

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Blomsterbutik

Om at starte en blomsterbutik

Kan du lide at være kreativ, at arbejde med naturen og ved du, hvad der er oppe i tiden? Og er du god til at organisere, kan du lide at have kundekontakt, og synes du, at det kunne være spændende at være en del af en branche, hvor tingene går stærkt? Så er det måske noget for dig at åbne en blomsterbutik.

Detailhandlen er i rivende udvikling, og det kommer kunderne til gode. De præsenteres for en masse nye varer i en masse spændende butikker. Og det gælder også for blomsterindustrien. At være indehaver af en blomsterbutik kan derfor både give mange spændende muligheder og mange udfordringer.

Det er en livsstil med stor frihed at have en blomsterforretning, og det tiltaler mange.

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

Få svar på dine spørgsmål om opstart

Startvejledningen er en service fra Erhvervshus Midtjylland 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 spørgsmål efter, at du har læst denne startvejledning, så finder du måske svar på Virksomhedsguiden:

<https://virksomhedsguiden.dk/erhvervsfremme/content/>

Har du brug for sparring, er du altid velkommen til at kontakte Erhvervshus Midtjylland på info@erhvervshusmidtjylland.dk eller 70 22 00 76.

Vi glæder os til at høre fra dig!

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Er en blomsterbutik noget for dig?

Er det overhovedet noget for dig at åbne en blomsterbutik? Test dig selv herunder og find ud af, om du har de grundlæggende forudsætninger.

		Helt sikkert	Som regel	I tvivl
1	Jeg kan lide at snakke med folk			
2	Jeg er fingernem			
3	Jeg har blik for, hvad der er oppe i tiden			
4	Jeg er kreativ			
5	Jeg kan holde ud at stå og gå meget			
6	Jeg har ikke noget imod at arbejde, når andre har fri			
7	Jeg smiler og er oftest i godt humør			
8	Jeg kan leve med, at indtjeningen svinger			
9	Min familie er med på ideen			
10	Jeg er god til at planlægge og organisere			
11	Jeg kender nogen i branchen, som kan hjælpe mig, hvis det skulle være			
12	Jeg er sej og har energi			
13	Jeg har over 100.000 kroner at investere med			

Hvis du har mindst 10 krydser i "helt sikkert", så er der et godt grundlag at gå videre på.

Hvordan vil du starte?

Der er mange blomsterbutikker i Danmark, og de fleste plantecentre, supermarkeder, kiosker, tankstationer mv. forhandler også blomster i dag. Der er altså stor konkurrence om kunderne på markedet, og derfor skal du være meget omhyggelig med at planlægge din blomsterbutik. Der er tre måder at starte på, som hver har sine fordele og ulemper.

At starte en blomsterbutik fra bunden

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

At overtage en forretning

Når man overtager en virksomhed, er mange ting allerede på plads: Lokalerne er indrettet, kunderne kender stedet, og arbejdsgangen ligger fast. Det kan også være, at 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 blomsterbutik med et dårligt ry eller svigtende omsætning, og det skal du også være opmærksom på. Selvom blomsterbutikken allerede har en række forhold på plads, kan du altid forme forretningen, så den bliver præcis, som du ønsker den.

På brancheforeningen Danske Blomsterhandlers hjemmeside kan du nogle gange finde butikker til salg www.danskeblomsterhandlere.dk/butik-til-salg

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Aviser som Jyllands-Posten og Berlingske Tidende bringer ofte annoncer med butikker til salg eller overtagelse.

Du kan også kontakte ejendomsmæglere i lokalområdet, eller søge på internettet efter formidling/køb/salg af virksomheder.

At starte i en frivillig markedsføringskæde

Mange blomsterbutikker vælger at tilslutte sig en markedsføringskæde. Ideen i kæderne er først og fremmest at kunne formidle og markedsføre blomster uden hensyn til geografi. Heri er der stor værdi for blomsterhandlerne, da der ligger en væsentlig del af omsætningen.

Der stilles dog store krav, som medlemmerne af en kæde skal leve op til. De skal blandt andet være veluddannede og have erfaring.

Der findes to markedsføringskæder for blomsterbutikker i Danmark:

- + EuroFlorist: Kæden er først og fremmest til for blomsterformidling, og den arbejder internationalt: www.euroflorist.dk
- + Interflora: Interflora har også formidling af blomster og vin som vigtigste opgave. Men butikker, som er medlemmer, kan også få fordele af indkøbsaftaler. Interflora yder rådgivning om butiksindretning, e-handel og økonomi. Interflora gør meget ud af at uddanne og at kontrollere, at medlemmerne lever op til en høj professionel standard: www.interflora.dk

En god butiksidé

Blomsterbutikker kan være mange ting. De fleste kunder forventer naturligvis, at kerneydelsen er blomster: potteplanter, afskårne blomster og dekorationer. I modsætning til mange andre forretninger, er blomsterbutikkerne specialister i at kunne sammensætte en buket nøjagtigt efter kundens ønsker.

At kunne formidle og udbringe blomster er også et speciale, som konkurrenterne kan have svært ved at gøre efter.

Man kan hos blomsterhandlere støde på mange kombinationer af varer. Først og fremmest føres varer, som er i familie med blomster og gaver, for eksempel:

- + Lykønskningskort og andre papirvarer
- + Vaser, krukker, lysestager o.l.
- + Stearinlys og servietter
- + Gaveartikler
- + Planter til have og altankasse
- + Frugt og grønt
- + Krydderier
- + Vin
- + Chokolade
- + Blomsterfrø
- + Havefigurer, springvand o.l.
- + Skønhedsprodukter baseret på blomster og planter
- + Turistsouvenirs

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Blomsterbutikker kan også påtage sig at løse andre opgaver for eksempel:

- + Dekorationer i forbindelse med begivenheder
- + Tørring og indramning af blomster
- + Kurser i blomsterbinding
- + Planteservice i virksomheder

Nogle blomsterbutikker er aktive i e-handel. Det er som oftest et led i kædesamarbejdet, men nogle butikker har egen e-handel.

Konkurrenter

Er der konkurrenter? Prøv at se, om de trives. Kan din blomsterbutik noget, som de andre ikke kan? Kan du udvikle din egen niche? Vær opmærksom på, at andre butikker også sælger blomster, og at mange af dem udvider deres sortiment i disse år. Konkurrenterne er supermarkeder, kiosker, planteskoler, byggemarkeder og butikker med udstyr til boligen.

Blomsterbutikker har den fordel, at de kan have åbent på helligdage. Lukkeloven forsvandt den 1. oktober 2012 – fra den dag af kunne alle butikker uanset størrelse og sortiment holde åbent uden begrænsninger alle årets dage - dog undtagen helligdagene. De er forbeholdt de mindre dagligvarebutikker og altså også blomsterforretninger.

Beliggenhed, beliggenhed og atter beliggenhed

Beliggenheden er alfa og omega for en butik. 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. Hvis din forretning f.eks. satser meget på impuls køb, så dur en fjern sidegade ikke.

Før du beslutter dig for lokaler, skal du studere, hvordan folk bruger omgivelserne. Er der livligt? Tager folk sig tid? Er der rare omgivelser, så kunderne ikke bare skynder sig væk? Er der trafiksikkert? Du skal også være opmærksom på, hvad kunderne i nabolaget har brug for. Hvis din butik ligger i et parcelhusområde, kan der måske sælges mange have- og livsstilsting, hvorimod beboere i bymidten nok i højere grad vil købe buketter, jubilæumsgaver, altanblomster og lignende.

Det er også vigtigt at se på de andre butikker i nabolaget. Hvis det er et latinerkvarter, kan der måske sagtens være plads til en butik med trendy blomster og livsstilsprodukter. Men flere butikker med næsten samme varer vil bare øge konkurrencen. I mange butikcentre styres butikstyperne med hård hånd af centret, så alle får mest muligt ud af det.

Nogle stormagasiner tilbyder "shop-in-shop". Det vil sige, at en selvstændig butik lejer plads i stormagasinet.

Overvej om din butik kan ligge ved indfaldsvejene. Det kan være en fordel, hvis du sælger ting, der fylder, som for eksempel ting til have og terrasse. Eller hvis det er vigtigt med parkering tæt på.

Et mindre antal blomsterbutikker ligger på landet, for eksempel i idylliske omgivelser. Her går kunderne mere efter en "totaloplevelse", og du skal måske servere kaffe og vise rundt i haven. En butik langt fra alfarvej kræver at du annoncerer meget, eller at du er et "kendt ansigt" fra medierne. Alternativt skal du kunne skaffe dig en tydelig tilstedeværelse på sociale medier med mange følgere.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Skiltning

Når beliggenheden først er valgt, kan du øge opmærksomheden endnu mere. Du kan for eksempel sørge for flotte skilte og en dekorativ gadeudstilling. Det er vigtigt, at butikkens ydre sender de rigtige signaler. F.eks. skal en butik med dyre varer også se eksklusiv ud, hvorimod en butik med lave priser skal bruge sine skilte og vareudstillinger til at fortælle kunderne, at her kan de gøre et kup.

Mange blomsterbutikker gør meget ud af indretningen. Udstilling, belysning og farver er nemlig af stor psykologisk betydning. I en blomsterbutik kan du også arbejde med dufte og lyde, for eksempel rislende vand.

Besøg andre blomsterbutikker

Få inspiration til varer og indretning i andre blomsterbutikker og se, hvordan kunderne bruger dem. Hvis du skal indrette eller bygge om, kan du overveje at købe eksperthjælp. Jo bedre varerne bliver præsenteret, desto mere sælger du.

Hvordan skaber du kontakt til kunderne

Målet med din markedsføring og salgstiltag er, at flere mennesker lærer din virksomhed 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. Her er listet nogle muligheder, som kan give inspiration.

1. Det personlige salg

Mød dine kunder, hvor de er, eller inviter dem til at møde dig i dine lokaler, så I kan få en dialog og du kan præsentere dine produkter. Ved et personligt møde har du mulighed for at guide kunden til det rette køb, men du har også mulighed for at blive klogere på, hvordan kunden opfatter dig, din virksomhed og dine produkter. Hvis du er opmærksom og lytter til kundens ønsker og behov, har du et godt udgangspunkt for at styrke din virksomhed og dit salg, og måske udvikle nye produkter. Vær opmærksom på om du kan tiltrække kunder ved specielle tilbud, introydelse, vareprøver, en kop kaffe mv.

God, venlig og imødekommende dialog med kunden er altafgørende. Det får oftest kunderne til at vende tilbage og måske også anbefale dig og din virksomhed til andre.

2. Logo

Få lavet et logo, der understøtter, hvem du er, hvilken virksomhed du har og hvilke produkter du sælger. Farver, former, grafik mv. har en kraftig signalværdi, så overvej nøje dine valg og overvej også hvilken stil dit logo skal have. Skal det være humoristisk, alvorligt eller signalere kvalitet, kreativitet, seriøsitet eller noget helt andet.

3. Visitkort

Visitkort er en god måde at øge kendskabet til din virksomhed. Sørg for at uddele dem de steder, hvor det giver mening. Så kommer dine potentielle kunder måske i tanke om dig og din virksomhed næste gang, de får behovet for dine produkter.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

4. Flyers

En informativ og indbydende flyer/brochure kan øge dit salg til kunderne. Flyers stilles frem eller deles ud på strategiske steder, hvor nye eller eksisterende kunder ser dem.

5. Reklameskilt

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

6. Lokaler

Sørg for, at dine lokaler ser indbydende ud – såvel udefra som inde. Sørg for, at der er rent og vælg dit interiør, så det passer til din stil og produkter. Sørg også for, at der er ordentligt lys i dine lokaler, er der halvmørkt, tror kunderne, der er lukket. Også indgangen skal præsentere sig godt og indbydende.

7. Hjemmeside

Kunderne skal kunne finde dig på internettet. Sørg for at hjemmesiden er let at finde rundt på og at indholdet er præcist og informativt. Desuden skal det være let for kunden hurtigt at finde de oplysninger og produkter, der eftersøges.

8. Nyhedsbrev

Få dine kunder til at skrive sig op til dit nyhedsbrev, så du kan sende en mail til dem, når du har et godt tilbud. Så er der større chance for, at de får lyst til at "impulskøbe", og at din virksomhed er "top of mind" næste gang, de får behov for dine produkter. Der findes en lang række både gratis og betalte systemer til håndtering af nyhedsbreve, og der kommer løbende nye services til. Så søg på nettet og find den service, som matcher dit behov bedst.

9. Annoncer

Med annoncer i ugeaviserne eller andre medier har du mulighed for at skaffe flere kunder. Vær dog opmærksom på om og hvor annoncerne giver "valuta for pengene" og/eller øger kendskabsgraden til din virksomhed. Sørg for at følge op på om annonceringen gav det resultat, du ønskede, og tilret eventuelt din fremadrettede annoncering.

10. Google My Business

Læg din virksomheds placering ind på Google. Søger man fx efter "blomsterbutik i Aarhus" vil din blomsterbutik blive vist i Googles søgeresultat, se www.google.dk/business/

11. Google Ads

Folk søger ofte efter løsninger på deres behov på søgefunktionen Google. Her kan du oprette en Google Ads – de små annoncer man bl.a. ser øverst og i højre kolonne i søgeresultaterne. Rigtigt oprettet er de en meget effektiv markedsføringskanal. Se www.ads.google.com

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

12. Sociale medier

Overvej om du skal have profiler på andre elektroniske platforme som fx Facebook, Instagram, LinkedIn, Snapchat mm. De forskellige sociale medier har forskellige brugere, så find den eller de sociale medier, der passer bedst til dine kundetyper. Uanset hvad du vælger, så opret aldrig profiler på flere sociale medier end du kan overkomme løbende at opdatere med nyt indhold.

13. Events

Events kan også øge dit salg ved at øge din synlighed og din butiks særlige kompetencer. Det kan også være en måde, hvorpå din butik knyttes til positive aktiviteter og dermed får et godt omdømme i lokalområdet. Det kan være events som modeopvisning, blomsterbinding eller foredrag om butikkens varer.

Økonomi

Det er altid en relativ dyr investering at starte en butik. F.eks. er lokaler og varelager ofte en stor udgift. Risici forbundet med opstart er dog lavere ved en blomsterbutik end ved mange andre forretninger. Det betyder til gengæld, at der er mange iværksættere og en vis konkurrence.

Mange blomsterbutikker drives med en lille indtjening, og timelønnen er som regel ret lav. Hvis du ikke har medarbejdere eller en forretningspartner, skal du være på arbejde mange timer i døgnet.

Det kan derfor være en rigtig god ide at være meget omhyggelig omkring økonomien. Du skal have et overblik over, hvordan dine økonomiske vilkår ser ud, og det kan du få via et budget. Budgettet skal hvile på de valg, du har taget omkring hvilken slags virksomhed, du gerne vil drive.

Det er nødvendigt at undersøge efterspørgsel og omkostninger i markedet, for at budgettet kan blive så solidt som muligt. Tag kontakt til mulige leverandører og få priser. Tænk igennem, hvor meget du regner med at kunne sælge på en dag, på en uge og på en måned. Hvor mange kunder kommer der i din virksomhed, og hvad køber de for i gennemsnit?

Nogle trendy blomsterforretninger kan forlange høje priser, men for langt de fleste er der ikke de store prisforskelle. Omsætningen afhænger mere af butikkens beliggenhed, og det er samtidig af stor betydning, om man er en dygtig leder og sælger. Beliggenhed og lederskab er det allervigtigste, når man vil drive blomsterbutik.

Årsbudget

Her er et eksempel på, hvordan du kan lægge et årsbudget for din virksomhed. Budgetforudsætningerne for denne fiktive blomsterbutik er:

- + Butikken sælger for 3.250 kr. (2.600 eks. moms) om dagen
- + Butikken har åben i 300 dage
- + 50 % af omsætningen bruges til at købe varer for

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Budgettet ser derfor ud som følger:

	Pr. år ekskl. moms
Omsætning:	
Salg fra butik: 2.600 x 300 dage	780.000
Aftaler om blomster til virksomheder 10 x 7.000 kr.	<u>70.000</u>
I alt	850.000
Direkte omkostninger ved salg	
Indkøb af varer	<u>425.000</u>
Dækningsbidrag (Omsætning – Direkte omkostninger)	425.000
Faste omkostninger:	
Løn og sociale omkostninger til ½ ansat	150.000
Husleje og lokaleomkostninger	60.000
Administration, forsikringer m.v.	25.000
Kørsel i egen bil, efter kørebog	16.500
Markedsføring	5.000
Andet	<u>5.000</u>
I alt	261.500
Overskud (Dækningsbidrag – Faste omkostninger)	163.500

Prøv at lave dit eget budget. Er beløbet på bundlinjen stort nok? Hvis ikke, må du igennem budgettet igen. Hvordan kan du øge din omsætning? Eller hvordan kan du få udgifterne ned? Lav herefter et budget for de enkelte måneder i året og for flere år.

En blomsterforretning som ovenstående vil gennemsnitlig have en bruttoavance på 45 %. Løn til en medarbejder udgør 8,5 % af omsætningen, lokaler 6,5 % og markedsføring 2 %.

Etableringsbudget

Før du starter, er det en god idé at lave et etableringsbudget. Det viser, hvor mange penge du skal have, før du kan begynde at sælge noget i din blomsterbutik.

Det kan for eksempel se således ud:

Aktivitet	Kr.
Overtagelse:	150.000
Depositum lokaler:	15.000
Istandsættelse af lokaler:	24.000
Inventar:	15.000
Telefon:	3.000
Logo og skilte:	10.000
IT - kasse og computer:	10.000
Startudgifter til revisor:	7.000
Varelager:	25.000
Diverse:	<u>5.000</u>
I alt:	264.000

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

De fleste blomsterbutikker køber ind hos Gasa eller på grønttorvet. Der skal nye forsyninger til hver dag eller næsten hver dag.

Leverandørerne har ofte et bredt sortiment, og de inviterer også til inspirationsdage og udgiver foldere og materialer.

Hvis butikken handler med livsstilsvarer, kan der tankes op på messer, for eksempel den meget populære Formland i Herning, se her: www.formland.dk

Der er mange firmaer, som er specialiseret i udstyr til butikker, og du kan hurtigt finde muligheder ved at søge på internettet, fx efter butiksindretning. Nogle iværksættere foretrækker at begynde med brugt udstyr. Søg fx i Den Blå Avis eller Gul og Gratis efter gode tilbud på inventar, eller måske hos nogle af auktionshusene, som ofte sælger ud efter fx konkurser.

Hvor kommer pengene fra?

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

Mange banker vil gerne hjælpe dig med at finansiere, og du kan også oprette en kassekredit. Hvis du har planer om stor vækst og udvikling, kan du eventuelt søge "vækstkaution", som også tilbydes via bankerne. Du kan læse om disse muligheder på vækstfondens hjemmeside: www.vf.dk. Ved sådanne lån kautionerer staten, hvis man ellers opfylder en række almindelige betingelser. Vær opmærksom på, at alle banker beder om at få detaljerede budgetter og planer.

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

Personale

Mange større blomsterbutikker har personale ansat, som måske er faglærte blomsterdekoratører. Hvis man skal være medlem af en markedsføringskæde, er der temmelig høje krav til personalets kvalifikationer. Du skal regne med, at du skal bruge tid på at lede medarbejderne. Når man er i kontakt med kunderne hele tiden, er de ansattes adfærd meget vigtig. De skal levere den rette service, og de skal kunne aflæse behov og stemninger. Du skal derfor nøje overveje, hvad der skal til for at være en god leder, så der er et godt psykisk arbejdsmiljø på arbejdspladsen og en god stemning i butikken.

Rekruttering af personale

Du kan få kontakt til faglærte medarbejdere ved at henvende dig til et jobcenter eller ved at annoncere. Studerende kan ofte være dygtige til en lang række opgaver, og de er typisk fleksible og vil gerne arbejde på deltid. Du kan komme i kontakt med dem ved f.eks. at sætte opslag op på skoler og uddannelsessteder.

Ansættelsesbrev

Når du ansætter medarbejdere, skal de have et ansættelsesbrev. Det gælder også medarbejdere på deltid. Brevet skal indeholde alle væsentlige vilkår, som f.eks. arbejdssted, løn, arbejdstid, ferie, pension, opsigelse m.v.

https://virksomhedsguiden.dk/erhvervsfremme/content/artikler/ansaettelse_og_hr/ansaettelse_og_afskedigelse/ansaettelseskontrakt/.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Arbejdsgiverregistrering

Hvis du er arbejdsgiver, skal du betale A-skat for dine medarbejdere. Du tilmelder dig Erhvervs- og Selskabsstyrelsen på www.virk.dk.

Overenskomster

Nogle virksomheder har overenskomst med fagforeninger. Der er ingen regler om, at en virksomhed skal beskæftige organiseret arbejdskraft, men de virksomheder, som er medlem af en arbejdsgiverorganisation, og som beskæftiger lønnet personale, skal have overenskomst.

Dagpenge

Du må ikke selv modtage dagpenge, når 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 betaling for deres arbejde eller ej.

Sort arbejde

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

Registrering af virksomhed

Når du ved, hvad du skal sælge i din virksomhed, har en rimelig klar fornemmelse af hvem og hvor mange, der vil købe det, du kan se at økonomien kan hænge sammen og du har sikkerhed for at kunne finansiere starten, skal du nu i gang med noget konkret – at registrere og få gang i din virksomhed.

Inden du er helt klar til at påbegynde registreringen på www.virk.dk, er der dog tre ting, du skal have styr på først:

1. Er der tilladelser, der skal være på plads?
2. Hvilken virksomhedsform skal du vælge?
3. Hvad skal virksomheden hedde?

Valg af virksomhedsform:

Det er frivilligt at momsregistrere sin virksomhed, hvis den momspligtige omsætning er under 50.000 kr. inden for en 12-måneders periode. Det er muligt at registrere en personligt ejet mindre virksomhed (PMV) og få et CVR-nummer uden at registrere sig for moms eller andre pligter. Det er gratis at registrere en personligt ejet virksomhed. For registrering af anpartsselskab og aktieselskab skal der betales et gebyr.

Som udgangspunkt er der 5 mulige måder at organisere en virksomhed på.

Personlig Mindre Virksomhed (PMV)

- Kun én ejer
- Betaler ikke moms eller andre afgifter
- Årlig omsætning under 50.000 kroner
- Ingen ansatte
- Registrering skal fornyes hvert tredje år
- Kræver dansk CPR-nummer
- Gratis at registrere
- Du kan kun have én PMV

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Enkeltmandsvirksomhed

- Kun én ejer
- Kan ansætte medarbejdere
- Indberetter moms
- Kan have import og/eller eksport i og udenfor EU
- Virksomhedens aktiver tilhører ejeren
- Ejeren hæfter personligt for virksomhedens gæld
- Kræver dansk CPR-nummer
- Gratis at registrere

Interessentskab (I/S)

- Mindst to ejere, som kaldes interessenter
- Interessenterne er personligt og solidarisk økonomisk ansvarlige med alt, hvad de ejer og har
- Virksomheden skal kun registreres, hvis interessenterne er kapitalselskaber, eller hvis virksomheden skal registreres for skatte- og afgiftsmæssige pligter.
- Interessenter kan og bør vælge at indgå en interessentskabskontrakt, hvori de fastlægger reglerne mellem sig.

Anpartsselskab (ApS)

- Indskud: mindst 40.000 kroner
- Ejer hæfter ikke personligt for selskabets gæld og andre forpligtelser udover med de værdier, der er indskudt i selskabet
- Formuen er selskabets - ikke ejernes
- Skal have en direktion
- Kan have én eller flere ejere
- Kræver vedtægter og et stiftelsesdokument
- Det koster 670 kr. at registrere et ApS

Aktieselskab (A/S)

- Mindst 400.000 kr. i indskud – ingen øvre grænse
- Ejere hæfter ikke personligt for gæld og andre forpligtelser udover med de værdier, der er indskudt.
- Formuen er selskabets og ikke ejernes
- Skal have en bestyrelse og en direktion eller et tilsynsråd og en direktion
- Kan have én eller flere ejere
- Kræver vedtægter og et stiftelsesdokument
- Det koster 670 kr. at registrere et aktieselskab

Virksomhedens navn - Tilladelse og registrering

Registrerede virksomheds- og selskabsnavne er ligesom varemærker beskyttet mod, at andre bruger identiske eller lignende forretningskendetegn. Bliver du opmærksom på, at andre får registreret et virksomheds- eller selskabsnavn, der ligger for tæt på dit virksomhedsnavn, kan du få slettet registreringen. Det kan dog kun ske ved, at du anlægger en sag ved domstolene, da du ikke kan fremsætte indsigelse mod virksomheds- og selskabsnavne. At registrere dit virksomhedsnavn som varemærke er en ekstra beskyttelse. Beskyttelsen af et virksomhedsnavn kan være begrænset til et lille geografisk område, f.eks. en by. Et varemærke dækker altid hele landet.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Selskabsnavnene er beskyttet mod andre selskabsnavne uanset branche. Det afgørende er ofte, om der kan tages fejl af virksomhedernes identitet. Varemærker er beskyttede inden for andre brancher end dets egen, hvis det er meget kendt.

Domstolene tillader nogle gange, at virksomhedsnavne ligner hinanden mere end de tillader, at varemærker ligner hinanden.

Når du skal vælge navnet til din nye virksomhed, skal du være opmærksom på bestemmelserne om navne i selskabsloven og i lov om visse erhvervsdrivende virksomheder. Dit nye virksomheds- eller selskabsnavn må ikke indeholde andres slægtsnavn, firmanavn, varemærker og forretningskendetegn.

Når du registrerer et selskab hos Erhvervsstyrelsen, undersøger styrelsen, om der allerede er registreret et selskab med netop dette navn. Styrelsen undersøger ikke, om der er virksomheder med lignende navne.

Inden du beslutter dig for et nyt virksomhedsnavn, bør du derfor selv undersøge, om det kan komme til at krænke andres rettigheder.

Navnemuligheder

Det kan nogle gange give anledning til meget store og tidskrævende overvejelser, inden et muligt navn er fundet. Mange faktorer kan spille ind, inden man tjekker, om navnet også er "frit tilgængeligt".

- + Kan navnet kobles med det, virksomheden skal beskæftige sig med?
- + Staves navnet som det udtales, og er det det nemt at stave?
- + Kan du få et godt domænenavn i tilknytning til det fysiske navn?
- + Kan du lide navnet?

Registrering af virksomheden

Efter at have været igennem ovenstående, er du nu klar til at registrere din nye virksomhed, og kan svare på alle spørgsmålene i registreringsproceduren.

Registrering kan finde sted fra:

https://indberet.virk.dk/myndigheder/stat/ERST/Start_virksomhed

Og ved at følge disse trin:

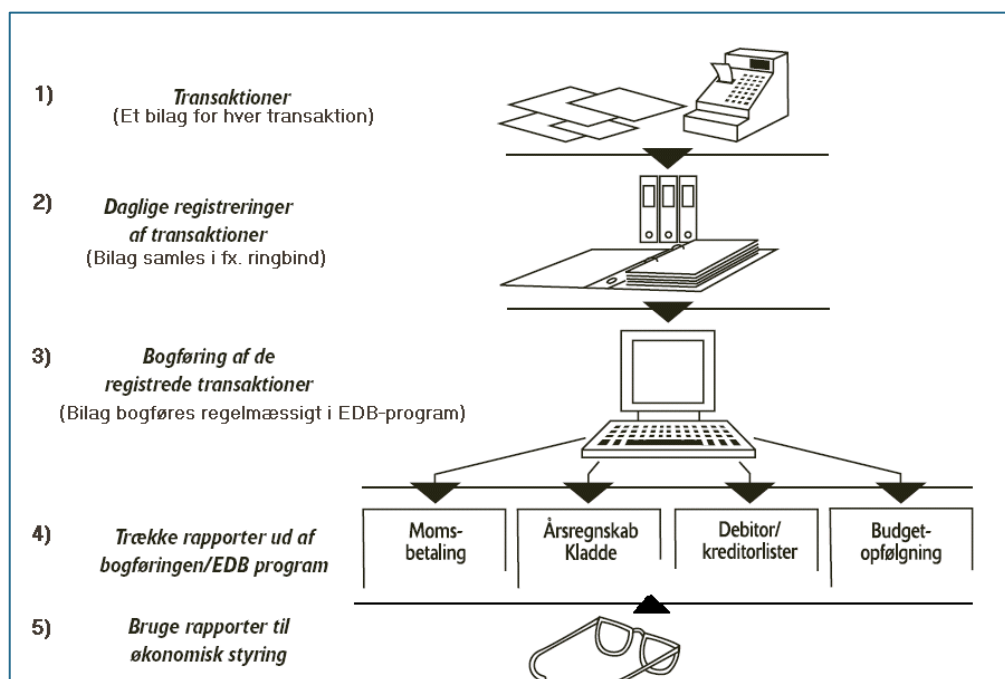
1. Klik på [Start] og log ind med NemID medarbejdersignatur eller NemID privat
2. Godkend betingelserne og klik [Fortsæt]
3. [Vælg] den ønskede virksomhedsform for at starte registreringen
4. Når registreringen er godkendt, får du en mail, og du kan fortsætte med bestilling af NemID, NemKonto og oprettelse af digital postkasse

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Bogføring og regnskab

Når du har din egen virksomhed, skal du holde styr på virksomhedens økonomi. Det gør du ved at bogføre dine indtægter og udgifter. På den måde gør du det også lettere for dig selv, når du f.eks. skal indberette moms og lave årsregnskab. Årsregnskabet skal du bruge, når du skal oplyse dit over- eller underskud på din selvangivelse. Det at føre regnskab bruges ikke kun til at opfylde statens regler om regnskabspligt og momsafregning – det er også et vigtigt styringsredskab i din virksomhed.

Det samlede "økonomiske system" vil bestå af nedenstående elementer:



Når du bogfører, registrerer du virksomhedens bilag i et bogføringssystem, der efterfølgende danner grundlag for dit regnskab. I gamle dage registrerede man en virksomheds transaktioner i en stor bog – deraf navnet bogføring. I dag bruger man ofte enten et regnskabsprogram, der ligger på ens egen PC, eller endnu oftere - køber adgang til et online regnskabsprogram.

Udgangspunktet for din bogføring og regnskab er de bilag, der giver dokumentation for alle økonomiske transaktioner i din virksomhed. Bilag er kvitteringer, fakturaer, supermarkedsboner, kassestrimler og andet materiale, som giver virksomheden en udgift, en økonomisk forpligtelse eller en indtægt.

Som du kan se, danner dine bilag fundamentet for dit regnskab. Derfor skal du være opmærksom på at få alle bilag med, at opbevare dem sikkert og få dem sat i system, f.eks. i et ringbind i tidsmæssig kronologisk rækkefølge.

Økonomistyring

Ved at have et velfungerende system til at lave bogføring og regnskab har du altid muligheden for at kende virksomhedens nuværende økonomiske situation. Ud fra den kan du arbejde videre med at få skabt et fremtidigt overblik over virksomhedens økonomi.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Økonomistyring er ofte delt op i følgende områder:

- + Aktivitetsstyring – Hvordan optimerer du bedst dine aktiviteter til at passe til markedet? Sælger du de rigtige produkter til den bedste pris og bedste kunder?
- + Kapacitetsstyring – Udnytter du virksomhedens ressourcer optimalt? Skal du f.eks. lukke en butik eller opsiges en medarbejder?
- + Likviditetsstyring – Har du styr på din likviditet om 2 måneder, når du måske der skal afregne moms til SKAT?
- + Finansstyring – Ved finansstyring vurderes hvordan virksomhedens kapital er bundet i driftsaktiviteter og bygninger og maskiner. Måske kan du optage et billigere lån med en længere løbetid eller måske overveje at lease en dyr maskine i stedet for at betale den fra din kassekredit?

Skat

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

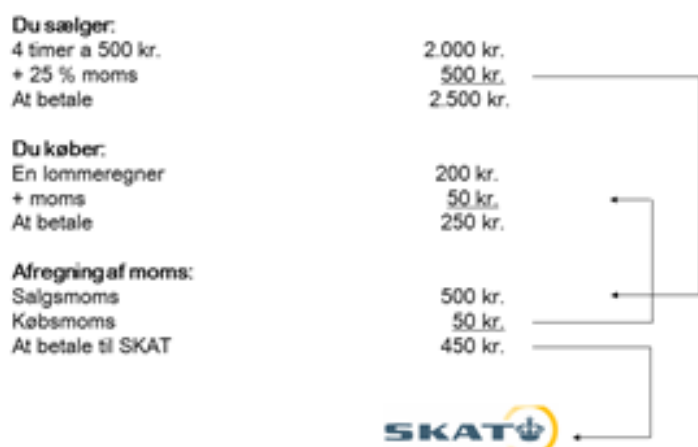
Man ved sjældent på forhånd, hvor stort overskud virksomheden vil få. Du bliver derfor nødt til at lave et skøn, og det kan du bruge dit budget til. Dit skøn skal du indberette til SKAT.

SKAT vil sende dig et indbetalingskort, så du i løbet af året får betalt den forventede skat. Når året er omme, får du en udvidet selvangivelse. Heri skal du 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 mulig for dig.

Moms

Alle virksomheder skal indsamle moms til den danske stat. Det gør du ved at lægge 25% oven i 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:



Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Love og regler

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

Arbejdsmiljøloven

Alle virksomheder er omfattet af arbejdsmiljøloven. Der kan være tunge løft, arbejde hvor man står meget, kemikalier eller andet farligt arbejde. Du skal forsøge at belaste dig selv og dine ansatte mindst muligt, og derfor er det en god ide at være på forkant: <https://amid.dk/>.

På Branchearbejdsmiljørådets hjemmeside finder du værktøjer til at håndtere de forskellige miljøkrav, se <https://bfa-service.dk/> og www.apvportalen.dk og find din branche.

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 https://virksomhedsguiden.dk/erhvervsfremme/content/artikler/ansaettelse_og_hr/arbejdsmiljoe/arbejdsskader/arbejdsskadeforsikring/.

Fødevarerkontrol

Hvis du sælger fødevarer, skal du anmelde din virksomheds aktiviteter til Fødevarestyrelsen og søge om tilladelse og godkendelse. Blanketter og vejledning findes på www.foedevarestyrelsen.dk. Myndighederne kommer herefter på anmeldte eller uanmeldte besøg med jævne mellemrum. De ser især på hygiejne og opbevaringsforhold, og de udsteder på den baggrund "smileys", som skal hænge synligt. Hvis forholdene ikke er i orden, får du besked på at gøre noget ved det. I værste tilfælde kan virksomheden beordres lukket.

Du skal gennemføre en systematisk egenkontrol, hvor du hver dag tjekker alle kritiske punkter. Fødevarestyrelsens folk kan hjælpe på vej. Se et eksempel på www.foedevarestyrelsen.dk og søg på egenkontrol.

Lokaler

Hvis du indretter forretning et nyt sted, så kontakt Teknisk Forvaltning i din kommune. Det er ikke alle steder, du må indrette butik. Der kan også være begrænsninger på de varetyper, som du må føre. Nogle kommuner har en detailhandelsplan. Spørg i Teknisk Forvaltning.

Uddannelse

Handelsskoler og AMU-centrene udbyder mange forskellige korte kurser inden for butiksfaget. Du kan finde dem ved at slå op på www.industriensuddannelser.dk, hvor du søger på detailhandel. Du kan lære om for eksempel indkøb, driftsøkonomi, butikkens indretning og meget andet. Der er også faglige kurser.

Brancheforeningen, kæderne og grossisterne tilbyder også kurser.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Branchens organisationer

Dansk Erhverv er en arbejdsgiverorganisation med mange medlemmer inden for detail- og engroshandel. Dansk Erhverv rådgiver og arrangerer kurser, foredrag og meget andet.

Adressen er:

Dansk Erhverv, Børsen 1217 København K, Tlf.: 3374 6000, www.danskerhverv.dk.

Dansk Blomsterhandlerforening er en branche- og arbejdsgiverorganisation under Dansk Erhverv. Blomsterhandlerforeningen tilbyder medlemmerne efteruddannelse, inspirationsdage, juridisk rådgivning m.v. Foreningen arrangerer også konkurrencer m.v. Se:

<https://danskeblomsterhandlere.dk>

Dansk Blomsterhandlerforening er tæt knyttet til Interflora, men du kan være medlem af foreningen uden at være tilsluttet Interflora. Det er Interflora, som yder en virksomhedsrådgivning om IT, butiksindretning, økonomi, markedsføring m.v.

Adressen er:

Naverland 34, 2600 Glostrup. Telefon 4343 4747.

De lokale handelsstandsforeninger er et mødested for de handlende. De afholder ofte gode arrangementer.

Flere oplysninger

<https://virksomhedsguiden.dk/erhvervsfremme/content/> er Danmarks officielle iværksætter og virksomheds hjemmeside. Virksomhedsguiden giver dig gratis oversigter inden for start, drift og vækst af egen virksomhed. Over hele landet kan du også få gratis vejledning om start af egen virksomhed. Ved vejledningen diskuteres forretningsidéen, moms, skat, budget, salg m.v. Find dit kommunale vejledningssted på: <https://erhvervshusmidtjylland.dk/lokal-erhvervsservice>

www.amino.dk er et online iværksætterforum, hvor iværksættere diskuterer og hjælper hinanden med praktiske problemer. Også på Facebook er der flere grupper, hvor man diskuterer iværksætteri, fx:

www.facebook.com/groups/ivaerksaetternetvaerket/

www.facebook.com/groups/44076347394/

www.facebook.com/groups/ungivaerk/

Fælles for Amino og disse er, at det i vid udstrækning er brugere, der rådgiver andre brugere, og du bør derfor udøve en vis form for kildekritik.

Din blomsterbutik – hvordan?

Der er mange valg at træffe, før du starter. Det er vigtigt at gå grundigt ind i alle spørgsmål:

Hvad vil du sælge?

- + Det almindelige sortiment?
- + Andre varer? Hvilke?
- + Andre tjenesteydelser? Hvilke?
- + Andet? Hvad?

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Hvad skal kunderne især huske om din blomsterbutik?

- + Spændende eller flot vareudbud?
- + Venlig betjening?
- + Fordelagtige priser?
- + Anderledes butik?
- + Atmosfære, hvilken?
- + Praktiske servicetilbud?
- + Bekvem parkering?

Hvem er dine kunder?

- + Beboere i nabolaget?
- + Forbipasserende?
- + Virksomheder?
- + Stamkunder?
- + Unge eller gamle?

Hvem er konkurrenterne?

- + Andre blomsterbutikker i nabolaget?
- + Livsstilsbutikker?
- + Havecentre?
- + Supermarkeder?
- + Grønthandlere?

Hvor skal butikken ligge?

- + I et bycentrum?
- + På hovedfærdselsåre?
- + I indkøbscenter?
- + Ved hospital, kirkegård eller lignende?
- + På landet?
- + Andet sted?
- + Hvordan får folk øje på din butik?
- + Beliggenhed, hvor der kommer mange folk?
- + Skilte og facader?
- + Varer på gaden?
- + Annoncer?
- + Internet?
- + Medierne?

Hvordan indretter du lokalerne?

- + Butikkens indretning? Stil og atmosfære?
- + Selvbetjening eller diskbetjening?
- + Tyverisikring?
- + Bagbutik og lager?
- + Parkering eller cykelparkering?

Forsyning med varer?

- + Hvor køber du ind og hvor tit?
- + Hvordan leveres varerne til butikken?
- + Kan du få rabatter?
- + Hvor meget spild og svind skal du regne med?

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Personale?

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

Hvordan ser dagen ud i din blomsterbutik?

- + Åbningstider?
- + Hvordan deler du og personalet arbejdsopgaverne?
- + Hvornår gøres der rent og købes ind?
- + Hvornår laver du regnskaber?
- + Prøv at lave en vagtplan for en uge.

Kender du nogen, der kan hjælpe?

- + 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?
- + 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 havde omkring opstarten af din virksomhed. Har du brug for yderligere information, eller har du spørgsmål til indholdet, er du altid velkommen til at kontakte Erhvervshus Midtjylland på info@erhvervshusmidtjylland.dk eller 70 22 00 76.

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

Vi glæder os til at høre fra dig!