

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Fair Trade butik

Om at åbne en butik, der sælger Fair Trade-produkter

Kan du lide at arbejde i et internationalt perspektiv, og brænder du for fair trade og for at gøre en forskel? Har du fingeren på pulsen og kan du forudsige danskernes forbrugsbehov i dag, i morgen og i næste sæson? Og er du nysgerrig af natur og god til at organisere? Så er det måske noget for dig at åbne en Fair Trade-butik.

Ved at starte en Fair Trade-butik får du præsenteret et stort udbud af varer, der skaber grobund for en positiv udvikling for mennesker og miljø i ulandene, og som giver glæde og indtjening for dig. Du bliver desuden del af et stort dansk og internationalt fællesskab, som vil forbedre butikkerne, udvikle varerne og sikre udvikling for mennesker og miljø.

Så går du og overvejer at starte din egen butik, men har du svært ved at finde det helt rigtige produkt at sælge? Og synes du, at du mangler den helt rette faglige sparring i forhold til butikkens udvikling? Så får du det hele og meget mere, hvis du åbner en Fair Trade-butik.

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

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, 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 Fair Trade-butikslivet noget for dig?

Er det overhovedet noget for dig at åbne en Fair Trade-butik? Tag nedenstående test og find ud af, om du har de grundlæggende forudsætninger for at blive en aktiv del af Fair Trade-butikslivet.

		Helt sikkert	Som regel	I tvivl
1	Jeg kan lide at snakke med folk			
2	Jeg har masser af energi			
3	Jeg kan lide at tage initiativ			
4	Jeg ved, hvad der er moderne og holder øje med nye trends og tendenser			
5	Jeg er god til at holde orden og præsentere varerne i butikken			
6	Jeg kan holde ud at stå og gå meget			
7	Jeg har ikke noget imod at arbejde, når andre har fri			
8	Jeg smiler og er oftest i godt humør			
9	Jeg kan leve med, at indtjeningen svinger			
10	Min familie er med på ideen			
11	Jeg er god til at planlægge og organisere			
12	Jeg bliver ikke stresset			
13	Jeg er nysgerrig og parat til forandringer			
14	Jeg kan lide diskussioner og vil gerne påvirke Fair Trade foreningen			
15	Jeg finder det at arbejde med et internationalt perspektiv udfordrende			
16	Jeg kan skaffe 150.000 – 250.000 kr.			

Hvis du har mindst 12 krydser i "helt sikkert", er der et godt grundlag at gå videre på.

Hvad er Fair Trade?

Fair trade er grundlæggende arbejdet for en bedre verden. Når du sælger Fair Trade-varer, får producenter i nogle af verdens fattigste lande en retfærdig betaling for deres produkter, og derfor er Fair Trade med til at sikre dem en bedre fremtid. Når du sælger dine Fair Trade-varer, skaber du altså grobund for en positiv udvikling for verdens mennesker og miljø. Fair Trade sikrer dig varer af god kvalitet, som du kan sælge med god samvittighed: Des flere varer, du sælger, des større betaling til bønder og producenter i ulandene. Og jo større indtjening til dig.

I Danmark er der tre typer af Fair Trade-varer:

- + Produkter, der er certificeret af verdensorganisationen WFTO (World Fair Trade Organization), som dækker brugskunst, tekstiler, legetøj, kunstartikler m.m.
- + Produkter, der er certificeret af FLO (Fairtrade Labelling Organization International), som også er en verdensorganisation, der typisk certificerer organiske produkter, dvs. primært fødevarer, men også bomuld, blomster mv. Den danske del af FLO hedder Fairtrade Mærket (tidl. Max Havelaar).
- + På nationalt plan findes også en del certificerings-, akkrediterings- og mærkningsordninger. I Danmark kan både butikker, producenter og importører godkendes af Fair Trade-organisationen Fair Trade Danmark.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

En del af noget større

Når du åbner en Fair Trade-butik, bliver du del af noget større. Forestil dig en organisation, der har flere end 2.300 butikker og 100.000 ansatte. Det lyder måske som Hennes & Mauritz, men faktisk er der tale om netværket af Fair Trade-butikker i Europa! Hertil kommer, at der også findes Fair Trade-butikker i både Japan og Nordamerika, så i alt er der 3.000 butikker, som arbejder sammen om at forbedre vilkårene for marginaliserede producenter og arbejdere i udviklingslandene. Det er Fair Trade-butikkerne, der bygger bro mellem forbrugerne i industrilandene og producenterne i ulandene. Det er da fair!

Fair Trade-varer

Fair Trade-varerne dækker over flere forskellige produktkategorier fra brugskunst, tekstiler, tøj og kunst over kosmetik og smykker til møbler og legetøj og endeligt fødevarer.

De mange Fair Trade-varer er delt op i:

- + Dining: Kaffe, madkoncepter, bordpynt og køkkenremedier
- + Dressing: Tøj, sokker, huer, handsker
- + Styling: Accessories, smykker, tasker, pung, tørklæder
- + Living: Brugskunst, boligudsmykning, måtter, hængeskjeder
- + Writing: Kuverter, papirvarer, skriveredskaber, penalhuse etc.
- + Playing: Musikinstrumenter, legetøj, spil

Varerne købes hos en godkendt Fair Trade-importør, og der er flere forskellige danske og udenlandske importører at vælge mellem. Se udvalget af Fair Trade-importører på www.fairtradedanmark.dk/køb-fair-trade/importører

Læs mere om Fair Trade

- + Fælles indgang til Fair Trade: www.fairtrade.dk
- + Foreningen Fair Trade Danmark: www.fairtradedanmark.dk/
- + Læs mere om Fairtrade Mærket: www.fairtrade-mærket.dk

Hvordan kan du starte?

Der er to måder, hvorpå du kan åbne en Fair Trade-butik:

- + Du starter Fair Trade-butik og sælger kun Fair Trade-varer
- + Du opretter en "Fair Trade shop in shop" i en butik, der også sælger andre produkter end Fair Trade-varer

En gennemgang af de to muligheder vil følge herunder.

1. Du starter en Fair Trade-butik

For at åbne en Fair Trade-butik skal du søge om godkendelse hos Fair Trade Danmark. Hvis du får din godkendelse, kan du efterfølgende søge medlemskab af Fair Trade Danmark og dermed få adgang til både et dansk og et internationalt netværk af butikker og importører.

Fair Trade Danmark (FTD) er en paraplyorganisation for danske Fair Trade-butikker og importører. Når du bliver medlem, skriver du under på at følge de internationale Fair Trade-principper. Læs mere om Fair Trade Danmark og disse principper på:

<https://fairtradedanmark.dk/om-os/vedtaegter/>.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Materialer til butikken

Vælger du at starte en Fair Trade-butik, er der visse rettigheder og pligter, der følger med. Mindst 80% af varerne skal være godkendt af FTD-certificeringsordninger, dvs. godkendt af FTD, WFTO eller FLO. De resterende 20% må du handle med i god tro, dvs. varer, der er på vej til at blive Fair Trade-godkendt. FTD stiller også krav til udseendet på butikkens facade og interiør, så kunderne altid kan genkende en Fair Trade-butik.

Læs mere om start af Fair Trade-butik på <https://fairtradedanmark.dk/bliv-medlem/>

2. Fair Trade shop in shop

En shop in shop er en afgrænset del af f.eks. en butik eller en café, hvor du promoverer Fair Trade-varer. Shop in shop kan være en god måde at udvide dit traditionelle sortiment på. Du sender også et signal om, at du er social og global ansvarlig. Det er en tendens blandt de danske forbrugere, at vi stiller krav om at kende varens historie og tilblivelse, og vi vil gerne være ansvarlige forbrugere. Fair Trade giver forbrugerne ren besked!

Som shop in shop-indehaver vil man løbende blive tilbudt markedsføringsmaterialer og blive inviteret til relevante seminarer og kurser, hvor andre fra Fair Trade-butikker eller shop in shops mødes og udveksler erfaringer.

Hvad er dine kunders behov?

Shopping er en yndet beskæftigelse blandt danskerne. Og når vi handler, søger vi ofte noget andet og mere end produktets funktionelle værdi. Kunderne kommer efter en "merværdi" i form af f.eks. oplevelser, signalværdi og andet. Det kunne være:

- + For at vise deres venner og bekendte, at de er med på noderne
- + For at samle viden og få inspiration til senere køb
- + For at være sammen med venner/veninder om noget
- + For at få stof til samtaleemner
- + For at forkæle eller trøste sig selv eller andre
- + For at vise, at man har kontrol over tingene
- + For at iagttage andre kunder
- + For at have det sjovt
- + For at dulme ensomhed eller dårligt humør
- + For at drømme sig væk fra virkeligheden.

Dit personlige præg

Din butik skal selvfølgelig være baseret på et behov og en købelyst, men der skal ofte mere til end en god butiksidé. Stemning, indretning, tiltaleform og meget andet gør, at kunder føler sig godt tilpas. Det er din opgave, at kunderne ikke bare får en vare, men også en god oplevelse, for så kommer de igen og vigtigst af alt: De fortæller om det i deres omgangskreds. Danskernes forbrugspræferencer er i høj grad betinget af anbefalinger fra venner og familie.

En del Fair Trade butikker har de sidste år haft succes med at kombinere deres salg af Fair Trade-varer med en kaffebar og evt. også kafferisteri. Det giver god stemning og en indbydende duft i butikken. Det er i tidens ånd, og det trækker kunder til.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Fair Trade-butikkers værste konkurrenter er ofte supermarkederne og varehusene, f.eks. Bilka og Kvikly Extra, men også butikker som Ikea, Silvan og A-Z. De "trader up" hele tiden, hvilket betyder, at de får nye og bedre varer og øger deres service. Og samtidig bliver de mere modeprægede.

Derfor skal du sørge for, at din butik tilbyder noget særligt, som de store butikker ikke har mulighed for. Det kunne f.eks. være at

- + Kombinere din butik med udsendelse af e-mail nyhedsbreve
- + Udnytte at du har en social ansvarlig butik til et bredt samarbejde med det lokale erhvervsliv
- + Holde foredrag om Fair Trade i foreninger, hvor dine kunder kommer
- + Udnytte et hul i varesortimentet i den by, hvor du vil etablere dig
- + Få lokalavisen til at skrive om besøg af en Fair Trade-producent
- + Sælge serviceydelser sammen med produktet
- + Føre mange produktvarianter inden for et snævert område
- + Importere selv godkendte Fair Trade-varer og sælg til kollegaer

Hvem handler i en Fair Trade butik

FTD har fået lavet flere analyser vedrørende hvem, der handler i de eksisterende Fair Trade-butikker. De vigtigste kundegrupper er:

Primære målgruppe

- + Kvinder 24 - 55 år
- + Holistisk bevidste, med dybtliggende sociale holdninger og attituder
- + Køber alle primære produktkategorier fordi: Produktet er pænt, anderledes, originalt, et unika og autentisk, støtter et godt formål og sender gerne diskrete signaler herom
- + Køber mest inden for områderne: Dining, Living, Playing

Sekundære målgruppe

- + Piger 15 - 23 år
- + Socialt og politisk interesserede
- + Køber mest inden for områderne: Styling, Writing

De forbrugere, der køber økologiske fødevarer, vil ofte også gerne købe fair trade-fødevarer.

I andre europæiske lande findes der Fair Trade-butikker, som har helt andre sortimenter. F.eks. har butikker i Belgien mange fødevarer, og butikker i England har meget tøj. Det er helt op til dig, hvordan du vælger at sammensætte dit sortiment.

Du skal tage med i dine overvejelser, at fortjenesten på fødevarer gennemsnitligt er 15% af udsalgsprisen, mens de på non-food gennemsnitligt er 50%. Til gengæld køber danskerne oftere fødevarer end non-food.

Grunde til køb af fair trade-varer

- + Gaveartikler
- + Veninde-, familie-, ego- og impuls-gaver
- + Autentisk, original, håndværk, unika
- + Praktisk anvendelighed
- + Fra verdens borgere til verdens borger

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Beliggenhed, beliggenhed, beliggenhed

Beliggenheden er alfa og omega for en fair trade-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. Da fair trade-varer typisk er impuls køb, 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? Er området på vej op, eller flytter de bedste butikker væk? Må du bruge facade og fortov til at udstille dine varer?

Du skal også være opmærksom på, hvad kunderne i nabolaget har brug for. Hvis din butik ligger i et parcelhusområde er det måske et andet varesortiment, end hvis de er fra bymidten.

Det er også vigtigt at se på de andre butikker i nabolaget. Hvis det er et latinerkvarter, kan der måske sagtens være plads til endnu en butik med kunst- og brugsgenstanden, men flere butikker med næsten samme varer vil bare øge konkurrencen. I mange butikscentre styrer centret, hvor mange butikker der må være inden for hver branche, så alle får mest muligt ud af det. Det er dog i de færreste butikscentre, at der er en fair trade-butik.

I kontakt med kunderne

En god placering er ikke ensbetydende med, at kunderne kommer ind i butikken. Det er vigtigt, at butikken udstråler åbenhed og umiddelbart ser ud, som om den kan opfylde nogle behov hos forbrugeren.

Man kan for eksempel:

- + Have butiksdøren til at stå åben
- + Have små øer med varer foran forretningen
- + Have ordentligt lys i forretningen, så kunderne kan se, at den er åben
- + Have lokkende tilbud i vinduet, der passer til målgruppen
- + Lade duft af kaffe sive ud på gaden
- + Sætte annoncer i lokalavisen

Sælg i butikken

De fleste forbrugere bliver positivt overraskede, når de kommer ind i en forretning, hvor de får en god betjening. Har du din egen forretning, bør det være et mål altid at overraske dine kunder positivt.

Kurt Bakman, der lever af at undervise butikspersonale, siger, at den store forskel ligger i, om du er "Ekspedient" eller "Sælger".

- + En ekspedient er en person, der passivt overlader til kunden at bedømme og vælge varer.
- + En sælger er en person, der viser interesse og opmærksomhed for kunden, og som stiller spørgsmål for at få viden om kundens behov og ønsker. Ud fra denne viden forsøger sælgeren at vejlede kunden til at købe det rigtige - og måske påvirke kunden til at købe mere, end hun/han umiddelbart havde tænkt sig.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Eftersalg

Det bedste salgsmedie, du kan få, er en kunde, der er tilfreds, og som fortæller andre om din butik. For at det kan ske, skal kunden have en oplevelse af at få mere, end han/hun forventede. Blot det at blive betjent af en "sælger" kan være mere end forventet. Men også det at kundens barn får en lille gave fra Ghana, er med til at gøre oplevelsen bedre for kunden.

Er det muligt at få kundens mail-adresse, kan du evt. sende e-mails, når du har noget nyt at præsentere. Her er det også godt at have et visitkort og en web adresse, så det er nemt for kunden at give oplevelsen videre til andre.

PR

Avisernes og ugebladenes omtale er guld værd, så opsøg journalister. For at få opmærksomhed skal butikken skille sig ud fra de andre - du skal have en "god historie", for eksempel om dine varers oprindelse eller om dig selv. Fair Trade er en god historie i sig selv, og her er masser af potentiale for at fortælle relevante og spændende historier. Udnyt det.

Lyt

En butik skal hele tiden udvikle sig og blive bedre. Det er måden at få nye kunder på og beholde de gamle. Lyt til kunderne. Måske spørger de efter varer, du ikke har? Vurder om de bør skaffes hjem. Kritiserer de, at varerne ikke er friske, eller at varerne er for umoderne? At butikken er dårligt indrettet? Kan du mærke, at de synes butikken er kedelig? Så gør noget ved det!

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 imødekomende 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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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.

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

Butiksbranchen tiltrækker iværksættere, og det betyder hård konkurrence. Antallet af selvstændige butikker er dog faldende. Til gengæld får vi flere kædebutikker, og de tager en stigende andel af den samlede omsætning. Branchens spåmænd tror, at den udvikling vil fortsætte.

Der kan derfor være økonomiske risici forbundet med at opstarte som selvstændig butiksejer. De fleste selvstændige butikker drives med en relativt lille indtjening, og timelønnen er ofte lav. Større butikker tjener i hovedreglen mere end de små, og butikker, der er med i en kæde, går i gennemsnit bedre økonomisk end individuelt ejede butikker.

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, om 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?

Årsbudget for en ny Fair Trade-butik

Et budget bygger på antagelser, og et godt budget bygger på kvalificerede og underbyggede antagelser. Starter du en Fair Trade-butik, får du mange underbyggede fakta, specielt på din udgiftsside. Og det kan være en god hjælp, når du skal lægge dit budget. Hvor mange kunder, du så rent faktisk kan få i butikken, afhænger af dig og din dygtighed samt butikkens beliggenhed.

Nedenfor er lavet et eksempel på, hvordan et årsbudget kan se ud. Budgettet antager, at:

- + Butikken gennemsnitligt sælger for 5.000 kr. (4.000 kr. eks. moms) pr. dag
- + 50% af omsætningen fra non-food bruges til at købe nye varer, men også til at dække det svind, der er i butikken og til prisnedsættelser ved udsalg
- + 85% af omsætningen fra food bruges til at købe nye varer, men også til at dække det svind, der er i butikken og til prisnedsættelser ved udsalg

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Eksempel på et årsbudget:

	Per år eks. Moms
Omsætning	
Salg non-food: 3.400 kr. x 300 dage	1.020.000
Salg food: 600 kr. x 300 dage	<u>180.000</u>
Salg i alt	1.200.000
Direkte udgifter ved salg	
Varekøb og svind non food: 50 % af salget	510.000
Varekøb og svind food: 85%	<u>153.000</u>
Udgifter ved salg i alt	663.000
Dækningsbidrag: (Omsætning – Direkte udgifter)	537.000
Faste omkostninger	
Løn til 1/4 medarbejder	75.600
Husleje	170.000
El, varme, lys	8.400
Vagt/alarmsystem	6.000
Forsikringer	9.000
Uddannelse og messerejser	2.500
Revisor og administration, EDB	30.000
Telefon, internet og markedsføring	20.000
Småanskaffelser under 11.000 kr.	12.000
Kontingent Fair Trade Danmark	9.600
Diverse	5.000
Renter til bank	<u>18.000</u>
I alt	366.100
Overskud (Dækningsbidrag – Faste omkostninger)	170.900

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 budgetter for de enkelte måneder i året og gerne for de to kommende år, så du har et overblik over din butiks økonomi.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Budget for etablering

Før du starter, er det en god ide at lave et etableringsbudget. Det viser, hvor mange penge du skal have fat i, før du kan begynde at sælge noget i din butik. Det kan for eksempel se således ud:

Overtagelse af lokaler/ goodwill:	250.000
Istandsættelse af lokaler:	75.000
Inventar:	40.000
Oprettelse af telefon:	4.000
Logo og skilte:	11.000
IT - kasse og computer:	9.000
Startudgifter til revisor:	5.000
Varelager:	150.000
I alt:	544.000

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.

Alternativ finansiering

Som Fair Trade butik har du nogle flere muligheder for at finde penge til start end en almindelig butik. Du kæmper for noget større end "blot at have egen butik", nemlig for at nogle af verdens fattigste får en retfærdig betaling for deres varer. Mange private, organisationer, banker og andre virksomheder vil gerne støtte et sådant formål.

Du kan f.eks.

- + Få private og virksomheder til at købe "aktier i forretningen" på 1 - 10.000 kr. stykket
- + Få gratis udstyr fra private virksomheder
- + Leje et billigt og centralt lokale af kommunen eller en bank
- + Få gratis hjælp til at passe butikken – evt. flekstidsansat fra kommunen
- + Få en lang afdragsordning fra en bank

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Personale

De fleste butikker har behov for at ansætte personale. Du kan få kontakt til fagudlærte medarbejdere ved at henvende til i det lokale jobcenter eller ved at annoncere. Du kan også ansætte studerende, som kan hjælpe med mange forskellige opgaver og er meget fleksible – de vil ofte gerne arbejde på deltid. Dem kan du f.eks. komme i kontakt med ved at sætte opslag op på forskellige uddannelsesinstitutioner.

Som butiksejer skal du regne med, at du skal bruge en stor del af din tid på at lede dine medarbejdere. Da det typisk er dine ansatte, der har den primære kundekontakt, er de ansattes adfærd meget vigtig for butikkens succes. De skal levere den helt rette service til kunderne og bidrage til den rette stemning i butikken. Det er medarbejderne, der er garanter for, at kunderne får de rigtige oplevelser. Derfor skal du overveje nøje, hvad der skal til for at være en god leder over for dine ansatte.

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/

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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.

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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

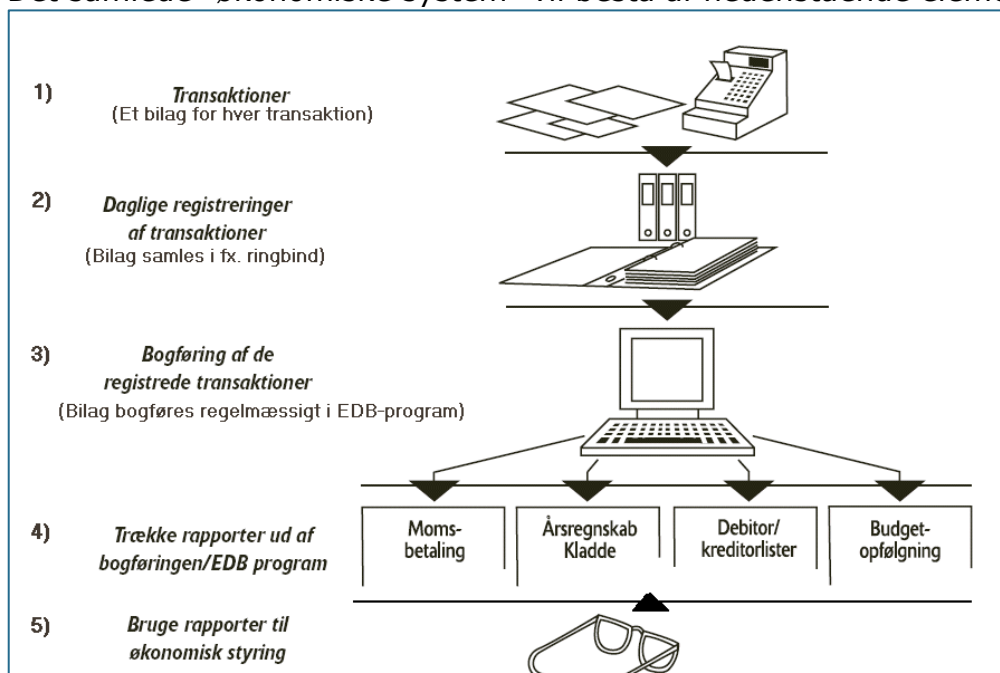
Og ved at følge disse trin:

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

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:



Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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.

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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:



Love og regler

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

Arbejds miljøloven

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 Branchearbejds miljørådets 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/.

Uddannelse

Handelsskolerne og AMU-centrene udbyder mange forskellige korte kurser inden for butiks faget. Du kan finde dem ved at slå op på <https://iu.dk/>, hvor du søger på detailhandel. Du kan lære om f.eks. indkøb, driftsøkonomi, butikkens indretning og meget andet.

Hvis du starter virksomhed i en kæde, vil du formentlig blive tilbudt træning. Der er ofte også løbende kurser.

Medarbejderne kan komme på kursus via deres fagforening.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Socialøkonomisk virksomhed

Ønsker du at starte socialøkonomisk virksomhed, eller har du brug for hjælp til drift, eskalering og vækst af socialøkonomisk virksomhed, så se hvad Center for Socialøkonomi kan hjælpe med. Læs mere på: <https://csr.dk/center-social%C3%B8konomi>.

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 butik – hvordan?

Der er mange valg at træffe, før du starter en butik. Og det er vigtigt, at du bruger tid på at gennemgå alle spørgsmål grundigt, inden du åbner. Det kunne f.eks. være:

Hvad vil du sælge?

- + Hvad er dine produkter?
- + Andre varer? Hvilke?
- + Andre tjenesteydelser? Hvilke?
- + Andet? Hvad?

Hvad skal kunderne især huske om din butik?

- + Kendt forretningskoncept?
- + Venlig betjening?
- + Atmosfære, hvilken?
- + Varer man ikke kan få andre steder?
- + Friske varer?
- + Fordelagtige priser?
- + Godt vareudbud?
- + Rare lokaler?
- + Rent og pænt?
- + Bekvemmelighed?
- + Andet?

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Hvem er dine kunder?

- + Beboere i nabolaget?
- + Shoppere fra et større område?
- + Turister?
- + Bestemte aldersgrupper?
- + Bestemte indkomstgrupper?
- + Bestemte livsstilsgrupper?

Hvem er konkurrenterne?

- + Andre butikker i nabolaget?
- + Supermarkeder og varehuse?
- + Kædebutikker?
- + Andre?

Hvor skal butikken ligge?

- + På hovedstrøg?
- + På sidestrøg?
- + I indkøbscenter?
- + Hvilke nabobutikker vil fremme din butik?
- + Hvilke vil øge konkurrencen?

Hvordan får folk øje på din butik?

- + Beliggenhed, hvor der kommer mange folk?
- + Skilte og facader?
- + Varer på gaden?
- + Egne annoncer?
- + Kædemarkedsføring?

Hvordan indretter du lokalerne?

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

Forsyning med varer?

- + Hvor køber du ind?
- + Hvilke betingelser vil du acceptere for at tilslutte dig en kæde?
- + Hvordan leveres varerne til butikken?
- + Kan du få rabatter?
- + Hvor meget spild og svind skal du regne med?

Personale?

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

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Hvordan ser dagen ud i din butik?

- + 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?

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!