

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Butik

Om at åbne en butik

Kan du lide at have fingeren på pulsen, og kan du forudsige, hvad danskerne vil købe i dag, i morgen og næste sæson? Er du nysgerrig, forandringsparat og kan du godt lide at have kundekontakt? Og har du masser af energi, er initiativrig og er du god til at organisere? Så er det måske noget for dig at åbne en butik.

Detailhandlen er i rivende udvikling, og det kommer kunderne til gode. De præsenteres for en masse nye varer i en masse spændende butikker, og både danske og udenlandske butikskæder skyder op. Der er derfor mange spændende muligheder og udfordringer ved at være butiksejer. Det er en livsstil med stor frihed, 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 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 butikslivet noget for dig?

Er det overhovedet noget for dig at have en butik? Tag testen herunder og find ud af, om du har de grundlæggende forudsætninger for at blive butiksejer.

		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 holde rent			
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 kender nogen i branchen, som kan hjælpe mig, hvis det skulle være			
15	Jeg kan skaffe 150 – 250.000 kr.			

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 flere måder at starte en butik på, og der er fordele og ulemper ved dem alle.

At starte en uafhængig butik fra bunden

Når du bygger en butik 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. Du vil få sværere ved at få rabat på dine vareindkøb, du kan ikke bruge medierne særlig effektivt, og fejl kan være meget dyre og svære at rette op på.

At overtage en eksisterende butik

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 butik med et dårligt ry, og det skal du også være opmærksom på. Selvom butikken allerede har en række forhold på plads, kan du altid forme forretningen, så den bliver præcis, som du ønsker den.

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.ejendomstorvet.dk/ eller www.saxis.dk/

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

At tilslutte sig en frivillig kæde

Der er en række stordriftsfordele forbundet med at indgå i en kæde for de små butikker, fordi man er mange butikker sammen. I fællesskab kan man f.eks. opnå bedre indkøbspriser, markedsføringen kan være fælles, og administrationen kan løses andre steder. Som ejer af butikken kan du derfor koncentrere dig om at udvikle din butik og holde den pæn og spændende.

Ulempen er, at du som del af et fællesskab også forpligter dig til f.eks. at aftage en række varer – eller alle dine varer. På den måde mister du også noget af din selvstændighed.

Frivillige kæder

Mange kendte butikker er formelt selvstændige, men tilsluttet et samarbejde om indkøb, vareforsyning, prisfastsættelse, kvalitetssikring og andet.

Det gælder for eksempel butikker som Intersport, Ønskebørn, Fri Bikeshop, Imerco og mange andre.

I Stockmann-Gruppens bog "Kæder i dansk detailhandel" kan man finde oversigter over alle kæder med navne og adresser. Du kan også se, hvad de typisk omsætter for, og om de har haft en god vækst på det seneste.

Starte i en franchisekæde

Når du er del en franchisekæde, køber du adgang til et samlet forretningskoncept. Og det skal følges til punkt og prikke. Derfor er dine opgaver som butiksejer først og fremmest at passe butikken og lede dine medarbejdere. Markedsføring og leverandører skal du til gengæld ikke spekulere særlig meget på, da det er lagt i faste rammer for dig. Der vil også ofte være faste eller vejledende priser på varerne, og det dæmmer op for konkurrencen.

Ulempen er, at din funktion nærmere bliver som bestyrer end som iværksætter, da du ikke kan påvirke konceptet, men blot skal følge det.

Franchise butikker

De fleste franchisede koncepter er inden for tøj, som f.eks. 4You, Benetton, Esprit, B-Young og Berton. Bianco og Ecco er eksempler på skobutikker.

Du kan også blive franchisetager for køkkenfirmaer, fx HTH og Kvik.

The Body Shop, Expert og Thiele er kendt af de fleste. Men du kan også få adgang til at sælge golfudstyr, maling, is, delikatesser, vin og andre ting som franchisetager.

Se også Franchise Foreningens hjemmeside: www.franchisedanmark.org. Her kan du læse, hvilke koncepter der er på vej til landet. Måske er det dig, som starter den første butik. Se også www.franchisepartner.dk

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Hvad er din butiksidé?

Shopping er en yndet beskæftigelse blandt danskerne. Og når vi handler, søger vi ofte noget andet og mere end produktets funktionelle værdi. De kommer også 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

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, så de kommer de igen og vigtigst af alt: De fortæller det til deres omgangskreds. Danskernes forbrugspræferencer er i høj grad betinget af anbefalinger fra venner og bekendte.

Små butikkers værste konkurrenter er ofte supermarkederne og varehusene, for eksempel Bilka og Kvikly Extra, men også butikker som Ikea, Silvan og A-Z. De "trader up" hele tiden, det vil sige, at de får nye og bedre varer og øger deres service. Samtidig bliver de også 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 e-handel
- + Udnytte et hul i varesortimentet i den by, hvor du vil etablere dig
- + Sælge varer brugt, som folk normalt køber som nyt
- + Sælge serviceydelser sammen med produktet
- + Føre mange produktvarianter inden for et snævert område
- + Føre overskudsvarer til spotpris
- + Have et "etisk" vareudvalg, for eksempel Fair Trade og økologi
- + Importere varer selv
- + Eller?

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, 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 det 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, er det måske et andet varesortiment, end hvis den er beliggende i bymidten.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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, særligt modetøj eller designerlamper. Men flere butikker med næsten samme varer vil 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.

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 meget, er svære at transportere, eller hvor der er brug for parkering tæt på.

Skiltning og indretning

Når beliggenheden først er valgt, kan du øge opmærksomheden endnu mere for at få kunder i din butik. Det kan du f.eks. gøre ved at fremvise flotte og inspirerende skilte, interessant gadeudstilling, blomster, fakler eller andre artefakter, der gør din butik spændende og dragende udefra. Det er vigtigt, at du tænker over, hvilken slags butik du har, og at dette stemmer overens med de signaler, butikkens ydre sender. F.eks. skal en butik med dyre varer også se eksklusiv ud, hvorimod en butik med lave priser skal vise med sin skiltning og vareudstilling, at her kan kunderne komme ind og gøre et kup.

Indretningen af selve butikken er også meget vigtig. Udstilling, belysning og farver har en stor psykologisk betydning for, hvor meget kunderne køber. Hvis varerne tager sig godt ud, er de mere fristende at putte i kurven, og det kan også have en stor betydning, hvor i butikken de enkelte varer ligger, f.eks. ved indgangen eller ved betalingskassen. Derfor findes der indretningsfirmaer, som specialiserer sig i netop indretning af butikker. I nogle kæder er der stramme regler for indretningen.

Vær aktiv i turistforeningens arbejde

Mange byer udgiver lister over butikker og attraktioner, som turister får i hånden, når de ankommer. Turistkontorerne arbejder tæt sammen med detailhandelen om at trække flere kunder til, så det kan ofte betale sig at være aktiv i turistforeningens arbejde, hvis man har butik i et turistområde.

Avisernes og ugebladenes omtale er guld værd

Opsøg journalister, men 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 og din kreativitet. Du kan forsøge at få medieomtale og nye kunder ved at indgå et samarbejde med andre aktører i forbindelse med et arrangement, som du gerne vil levere til.

I kontakt med kunderne

At være synlig i gadebilledet er noget af det vigtigste for de fleste butikker. Det er den bedste måde at få kontakt med kunderne på.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

En butik skal hele tiden udvikle sig og blive bedre. Det er måden at få nye kunder og beholde de eksisterende. 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 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, introyder, 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.

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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, ellers 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

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

Økonomi

Butiksbranchen tiltrækker iværksættere, og det betyder hård konkurrence. Antallet af selvstændige butikker er dog faldende, men til gengæld får vi flere kædebutikker, der 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 relativ 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?

Hvis du er interesseret i at starte som franchisetager eller i en kæde, så tag kontakt med firmaet. Her kan hentes hjælp til en økonomisk vurdering af din ide – og af dig.

Årsbudget - eksempel

Her kommer et eksempel på, hvordan et årsbudget kan se ud. Lad os antage, at du ønsker at starte en butik, og at denne butik skal sælge tøj, sko, børnetøj, boligudstyr eller gaveartikler.

Hver dag sælger butikken gennemsnitlig for 8.000 kr. (6.400 kr. eks. moms) til kunder i butikken. I praksis betyder det, at butikken skal sælge ca. 16 kjoler, sko eller køkkenudstyr af en gennemsnitspris på 500 kr. inkl. moms hver dag, 300 dage om året.

70 % af omsætningen bruges til at købe nye varer, men også til at dække det svind, der er i butikken – fx tyveri – samt til prisnedsættelser ved udsalg.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

	Per år eks. Moms
Omsætning Salg: 6.400 kr. x 300 dage	1.920.000
Direkte udgifter ved salg Varekøb, udsalg og svind: 70 % af salget	1.344.000
Dækningsbidrag: (Omsætning – Direkte udgifter)	576.000
Dækningsgrad	30%
Faste omkostninger Løn til 1/3 medarbejder Husleje El, varme, lys Vagt/alarmsystem Forsikringer Uddannelse og messerejser Revisor og administration Telefon, internet og markedsføring Diverse Afskrivning af investering over 6 år Renter / gebyr til bank	100.000 120.000 20.000 10.000 15.000 13.000 19.000 20.000 5.000 40.000 20.000
I alt	382.000
Overskud (Dækningsbidrag – Faste omkostninger)	194.000

Prøv at lave dit eget budget og se, hvordan økonomien hænger sammen. 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 budget for de enkelte måneder i året og for flere år frem, så du kan danne dig et godt overblik.

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:	140.000
Istandsættelse af lokaler:	100.000
Inventar:	46.000
Oprettelse af telefon:	4.000
Logo og skilte:	12.000
IT - kasse og computer:	15.000
Startudgifter til revisor:	6.000
Varelager:	<u>150.000</u>
I alt:	473.000

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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

For mange butikker er det nødvendigt at have personale ansat. 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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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

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

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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.

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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:

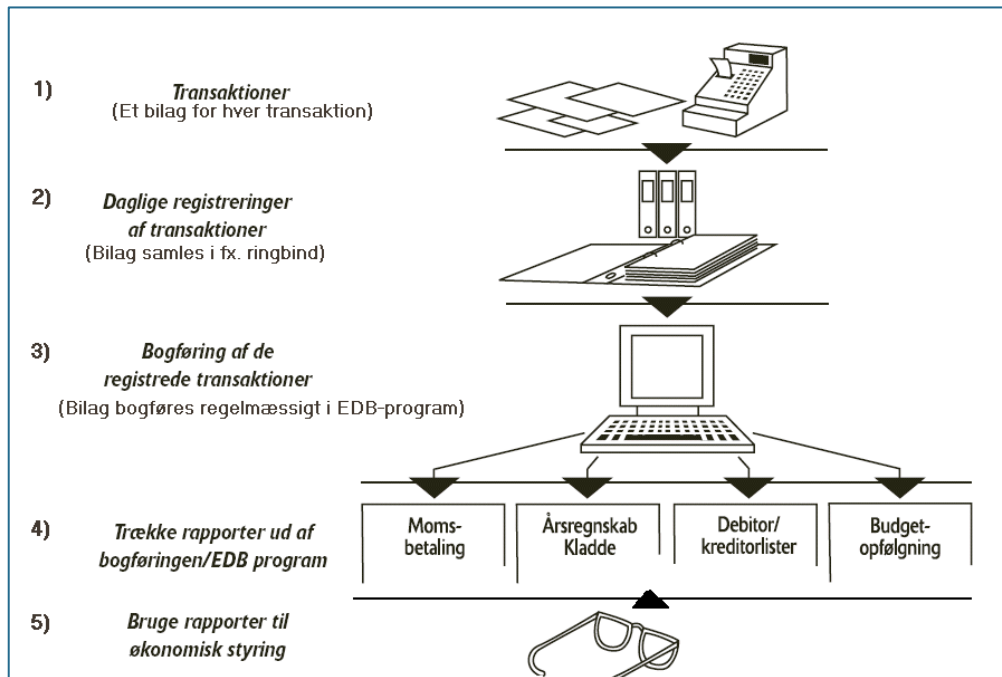
1. Klik på [Start] og log ind med NemID medarbejdersignatur eller NemID privat
2. Godkend betingelserne og klik [Fortsæt]
3. [Vælg] den ønskede virksomhedsform for at starte registreringen
4. Når registreringen er godkendt, får du en mail, og du kan fortsætte med bestilling af NemID, NemKonto og oprettelse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

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.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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.

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 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/.

Føde varekontrol

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.

Uddannelse

Handelsskolerne og AMU-centrene udbyder mange forskellige korte kurser inden for butiks faget. 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.

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

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.

Dansk Erhverv, Børsen, 1217 København K, Tlf.: 33746000, www.danskerhverv.dk/

Dansk Erhverv er paraplyorganisation for mange specialiserede brancheforeninger, for eksempel for cykelhandlere, guldsmede, forhandlere af møbler, køkkenudstyr, tekstiler, fotoudstyr og meget andet. Disse organisationer har ofte deres egne tilbud til medlemmerne, ligesom de har relevante og spændende fagblade.

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.

<https://retailinstitute.dk/> udgiver bøger og databaser for detailhandel.

Der er messer både i Danmark og i udlandet, hvor du kan få inspiration og indtryk af de nye tendenser i branchen. På specialmesserne finder mindre forretningsdrivende typisk deres leverandører.

www.expodatabase.com kan give overblik over internationale messer.

Formlandmessen er interessant for mange livsstilsbutikker, se www.mch.dk.

Jyllands-Posten offentliggør også messelister jævnligt.

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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?

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?
- + Webshops
- + 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?

Startvejledning – En service fra Erhvervshus Midtjylland

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?

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!