google Maps

Læg din placering af butikken ind på Google Maps. Søger man fx efter ”restaurant i Aarhus” vil din restaurant blive vist i Googles søgeresultat. Se www.maps.google.dk

12. Google Ads

Folk søger ofte løsninger på deres ønsker ved at søge på Google. Her kan du oprette en GoogleAd – de små annoncer du ser i højre side. Rigtigt oprettet er de en meget effektiv markedsføringskanal. Se www.adwords.google.com

13. Events

Events kan også øge dit salg. Det kan være modeopvisning, orientalsk madlavning eller foredrag om restaurant-råvarer.

Hvad er din forretningsidé?

Danskerne forbruger flere og flere penge på mad og drikke, de ikke selv skal lave. Vi har travlt, og vi prioriterer at bruge tiden på andre ting end madlavning. Ofte spiser vi til og fra en aktivitet, eller vi tager mad med hjem til familien for at lette presset i hverdagen. Derfor vil vi også have velsmagende måltider, som vi ved, hvad er, og kan stå inde for, og som ikke koster en formue. Mad, vi kan spise på stedet eller tage med os på farten.

De fleste kunder forventer noget helt bestemt, når de går på pizzeria, sandwichbar, burgerbar eller kebabhus. Fastfood-forretningerne ligner derfor hinanden meget, fordi de sælger standardprodukter, som danskerne kender og kan lide. Måske skal dit sted også være som de fleste andre. Danskerne er ret langsomme til at vænne sig til nye fastfood-koncepter og køber gerne noget velkendt, de er trygge ved.

Indimellem ser man dog fastfood-steder, som skiller sig lidt ud. Hvis din forretning ligger i et område med et købedygtigt publikum, der gerne vil eksperimentere, kan du overveje at gøre tingene anderledes. Det er måske mindre sikkert at tage chancen, men omvendt kan det være lige netop dét, der gør dig til en særlig og attraktiv spiller på fastfood-markedet.

Fordi der er stor konkurrence, er der ekstra grund til at tænke ideen godt igennem og undersøge, om den kan bære. Det er uanset, om det er et almindeligt fastfood-sted eller et, der skiller sig ud. Der er mange ting, som kan gøre kunderne nysgerrige og trække dem ind og endeligt gøre dem til loyale kunder i din fastfood-restaurant.

Du kan f.eks. overveje følgende punkter:

Fokus på kvaliteten

Kvaliteten optager danskerne, og det kan derfor være en god måde at markedsføre sig på.

Skal råvarerne være friskere end konkurrenternes? Skal du tilbyde særlige eller eksotiske ingredienser, særligt spændende sammensætninger, ren økologi eller lignende?

Har du hjemmelavede dressinger og saucer eller hjemmebagt sandwichbrød? Eller kan du tilbyde folk selv at sammensætte deres kebab, pizza eller sandwich, som de gerne vil have den?

Fokus på udbud

Det kendetegnende ved fastfood er, at man ikke nødvendigvis behøver at spise det samme, som dem man spiser sammen med. Du kan derfor overveje, om du skal have fokus på udbuddet i din restaurant: f.eks. både pizza- og pastaretter, sandwich og kager eller kebab og grillmad. Du kan måske tilbyde et fedtfattigt, vegetarisk eller glutenfrit alternativ? Du kan også overveje at have et stort udbud af drikkevarer og desserter, så dine kunder kun behøver at handle hos dig.

Nyt koncept

Det kan også være en ide at have et koncept, så kunderne nemt kan gennemskue, hvad de kan forvente få i din restaurant. Det kan lette markedsføringen, som du nemmere kan målrette, ligesom det adskiller dig fra konkurrenterne. Det kunne f.eks. være et etnisk tema som thai, mexicansk, japansk eller lignende. Det kunne også være mad baseret på fisk, danske råvarer, økologiske råvarer eller noget helt andet? Og endeligt kunne det være koncepter som en billig dagens ret, "tømmermænds-søndag" eller dagens menu til børnefamilien (hovedret, salat og dessert).

Fokus på hurtig servering eller udbringning

Du kan også markedsføre dig på en særligt hurtig servering eller udbringning af dit mad. Det kan betyde, at du må planlægge med ekstra personale på spidsbelastede tidspunkter.

Fokus på indretning

Det kan også være, at din restaurant skal skille sig ud ved sin særlige indretning. F.eks. et hyggeligt sted med rare lokaler og gode siddepladser, hvor man har lyst til at komme. Det kunne også være et legeland til børnene (familien som målgruppe), gratis internet (forretningsfolk med frokostpause som målgruppe) eller måske flippermaskiner, Elvis-tema eller noget helt andet. Du kan også tænke på gode ventefaciliteter for take-away som f.eks. blade, tv, aviser osv.

Fokus på hygiejne

Det kan også være et vigtigt parameter, at man kan tilbyde en høj hygiejnestandard. Det kan være rene lokaler, rent service og en pletfri udstilling af råvarer. Det kan også være medarbejdere i rene uniformer, der anvender gummihandsker ved berøring af fødevarer. Eller synligt antibakteriel gel sat frem, kølemontrer, der viser, at man tager fødevarer sikkerhed alvorligt samt toiletter med høj rengøringsstandard.

Fokus på service

Endeligt kan det også være din helt særlige niche at have et højt serviceniveau, f.eks. hurtig levering, børnefødselsdage, julefrokoster eller varedeklARATIONER, så kunderne ved, hvad de spiser.

Økonomi

For at drømmen om en fastfood-restaurant kan blive til virkelighed, skal der være økonomi til det og i det. Og for at danne dig et overblik over økonomien, skal du lægge et budget for forretningen. Budgettet skal hvile på de valg, du har gjort dig. Og det er nødvendigt at undersøge priser på parkedet, for at budgettet kan blive så solidt som muligt. Du skal f.eks.:

- Tjekke markedet for ejendomme og forpagtning og få realistiske priser samt sammenligne mange forskellige steder. Ejendomme, der ligger godt, er dyrere, men kan omvendt være mere indbringende.
- Du skal besøge andre fastfood-restauranter, der ligner din. Se på, hvor mange gæster der kommer og find ud af, hvad restaurationen typisk bruger af penge og på hvad.
- Få kataloger og prislister fra leverandører af mad, drikke m.fl. Undersøg, om de giver rabatter, og hvad vilkårene er ved de forskellige leverandører.
- Tag på messe f.eks. Foodexpo i Herning (www.foodexpo.dk). Her kan du både få inspiration, priser og kontakter til leverandører. Måske kan du finde et helt koncept, som du gerne vil lancere i din by. Se www.foodexpo.dk
- Undersøg, hvad et personale skal have i lønnen, og hvad du skal betale herudover til f.eks. sociale udgifter og frynsegode.
- Find ud af, hvor mange penge du skal låne og hvor længe. Få en snak med banken om muligheden for at låne.

Årsbudget

Når du skal lægge et årsbudget, er der en række faktorer, der er vigtigt at have med. For at give dig overblikket over dem, har vi opstillet et regnskab for et fiktivt uafhængigt og mellemstort pizzeria herunder, som du kan lade dig inspirere af. Årsbudgettet findes på næste side.

Om pizzeriaet:

- + I dette pizzeria sælger man pizzaer til 45 kr. pr styk. (36 kr. uden moms).
- + Sodavand sælges til 20 kr. (16 kr. eks. moms).
- + Der er åbent 330 dage om året.

	Kr. /år eks. moms
Omsætning: Pizzaer i restaurant: (30 stk x 330 dage x 36 kr (45 kr inkl. moms) Take away-pizza, (45 stk. x 330 dage x 36 kr. (45 kr. inkl. moms) Drikkevarer (40 enheder per dag af 16 kr. 330 dage om året) I alt	356.400 534.600 <u>211.200</u> 1.102.200
Direkte omkostninger ved salg Køb af madvarer - skønsmæssigt 33 % af omsætning Køb af drikkevarer - skønsmæssigt 25 % af omsætning I alt	294.030 <u>52.800</u> 346.830
Dækningsbidrag (Omsætning – Direkte omkostninger)	755.370
Faste omkostninger Løn til 1,5 personer, inkl. sociale bidrag, feriepenge m.v. Husleje El, varme, vand, forbrugsafgifter, telefon, Coda m.v. Revisor, administration m.v. Levnedsmiddelkontrol, affaldsafgifter m.v. Varebil Markedsføring Renter af opstartslån/kassekredit Forsikringer I alt	300.000 100.000 30.000 20.000 4.000 22.500 8.000 13.500 <u>22.000</u> 520.000
Overskud til indehaver (Dækningsbidrag – Faste omkostninger)	235.370

Prøv nu at lægge dit eget budget. Er beløbet på bundlinjen stort nok? Hvis ikke, så må du igennem budgettet igen og se, hvordan du enten kan øge din omsætning eller kan få udgifterne ned. Prøv herefter at lægge budget for de enkelte måneder i et helt år og efterfølgende til flere år. Nu har du et godt overblik over økonomien i din restaurant.

Etableringsbudget

Hvis man starter en forretning fra bunden, er det en god ide at lave et etableringsbudget. Når man skal etablere, er der en række udgifter, som f.eks. kan være:

- + Til at købe ejendom eller til depositum
- + Til at bygge om og renovere
- + Til borde, stole, belysning, kasseapparat, diske, service
- + Til ovn, komfur, udsugning, køl, opvaskemaskiner, redskaber
- + Til bil
- + Til oprettelse af telefon
- + Til attester og godkendelser
- + Til advokat og revisor
- + Til uddannelse.

Det er svært at sætte priser på, hvad det koster at etablere sig. Nogle vælger at overtage brugt inventar og udstyr, og de sparer derfor på den konto. Du kan se priser for eksempel i Den Blå Avis (eller www.dba.dk).

Priser på ejendomme afhænger af, hvor de ligger, og hvilken stand de er i. Udgifter til etablering afhænger også af, hvor meget du selv kan gøre frem for at købe håndværkere eller serviceydelser.

Brancheforeningen HORESTA laver nøgletal for restauranter, så her er inspiration at hente. De viser blandt andet:

- + At større bespisningssteder har bedre økonomi end de små
- + At indtjeningen er ret lille i de fleste restauranter
- + At mange har underskud
- + At steder, som er med i en kæde, har bedre økonomi end dem, som ikke er
- + At drikkevarer giver det bedste udbytte, mens fødevarer ligger noget lavere.

Der er flere detaljer på www.horesta.dk. For omkring 500 kroner kan du købe en samlet rapport med nyttige tal.

Hvor kommer pengene fra?

Hvis du vil starte virksomhed, er det en stor fordel, hvis du har sparet nogle penge op. Måske kan du tage et lån i dit hus eller din lejlighed for dække etableringen og de første måneder, andre iværksættere kan låne penge i familien.

Mange banker vil gerne hjælpe med at finansiere, og du kan også oprette en kassekredit eller måske få et et kom-i-gang-lån, som også tilbydes via bankerne. Der kautionerer staten, hvis man ellers opfylder en række almindelige betingelser. Alle banker beder om at få detaljerede budgetter og planer, så du skal under alle omstændigheder have lagt et budget. Hvis du starter en virksomhed i en branche med stor konkurrence, skal du være ekstra parat til spørgsmål.

Der findes ikke offentlige tilskud til investeringer og drift af fastfood.

I kontakt med kunderne

Der er mange måder at komme i kontakt med kunderne på. Herunder følger nogle af dem, du kan overveje at anvende:

At lave et personligt salgsarbejde

Din egen og personalets tone og stil er vigtig for oplevelsen af din fastfood-restaurant. Derfor skal du være aktiv og tale med kunderne, være i godt humør og sørge for god stemning. Den dejlige mad og gode stemning er vigtig for at få folk til at komme igen. Mange udsteder også f.eks. 10-turskort, hvor hver 10. pizza eller kebab er gratis.

At annoncere

Det er sjældent, at fastfood-restauranten annoncerer. Men hvis du har noget særligt på tilbud eller gerne vil have fyldt lokalerne i stille perioder, kan du sætte en annonce med slagtilbud i lokalavisen. Hvis du holder til i et turistområde, kan det være en ide at sætte en annonce i turistguiderne. De udgives ofte af turistforeningen.

At uddele flyers

Flyers er små reklamer, som deles ud til kunderne, så de husker én. Her kan du fortælle om menuen eller dit særlige kendetegn, så de bliver opmærksomme på, hvorfor de skal vælge netop din restaurant. Du kan selv designe dine flyers på computeren og printe dem hjemmefra på en farveprinter eller gå til et kopicenter, hvor de kan gøre det pænt og ofte

også billigt. Hvis du laver en skabelon på din computer med et lækkert foto i høj opløsning, kan du altid ændre i din skabelon, når der sker noget nyt i restauranten, hvor der er brug for nye flyers. Del dine flyers ud i nærområdet, put dem i brevspækker og del dem ud på strategisk smarte steder. Det giver inspiration til den travle familie til at købe mad ud.

Presse

Det er rigtig god markedsføring at få opmærksomhed fra pressen: Avisernes og ugebladenes omtale er guld værd. Opsøg derfor journalister og sørg for, at din fastfood-restaurant skiller sig ud fra de andre, f.eks. ved at du lancerer et nyt koncept. En interessant begivenhed, en flot indretning eller en god historie om dine produkter eller dig selv gør dig interessant for pressen.

Fornyelse

Hvis man vil have nye kunder og også holde på de loyale, skal man hele tiden forny sig. Lyt til kunderne, de er den bedste kilde til information: efterspørger de noget, du ikke har på menuen? Kritiserer de kvaliteten? Synes de, dine lokaler er kedelige eller beskidte? Så gør noget ved det og overvej, hvordan du kan imødekomme deres ønsker og kritik. Det er dem, der skal lægge penge i din butik.

Besøg også andre fastfood-steder – især i udlandet, hvor man er meget længere fremme end i Danmark – for at få inspiration til menuer og indretning. Se, hvordan kunderne bruger stederne. Hvis du skal indrette eller bygge om, så overvej at købe eksperthjælp. Jo bedre din mad bliver præsenteret, desto mere sælger du.

Personale

De fleste fastfood-steder har personale ansat. Små steder har typisk 1-5 ansatte, hvorimod større fastfood-steder måske skal have 10-20 ansatte for at kunne dække vagterne. I de fleste fastfood-restauranter kan personalet dække mere eller mindre alle funktioner fra servering og madlavning til afrydning og rengøring.

Du kan søge personale via det lokale Jobcenter eller ved at annoncere. Studerende er ofte dygtige og fleksible, og de vil gerne arbejde på deltid. Dem kan du for eksempel komme i kontakt med ved at sætte opslag op på uddannelsessteder som gymnasier, universiteter, skoler mfl.

Du skal regne med, at du skal bruge en stor del af din tid på at lede dine medarbejdere. De har kontakten med kunderne hele tiden, og derfor er de ansattes holdning og adfærd ekstremt vigtigt for din forretning. De skal levere den rette service og stemning i restauranten, så der er rart at være, og så kunderne får en god oplevelse hver gang. Du skal derfor tænke nøje over, hvad der skal til for at være en god leder, så dine medarbejdere leverer det bedst mulige stykke arbejde.

Når du ansætter medarbejdere, skal de have et ansættelsesbrev. Brevet skal indeholde alle væsentlige vilkår, som for eksempel arbejdssted, løn, arbejdstid, ferie, pension, opsigelse m.v. Nogle (mest større) fastfood-restauranter har overenskomst med en fagforening, men der er ingen regler om, at fastfood-steder skal beskæftige organiseret arbejdskraft.

Du må ikke selv modtage dagpenge, efter du har startet din virksomhed. Du må heller ikke få hjælp fra nogen, der modtager dagpenge fra det offentlige. Det gælder uanset, om de får eller ikke får betaling for deres arbejde.

Sort arbejde – hvor omsætning og betaling til de ansatte holdes uden for regnskabet – er ulovligt og strafbart.

Skat

Du skal betale skat af virksomhedens overskud. Når du har trukket alle virksomhedens udgifter fra virksomhedens indtægter, finder du din skattepligtige indkomst.

Du ved sjældent på forhånd, hvor stort et overskud din virksomhed vil få, og derfor bliver du nødt til at lave et kvalificeret skøn. Det er her, dit budget er rigtig nyttigt! Dit bud på den skattepligtige indkomst skal indberettes til SKAT.

SKAT vil sende dig et indbetalingskort, så du i løbet af året får betalt den forventede skat. Når året så er omme, får du tilsendt en udvidet selvangivelse, hvori du skal oplyse det *realiserede* overskud af din virksomhed. Har du tjent mere, end du forventede i dit budget, kommer du til at betale ekstra skat. Hvis du har tjent mindre, får du penge tilbage.

En revisor vil kunne hjælpe med andre detaljer, så din skat bliver så fordelagtig som muligt for dig.

Registrering af virksomhed

Når du ved, hvad du skal sælge, og har en rimelig klar fornemmelse af til hvem og hvor mange, og når økonomien kan hænge sammen, skal du starte/registrere din virksomhed. Nogen kalder det også at få sit momsnummer.

Det er meget nemt at starte en enkeltmandsvirksomhed i Danmark. Der er tre ting, der skal være i orden, når du starter virksomhed, nemlig:

1) Registrering

Du kan registrere direkte på www.virk.dk. Her får du en særlig registreringsanmeldelse, hvor du skal skrive alle dine personoplysninger, din driftsform samt oplyse hvilken branche, din virksomhed er inden for. Det er alt!

2) Tilladelser

Selvom du er blevet registeret/har fået momsnummer, kan det godt være, at du også skal have nogle tilladelser til at udføre dit erhverv. Måske skal du kontakte kommunens tekniske forvaltning for at høre, om du må bruge dine lokaler til erhvervsformål, eller du skal godkendes til at sælge fødevarer.

2) Regnskabspligt

Det at føre regnskab er et vigtigt styringsredskab i din virksomhed, men det skal også bruges til at opfylde statens regler om regnskabspligt og momsafregning.

Reglerne gælder både for virksomheder der drives på fuldtid og på deltid. Det er dog ikke et krav at registrere virksomheden, med mindre der er en omsætning på over 50.000 kr. om året.

Virksomhedsformer

Når du starter virksomhed, skal du vælge hvilken virksomhedsform, du vil starte under. De mest almindelige er:

Enkeltmandsvirksomhed

Personligt ejet enkeltmandsvirksomhed er den mest enkle virksomhedsform. Der er ingen kapitalkrav, og som ejer hæfter du personligt med alt, hvad du ejer.

Interessentskab (I/S)

Interessentskab (I/S) er en personligt ejet virksomhed blot med flere ejere. Der er ingen kapitalkrav, og ejerne hæfter hver især personligt og solidarisk. Det anbefales at få udarbejdet en interessentskabs-kontrakt.

Læs mere på <https://startvaekst.virk.dk/opstart/vaelg-virksomhedsform/interessentskaber>

Anpartsselskab (ApS)

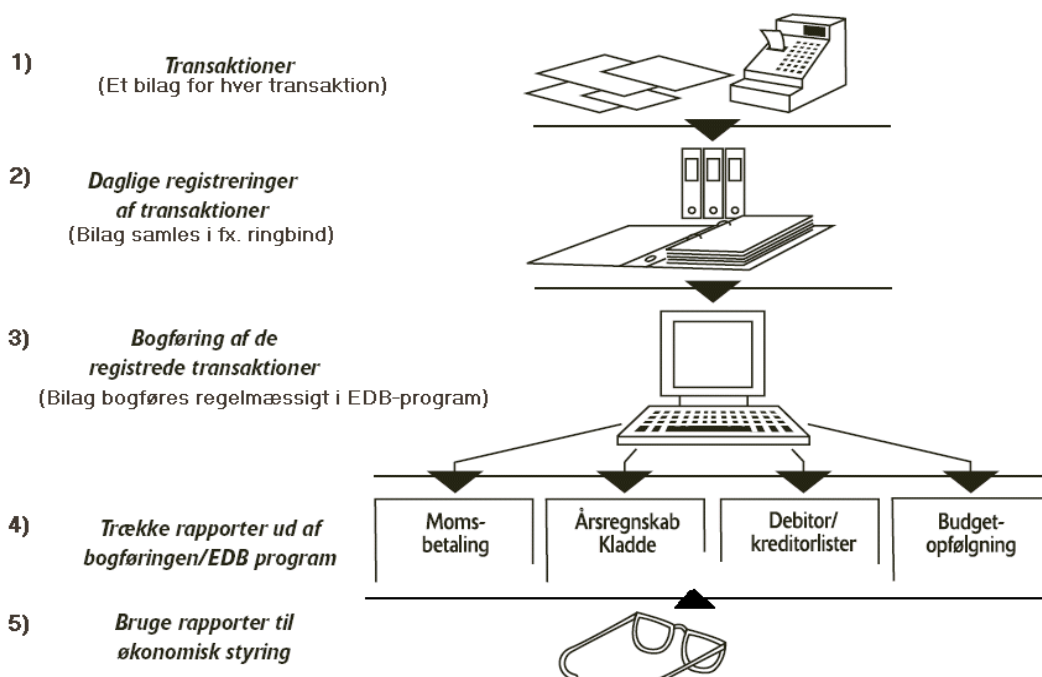
Anpartsselskab (ApS) kan stiftes af en eller flere personer, og selskabet skal anmeldes til Erhvervs- og Selskabsstyrelsen. Der er et kapitalkrav på min. kr. 50.000, og du hæfter med den indskudte kapital.

Aktieselskab (A/S)

Der er et kapitalkrav på min. kr. 500.000, men er ellers meget lig reglerne for anpartsselskab.

Virksomhedens økonomiske system

Det meste "bøvl" i virksomheden opstår, fordi indehaveren ikke følger nedenstående fem trin. Det kan derfor anbefales på det kraftigste, at du overvejer dette:



Moms

Alle virksomheder skal indsamle moms til den danske stat. Det gør du ved at lægge 25% oven på din salgspris. De indsamlede moms-penge kan du som nystartet virksomhed beholde i tre måneder, inden de skal afleveres til SKAT. Virksomheden kan trække den moms fra, den selv betaler. Indsamling af moms fungerer på denne måde:

Du sælger:

4 timer a 500 kr.
+ 25 % moms
At betale

2.000 kr.
500 kr.
2.500 kr.

Du køber:

En lommeregner
+ moms
At betale

200 kr.
50 kr.
250 kr.

Afregning af moms:

Salgsmoms
Købsmoms
At betale til SKAT

500 kr.
50 kr.
450 kr.



Love og regler

Oplysninger om told og skat findes på www.skat.dk. Du kan også henvende sig på SKATs kontorer.

Det er ikke lovligt at importere og sælge drikkevarer, der ikke matcher det danske pantsystem.

Alkoholbevilling

Hvis du vil servere øl, vin og spiritus, skal der søges alkoholbevilling. Det sker gennem det lokale politi, se www.politi.dk/da/borgerservice/blanketter

Du kan risikere et afslag, fordi politikerne ikke vil have flere udskænkingssteder i et område. Nogle kommuner har en restaurantplan, og der kan du se, hvor det er muligt at starte fastfood og restaurant. For at få bevilling skal du indlevere budgetter og planer for din kommende virksomhed, og du skal findes kvalificeret til at drive en sådan virksomhed. Politiet giver ikke gerne alkoholbevilling til personer med en kriminel baggrund eller med problemer med alkohol.

Fødevarerkontrol

Du skal anmelde din virksomheds aktiviteter til fødevarerregionen og søge om tilladelse og godkendelse. Blanketter og vejledninger findes på www.foedevarestyrelsen.dk. Myndighederne kommer herefter på anmeldte eller uanmeldte besøg med jævne mellemrum, og de vil særligt se på hygiejne og opbevaringsforhold. De udsteder "smileys", som skal hænge synligt, og hvis forholdene ikke er i orden, får du besked på at gøre noget ved det. I værste tilfælde kan virksomheden beordres lukket. Det kan betale sig at gennemføre en systematisk egenkontrol, hvor du hver dag tjekker alle kritiske punkter – både for din egen og for dine kunders skyld.

Se et eksempel på www.foedevarestyrelsen.dk og søg på Egenkontrol

Forsikring mod ulykker, arbejdsskader og erhvervssygdomme

Du er forpligtet til at forsikre dine ansatte mod ulykker, arbejdsskader og sygdom. Som selvstændig kan du forsikre dig selv mod sygdom og skader, men du har ikke pligt til det. Se www.forsikringsoplysningen.dk og www.aes.dk.

Uddannelse

De tekniske skoler og AMU-centrene udbyder kurser inden for restaurant- og cateringområdet. Du kan finde links til dem alle på www.khru.dk.

HORESTA tilbyder kurser i blandt andet egenkontrol af fødevarer, salg og service samt revenue management. HORESTA har også et iværksætterkursus specielt for branchen.

Branchens organisationer

Der findes to branche- og arbejdsgiverorganisationer inden for området. Begge organisationer assisterer medlemmerne med at forstå love og regler, men de kan også hjælpe med mange andre spørgsmål. Fordi konkurrencen er meget hård i branchen, opfordrer til de, at nye iværksættere søger rådgivning:

- + HORESTA, Vodroffsvej 32, 1900 Frederiksberg C, Telefon 3524 8080, www.horesta.dk
- + Danmarks Restauranter og Cafeer, Vesterbrogade 18, Telefon 3323 1011, www.d-r-c.dk

Flere oplysninger

www.amino.dk er et online iværksætterforum, hvor iværksættere diskuterer og hjælper hinanden med praktiske problemer.

Din fastfood hvordan?

Der er mange valg, der skal træffes, især hvis du starter op fra bunden. Det er vigtigt, at du overvejer alle spørgsmål nøje:

Hvad vil du have på menuen?

- + Traditionelle fastfood produkter som pizza, pølser, kebab, sandwich, burger?
- + Anden menu: thai, tex-mex, is, sushi, taco, økologisk, fedtfattigt?
- + Stort eller lille spisekort?
- + Stort eller lille drikkevaresortiment?
- + Take away?
- + Udbringning?
- + Andre ydelser?

Hvilke oplevelser vil du sælge?

- + Kendt koncept – tryghed?
- + Hurtig servering?
- + Særlig kvalitet?
- + Bekvem?

- + Fleksibelt produkt?
- + God emballage?
- + Hygiejne?

Hvem er dine kunder?

- + Unge, ældre, børn?
- + Mænd, kvinder?
- + Forretningskunder?
- + Stamkunder eller forbipasserende?
- + Turister?
- + Hvor prisbevidste er kunderne?

Hvem er konkurrenterne?

- + Andre fastfood-steder af samme type?
- + Nye typer af fastfood?
- + Restauranter?
- + Caféer?
- + Kiosker med snacks, sandwich og kolde drikke?
- + Supermarkeder med afkølede drikkevarer og nem færdigmad?
- + Firmakantiner?
- + Tankstationer?

Hvor skal fastfood-stedet ligge?

- + Centralt sammen med mange andre fastfood-restauranter?
- + Ved trafikknudepunkter?
- + Ved sportsanlæg eller andre attraktioner?
- + I et indkøbscenter?
- + I et turistområde?

Hvordan får folk øje på din fastfood-restaurant?

- + Beliggenhed, hvor der kommer mange folk?
- + Skilte og facader?
- + Stole på fortovet?
- + Dufte?
- + Annoncer? Flyers?
- + Omtale i medierne?

Personale?

- + Enmandsforetagende? Partnerskab?
- + Medarbejdere – hvor mange?
- + Hvad skal medarbejdere eller partner kunne?
- + Hvilken personlighed eller baggrund skal de have?
- + Løst ansatte eller fastansatte?

Hvordan ser dagen ud i din fastfood-restaurant?

- + Hvor meget mad vil du lave helt fra bunden? Hvor meget vil du bruge halv-fabrikata?
- + Hvor får du dine råvarer fra? Hvor ofte skal der købes ind?
- + Hvordan går de ansattes dag?
- + Hvem gør rent?

- + Hvornår får du tid til at lave kontorarbejde?
- + Prøv at lave en vagtplan over en uge. Hvor meget personale er der brug for?

Hvor stærkt er dit netværk?

- + Hvem kan du gå til, hvis du har brug for hjælp til økonomiske spørgsmål?
- + Hvem kan du gå til, hvis du har brug for at finde leverandører?
- + Hvem kan du gå til, når du skal markedsføre fastfood-restauranten?
- + Hvem kan hjælpe med praktiske opgaver?

Snart parat?

- + Har du registreret din virksomhed?
- + Har du fået de tilladelser, som du skal?
- + Har du tegnet de nødvendige forsikringer?
- + Har du planlagt, hvordan du vil bogføre og administrere?
- + Har du finansieringen på plads?

Fandt du dine svar?

Vi håber, at startvejledningen har givet dig svar på mange af de spørgsmål, du har omkring opstarten af din virksomhed. Har du brug for yderligere information, eller har du spørgsmål til indholdet, er du altid velkommen til at kontakte imidt på info@imidt.dk eller **70 15 16 18**.

Hos imidt er der gratis vejledning og sparring at hente for dig, der har en iværksætter i maven.

Vi glæder os til at høre fra dig!