

STARTEN IN DE HORECA



INLEIDING

Je dacht er goed over na. Je nam de nodige tijd en ruimte. Je vroeg advies en las de [startersbrochure van Horeca Vlaanderen](#). Je volgde eventueel infosessies bij de [Horeca Academie](#) en luisterde naar alle raad. Je project is professioneel voorbereid en uitgewerkt. Je ziet het helemaal duidelijk: de opstart van je eigen horecaonderneming.

Dat er veel komt kijken bij het opstarten weet je. Kiezen voor een horecazaak is kiezen voor een bepaalde levenswijze. Maar wanneer begin je eraan? Ben je er persoonlijk klaar voor? Hoeveel tijd vraagt dit? Waar vind je alles? Wanneer doe je wat? En vooral: heb je niks vergeten op het moment dat je je horecazaak opent?

Hier vind je stap voor stap hoe je voor een succesvolle start gaat.



STAP 1: MIJN PERSOON

1. BEN IK EEN HORECAONDERNEMER?

Het uitwerken en opstarten van een horecaonderneming begint bij jezelf. Wie ben je eigenlijk? Ken je jezelf voldoende om te weten of er een passionele horeca uitbater in je schuilt? Bezit je de nodige wilskracht om door te zetten?

Zoveel vragen waar je een antwoord op zoekt. Soms gaat het om banale dingen waar je in de eerste plaats niet aan denkt. Door jezelf in kaart te brengen, kan je verschillende vragen invullen en zien of je echt wel voorbestemd bent om je droom te realiseren.

Hier vind je alvast een paar tools die je helpen om je persoonlijkheid in kaart te brengen:



De **sterkte-zwakte analyse** brengt je sterke en minder positieve kanten in beeld. Deze analyse kan je zien als een beperkt zelfonderzoek.

+ *Ken jij je sterke punten? Weet je waarin je heel goed bent? Waarin maak je het verschil met andere horeca-uitbaters? Wat doe je heel graag?*

- *Wat doe je minder graag? Waar ben je minder goed in? Kan je opleiding volgen om deze minder positieve eigenschappen bij te sturen?*

Je kan ook een aantal **tests** uitvoeren.

Een paar testvoorbeelden vind je op:

- Hoe gedraag jij je?
- Heb je skills om een onderneming te starten?
- Wat is jouw persoonlijkheid?



Of wat denk je van in **5 minuten** zoveel mogelijk **eigenschappen van jezelf te noteren**? Deze kan je nadien in een SWOT-analyse plaatsen. Je kan ook je partner, vrienden of familie erbij betrekken. Zij zien soms nog beter bepaalde eigenschappen en competenties dan jij zelf.

Denk ook aan je huidig dagelijks ritme. Zeker in het begin is een ondernemer als eerste en laatste in zijn/haar bedrijf. Werken in de horeca is een passie die vele prestatie-uren vraagt. Blijf je 's morgens graag nog even soezen in bed of ben je een vroege vogel? Ga je op tijd en stond dagelijks om 22u slapen of hang je tot het ochtendgloren voor de tv? Dit heeft invloed op de manier van je zaak opstarten en runnen. Net zoals je gezondheidstoestand ook een rol speelt in je beslissing.

Om het fysiek zware werk vol te houden is geloof in je eigen kunnen en werken met goesting belangrijk. Word wel niet té zelfzeker en overmoedig. Bijleren en continu ervaring opdoen is een must in deze sector. Door open te staan voor verandering, bereid te zijn te leren uit negatieve ervaringen en je emoties onder controle te houden bouw je aan succes.

**“De juiste competentie
en ervaring zijn van
groot belang.”**

+

1



2. JE GEZIN EN SOCIAAL LEVEN

Het starten van een horecaonderneming is geen 9 to 5 job maar een keuze die heel wat inzet en tijd vraagt.

Als je nog **single** bent, denk na over je toekomst. Waar zie je jezelf binnen een bepaalde tijd? Wil je een partner, kinderen of toch niet?

Ben je in een **relatie**, betrek je vriend(in) bij de opstart. Hoe ziet hij/zij dit? Blijft je partner werken? Fulltime of parttime om je tussen-door mee te helpen? Of kiezen jullie om beide in de zaak te werken?



- *Hebben jullie een kinderwens? Hoe regelen jullie het werken tijdens de zwangerschap en na de bevalling?*
- *Hebben jullie al kinderen: hoe regelen jullie de opvoeding tijdens de openingsuren?*
- *Wat als de kinderen of één van jullie ziek is? Wat met het gezin? Wat met je horecaonderneming?*
- *Kan je rekenen op ouders, zussen of broers m.a.w. familie? Zo ja, maak correcte afspraken en bespreek dit samen.*



Ben je heel sociaal? Heb je een grote **vriendenkring**? Ben je begaan met de mensen en je toekomstige gasten? Bedenk dan dat je sociaal leven een andere dimensie krijgt eens je horeca idee concreet wordt.

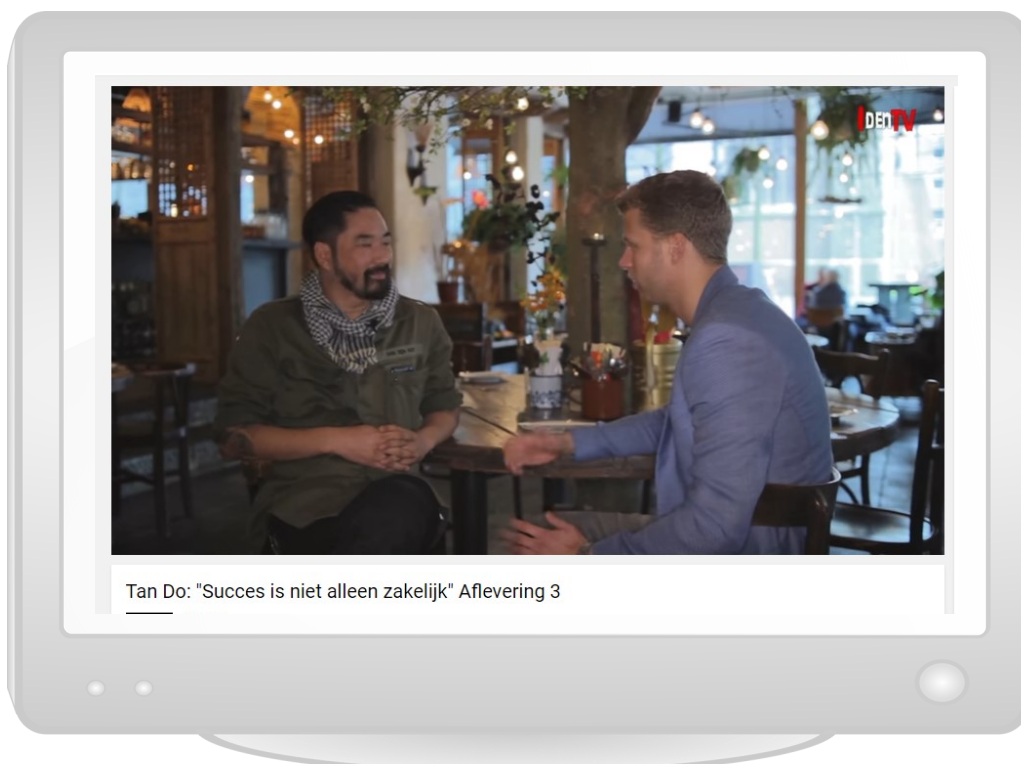
Communiceer hierover met je vrienden. Bespreek vooraf wat ze mogen verwachten als klant/gast in je horecazaak. Het is gemakkelijk om je vrienden alles gratis aan te bieden maar op het einde van de maand gaat dit wel af van je winst.

Naar gasten toe is sociaal zijn een pluspunt. Toch stel je best duidelijke grenzen: openingsuren en sluitingsuren respecteren, zowel voor jezelf als je medewerkers. Zo hou je het aantal te presteren uren onder controle en weten je gasten vanaf het begin wat ze kunnen verwachten.



Uit onderzoek van Guidea blijkt dat horecazelfstandigen meer uren werken dan zelfstandigen in andere sectoren. In 2014 werkten horecazelfstandigen gemiddeld 2.382 uren per jaar, in vergelijking met gemiddeld 2.216 uren over alle sectoren heen.

Een getuigenis:



"Succes is niet alleen zakelijk:

Tan Do, oprichter restaurants Little V."



3. VORMING EN OPLEIDING



Een horecazaak openhouden is meer dan een pint tappen en soep serveren. Afhankelijk van het type horecazaak dat je kiest, is je vorming heel belangrijk. Volgde je hotelschool, dan is deze basiskennis alvast een goeie start.

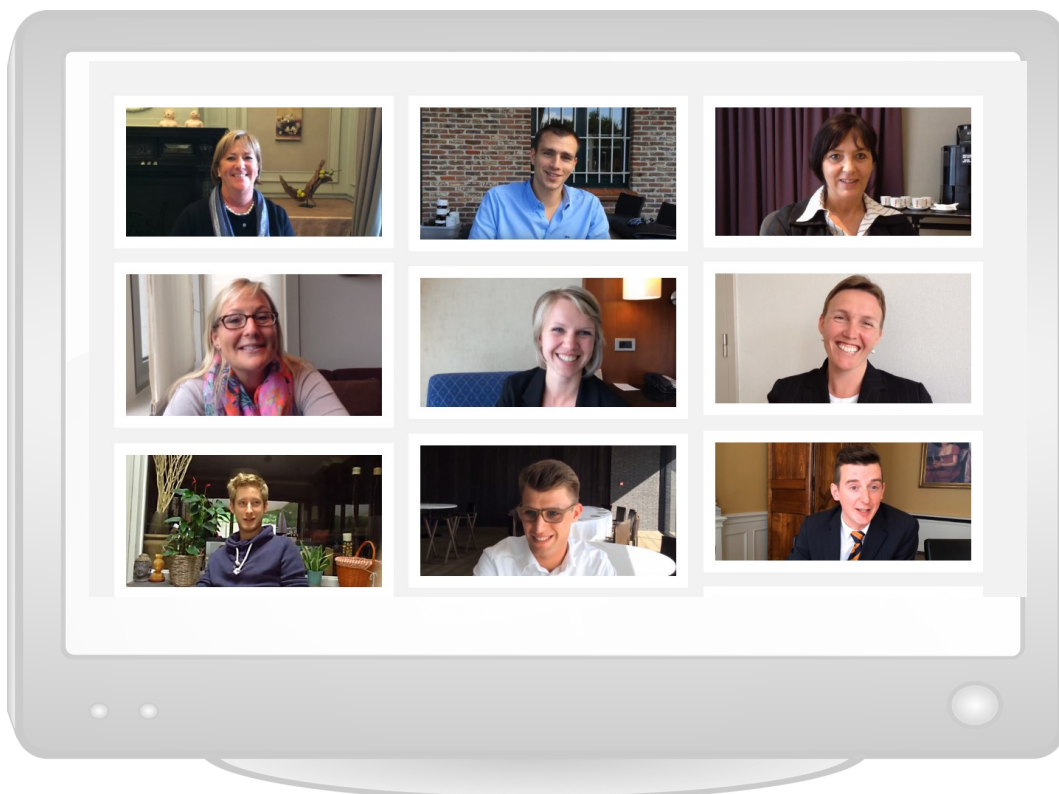
Je competenties als kok of wijnkenner zijn echter geen garantie dat je een succesvol manager bent. Managementvaardigheden zijn van cruciaal belang bij het leiden van een horecaonderneming: marketing en sales, financieel beheer, ICT en nieuwe media, personeelsmanagement, juridische kennis, ... Ondernemers bij wie deze vaardigheden ontbreken, ervaren minder motivatie en tevredenheid op het werk. Hierdoor groeit hun bedrijf minder.

Kies daarom bewust de mensen waarmee je gaat samenwerken. Zoek medewerkers met de nodige expertise, laat je begeleiden door een consulent of ga een opleiding volgen. Ook een boekhouder met kennis van horeca is een pluspunt. Omring je met medewerkers die jouw competenties en vaardigheden aanvullen. Zo kom je tot een volwaardig, professioneel team.

“Stuur bij met opleidingen en vorming.”

Bronnen: Guidea (2014) en Unizo (2015)

Een aantal getuigenissen:



4. ERVARING

Net zoals een opleiding komt ervaring een bedrijf ten goede. Ervaring hebben met het werken in de horeca is zelfs belangrijker dan de gevolgde opleiding.

Stages in schoolverband

Volgde je een opleiding in de hotelschool en behaalde je je diploma, dan heb je alvast basiskennis en –ervaring mee. Tijdens je stage proefde je al even van het reilen en zeilen in horecaland. Dit geeft echter geen garantie tot slagen. Een horecazaak runnen, betekent niet enkel koken en gasten bedienen. Je bent ook manager, verantwoordelijk voor de administratie, personeel, ... naargelang het type horecazaak dat je opstart. Vergaloppeer je dus niet.

Externe stages

Deed je stage in het kader van een opleiding of opteerde je voor een stage bij een bekende chef? Dan ken je al een beetje de klappen van de zweep. Bekijk hoe het op je stageplaats verliep. Wat was goed? Wat kon beter? Had je een goeie leermeester of bedrijfsleider, dan kan je hem/haar om raad vragen.



Werknemer in de horeca

Naargelang je taken in de horecazaak waar je werkte, heb je een bepaalde ervaring. Dit betekent echter niet dat je voldoende ervaring verzamelde om een goeie horecabedrijfsleider te zijn. Kijk waar je nog kan verbeteren en school je bij.

Studentenjob

Ook hier dezelfde bemerking: een aantal uren werken in de horeca, betekent niet dat je voldoende background hebt om een bloeiende zaak te starten. Als student kies je gedeeltelijk zelf je werkdagen. Als horeca uitbater sta je op met je zaak en ga je er mee slapen.

Geen ervaring

De horecasector is een sector die heel veel van jezelf en je omgeving vraagt. Ben je echt overtuigd dat je dit wil, dan kan je slagen als je je omringt met de juiste mensen.







Te onthouden!

- *Zie je jezelf zoals je bent? Een correct zelf-beeld zorgt dat je je omringt met de juiste mensen.*
- *De juiste competenties en ervaring leiden tot groei van je bedrijf.*
- *De juiste mensen en begeleiding vormen het juiste team om te starten.*
- *Je gezin en sociaal leven spelen een cruciale rol.*
- *Bijsturen via opleidingen en vorming is een aanrader.*

STAP 2: HET IDEE

Een horecazaak starten, begint met een idee: een hippe bar die je opmerkte tijdens een vakantie, een brainstorm tijdens een pint met vrienden, een vakblad dat je las ...

Met dit idee in je hoofd ga je op zoek:

- *Welke zaak beantwoordt het meeste aan je idee?*
- *Hoe zie jij het?*
- *Waar wil je binnen 5 jaar staan met je horecaonderneming?*
- *Hoe wil je dat de mensen over jouw zaak praten?*
- *Wat wil je dat je toekomstige gasten onthouden na een bezoek aan jouw bedrijf?*

Maak foto's van je ideeën, van horecazaken die je idee benaderen en van alles wat jouw idee tot uitvoering kan brengen. Plaats alle foto's naast elkaar en kijk hoe je er jouw horecabedrijf van kan maken. Zo geef je je idee meer vorm. Je maakt het concreet.

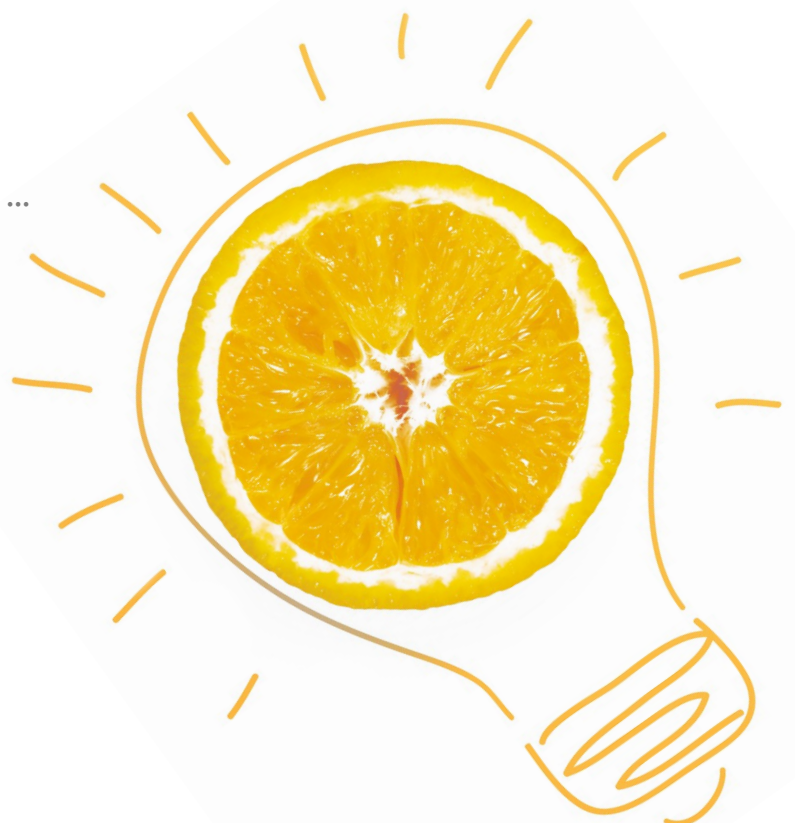
Een goed duidelijk concept is noodzakelijk voor succes. Een geslaagde horecaonderneming vraagt een rode lijn, die door al je activiteiten loopt.

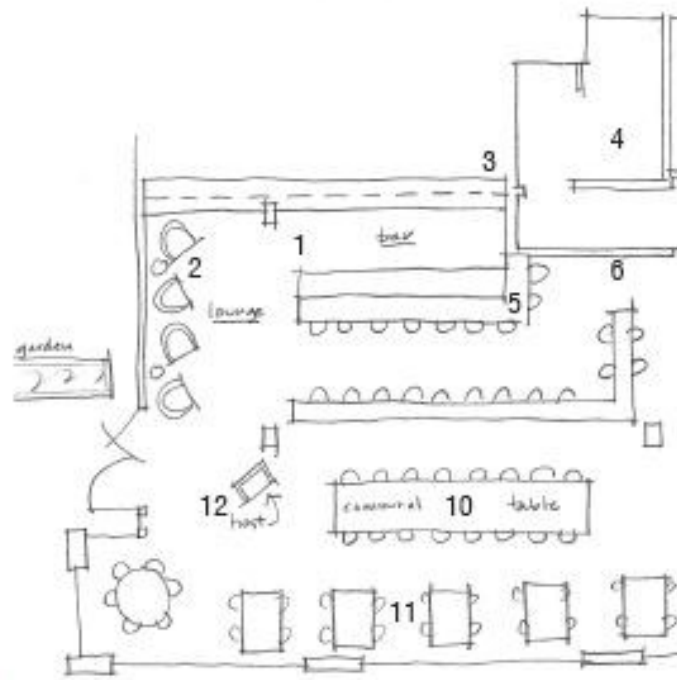
Uit onderzoek blijkt dat succesvolle ondernemers hun concept duidelijk kunnen omschrijven. Falende ondernemers weten enkel welk soort eten ze geven maar missen een verhaal.

Dit toont dat veel restaurateurs “concept” verwarren met “menu”. Een concept houdt meer in dan de menukaart en gaat ook over:

- *de ligging van de zaak*
- *het marketingplan*
- *het interieur*
- *de bediening*
- *de sfeer*
- *prijszetting ...*

Bronnen: Parsa et al. (2005) en
Letchinger (2013)

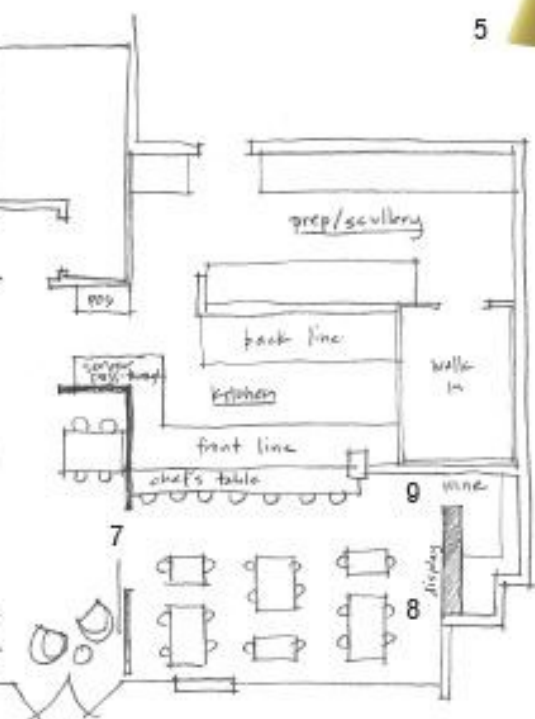




Mood board



5



6

7



8

Een aantal organisaties kunnen je helpen met advies:

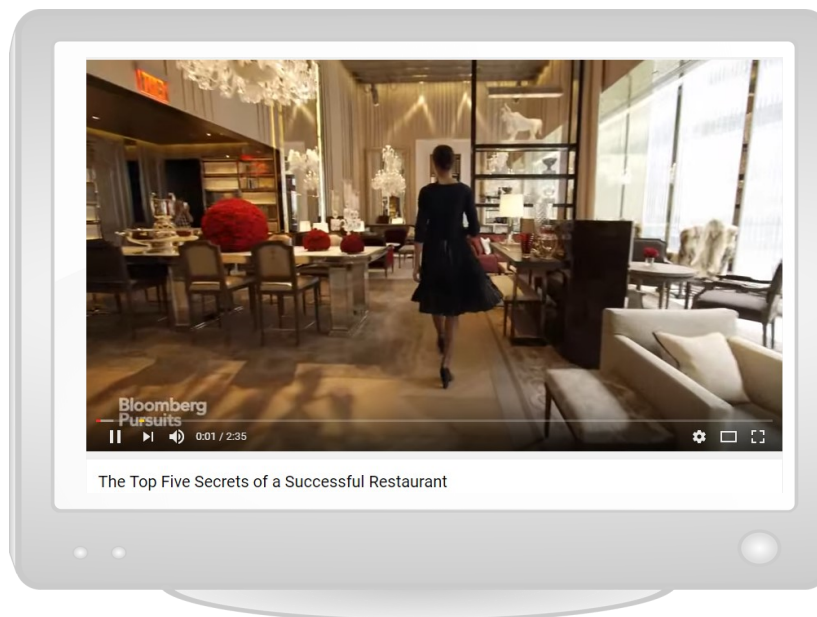


Vergeet niet dat een succesvol concept in het buitenland of bijvoorbeeld in een hippe stad, niet persé hetzelfde resultaat geeft op jouw locatie. Een gekopieerd concept kan tegenvallen. Werk het dus voldoende uit en start met een marktonderzoek.



“Begin iedere dag met dezelfde creativiteit en enthousiasme alsof je opnieuw je zaak opstart.”

Getuigenissen:



“Vijf topingrediënten bij het opstarten van een horeca-onderneming.”



Bezint eer je begint: “Restaurant start up mistakes.

How to open a Restaurant.”

“Blijf innoveren.”

Horeca is een trendgevoelige sector. Momenteel is er opnieuw aandacht voor ambachten, alles wat gezond is, het computer-tijdperk van reservatie en betalingen... Restaurants falen dikwijls omdat ze zich niet aanpassen noch vooruitkijken naar veranderende trends.

Je blijft succesvol door voortdurend te vernieuwen zodat je concurrentieel blijft.



Bronnen: Guidea (2015) en Parsa et al. (2005)



1. MARKTONDERZOEK

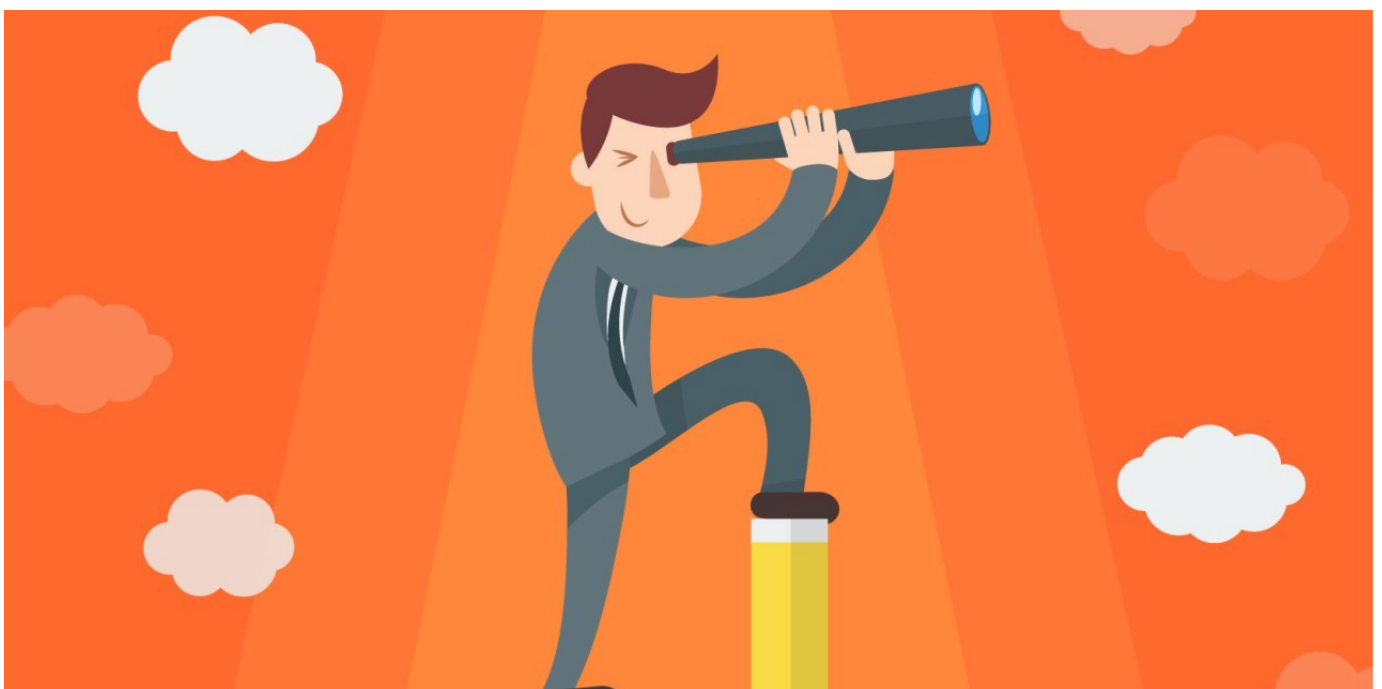
Ga op onderzoek om de haalbaarheid van je idee te toetsen. Beperk je hierbij niet tot je buurt maar durf ook over de haag te kijken: hoe doen ze het in de buurlanden.

“Lees reviews over de horeca-zaken die jouw idee grotendeels benaderen.”

Hoe begin je aan dergelijk onderzoek?

Wie zijn je potentiële gasten?

Opteer je voor jonge gezinnen met kinderen of ga je eerder voor het hipster type? Ga je de zakelijke toer op of verkies je eerder de toeristen? Wat verwacht je van het uitgavepatroon van je toekomstige klant? Welk inkomen verwerft hij gemiddeld? Waaraan spendeert hij zijn inkomen?



Is er een cliënteel voor je idee?

Hoe origineel of sterk je idee ook lijkt, zijn er voldoende klanten voor? Bestaat je doelgroep en is ze voldoende groot om te zorgen dat je je horecazaak kan uitbouwen?

Je concullega's

Welk horeca aanbod is er al in de buurt waar je wil opstarten? Wat is het concept van je concullega's? Spreekt het aan? Waarom wel, waarom niet? Hoe zou jij het doen? Waarom? Ga zelf ontdekken hoe je concullega's werken, praat met hen. Vraag naar hun ervaring. Wat zouden ze veranderen, wat zouden ze hetzelfde doen? Is er mogelijkheid tot samenwerking? Ga ook proeven en kijk hoe het er aan toe gaat. Vergelijk.

Nieuwe concurrenten

Het ontstaan van nieuwe types concurrenten kunnen de markt veranderen. Denk hierbij aan de opkomst van de deeleconomie, blurring ... Deze nieuwe concurrenten kunnen klanten wegnemen van bestaande ondernemingen.

2. MARKTETINGPLAN

Het marktonderzoek zorgt voor een concreter beeld over je toekomstige gast, je concullega's en de omgeving. Hoe bouw je nu verder je idee uit?

Hiervoor kijken we eerst naar de marketing mix:

De 7P's van de marketing mix



7.

PRODUCT*Product*

In het startersplan vertalen we product niet alleen als de gerechten en de drank die je aanbiedt. Ook de manier waarop je ze aanbiedt, de sfeer, het concept ... horen daarbij.

Wat serveer je aan je gasten? Op welke manier serveer je dit aan je gasten? Welke keuze geef je ze? Serveer wat je doelgroep ook verwacht te vinden bij jou. Onderscheid je van je concullega's: bied geen eenheidsworst aan. Hoe verschilt jouw aanbod van het aanbod van je concullega's?

2.

PLACE*Plaats/ locatie*

Dit is de plek waar je moet zitten met je restaurant. De bepalende factoren hierbij zijn je concept, je doelpubliek en je imago.

3.

PRICE*Prijs*

Prijs staat in verhouding met de kwaliteit van het eten, de drank en het totaal concept. Gasten zijn bereid te betalen voor kwaliteit indien dit effectief zo is. Stem je prijs correct af op je doelgroep. Een voorbeeld van de kostprijscalculatie vind je onder stap 3 bij het financiële luik.

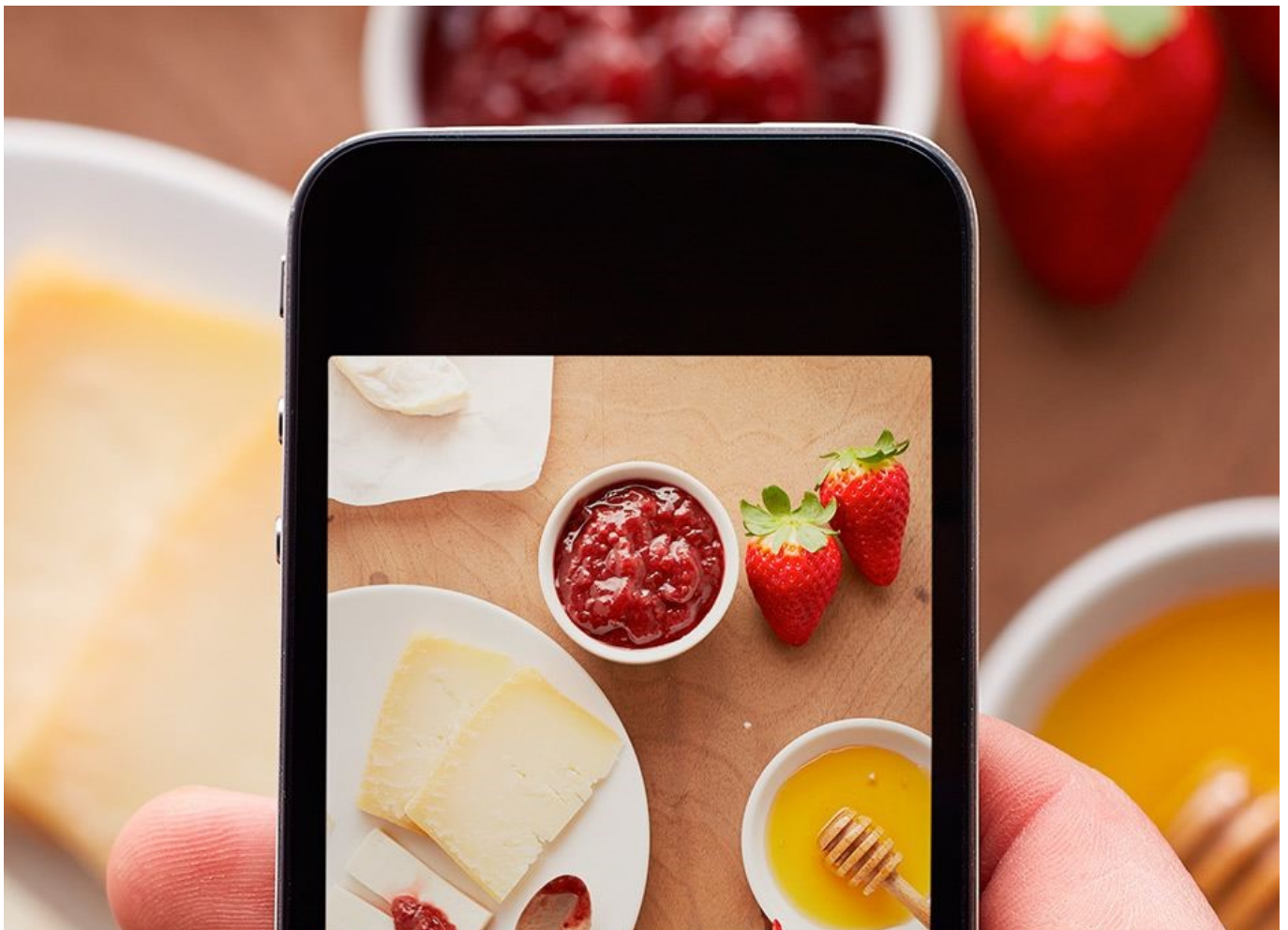
4.  *Promotie*
- Als starter krijg je soms aandacht van journalisten in sectorgerelateerde tijdschriften. Ook social media is niet weg te denken. Een hippe website, mooie foto's en positieve recensies zijn cruciaal bij de opstart. Hiermee bouw je meteen een specifiek imago op. Ook mond-aan-mond reclame blijft een niet te onderschatten vorm van promotie.
5.  *Personeel*
- “The right man on the right place”: iedereen, ook jij en eventueel je levenspartner, maken deel uit van jouw project. Heb je bij het aanwerven je medewerkers voldoende doorgelicht? Staat de juiste persoon op de juiste plaats? Weet iedereen duidelijk wat van hem/haar verwacht wordt? Zo ook je leveranciers, boekhouder... Zij zorgen er immers ook voor dat je langetermijnvisie gerealiseerd wordt.
6.  *Proces*
- Dit verwijst naar de beleving van de gast zodra hij kennis maakt met je horeca onderneming. Hoe ervaart hij dit? Je idee moet dus kloppen van het begin tot het einde. Het idee is de rode draad vanaf de eerste indruk. Het opnemen van de telefoon, het surfen op je website of een eerste bezoek aan je horecazaak ... zorg dat alles in dezelfde lijn ligt. Doe wat je je gast belooft.

7.

PHYSICAL
ENVIRONMENT

Fysiek bewijs

Je concept fysiek vertalen, mondt uit in het concretiseren van je idee: je locatie, je menukaart, je personeel en vooral de manier waarop je gerechten en dranken presenteert. De gastvrijheid maak je fysisch door de uitstraling van je personeel: hun glimlach, de manier waarop ze omgaan met de gasten en hun zaaluniform. Ook getuigenissen van gasten of vrienden op je website zijn de fysieke weergave van hoe jij je zaak uitbaat.



USP (Unique Selling Proposition)

Dit is een product of dienst die je uniek maakt tegenover je concullega's. Gasten kunnen deze dienst of product alleen bij jou verkrijgen. De horeca is een zeer bedreven sector. De hoeveelheid concullega's in een bepaalde regio speelt een rol in de overlevingskansen van je horecaonderneming. Net zoals de manier waarop je je horecazaak leidt. In een buurt met veel restaurants is het onmisbaar je te onderscheiden. Ligt je zaak daarentegen afgelegen, vraagt dit meer inspanning op zichtbaarheid en toegankelijkheid. Door het hanteleren van een USP, ga je je onderscheiden van andere horecazaken.

Om deze te bepalen, stel je de volgende vragen:

- *Wat is bij jou uniek?*
- *Waarin verschil jij van je concullega's?*
- *Waarom zouden gasten bij jou komen eten of net niet?*

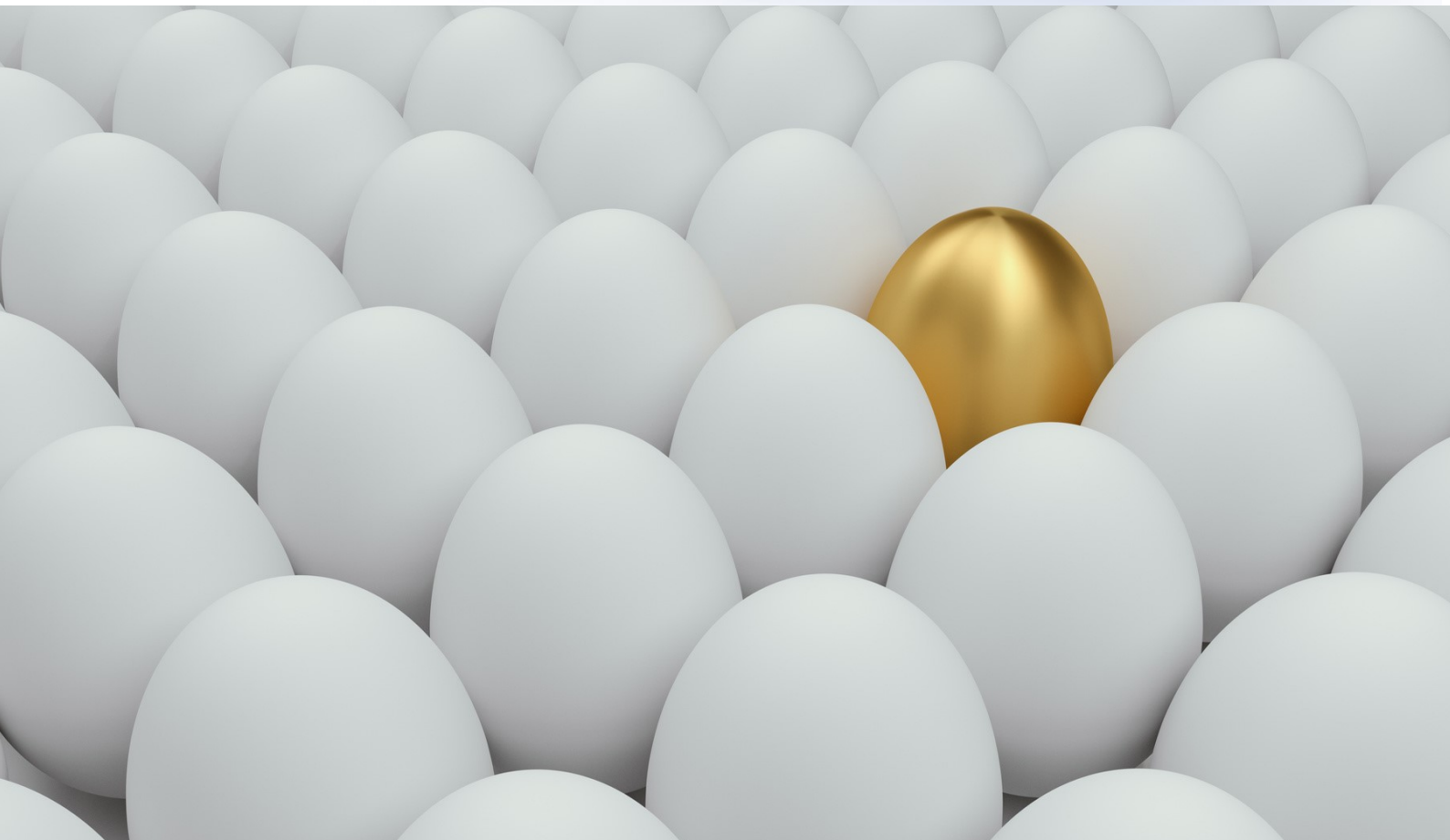
Een aantal voorbeelden van een USP :

- *Groenten uit je eigen tuin serveren*
- *Unieke locatie*
- *Thema interieur*



Te onthouden!

- *Analyseer je concullega's, je toekomstige gasten, de markt waarop je terecht komt.*
- *Stel je marketingplan op aan de hand van de 7p's.*
- *Neem de nodige tijd.*
- *Bepaal je USP.*



STAP 3: HET UITTEKENEN

Na alle onderzoekswerk is het tijd om je idee uit te werken. Dit begint bij het vinden van de juiste plaats.

1. LOCATIE

Hoe mooi en ideaal een pand en zijn ligging ook is, het draait om omzet en winst maken, efficiënt en vlot kunnen werken. Vaak ontbreekt het aan een goede match tussen het concept van het restaurant en de gekozen locatie.

Begin doordacht en met voldoende tijd te zoeken naar de geschikte locatie. Een goede locatie brengt klanten met zich mee en vergemakkelijkt de financiële sterkte van de horecazaak. Bij het kiezen van de juiste locatie komt veel kijken zoals toegankelijkheid, zichtbaarheid, kosten, passage, concurrentie ... Een immo makelaar kan je hierbij helpen. Ga na of je niet te maken hebt met beschermd erfgoed of een beschermd dorps- of stadsgezicht. Zoek uit of er sprake is van verontreinigde grond op de plaats van het pand. Een bestaand pand laat je nakijken op verborgen gebreken.

Denk er wel aan dat aan een aantrekkelijke locatie een prijskaartje hangt. Weeg dit af tegenover de huurprijs, indien je beslist een pand te huren. Huur is een vaste kost en kan financieel zwaar doorwegen als de inkomsten tegenvallen.



Ligging - Bereikbaarheid

Naargelang je doelgroep en het type horecazaak dat je wil opstarten, kies je voor je eigen gemeente, een trendy stad of een industriegebied:

- *Hoe bereikbaar wil je zijn?*
- *Hoe is de omgeving?*
- *Zijn er binnenkort wegenwerken gepland?*

Ga je de gastronomische toer op, dan komen je gasten meestal niet uit de buurt. Voldoende parkeergelegenheid aan je zaak of dicht in de omgeving is dus een troef. Kies je eerder voor het serveren van een frisse pint aan fietstoerisme, dan zoek je een pand in de buurt van fietsroutes. Een fietsenmaker in de buurt of zelf een handige Harry zijn, kan een USP zijn voor je zaak. Bij een fietscafé heb je trouwens meer fietsplaatsen nodig dan autoparkeerplaatsen.

Afhankelijk van je budget, ga je:

- *Bouwen,*
- *Een bestaand pand inrichten,*
- *Overnemen of*
- *Renoveren.*



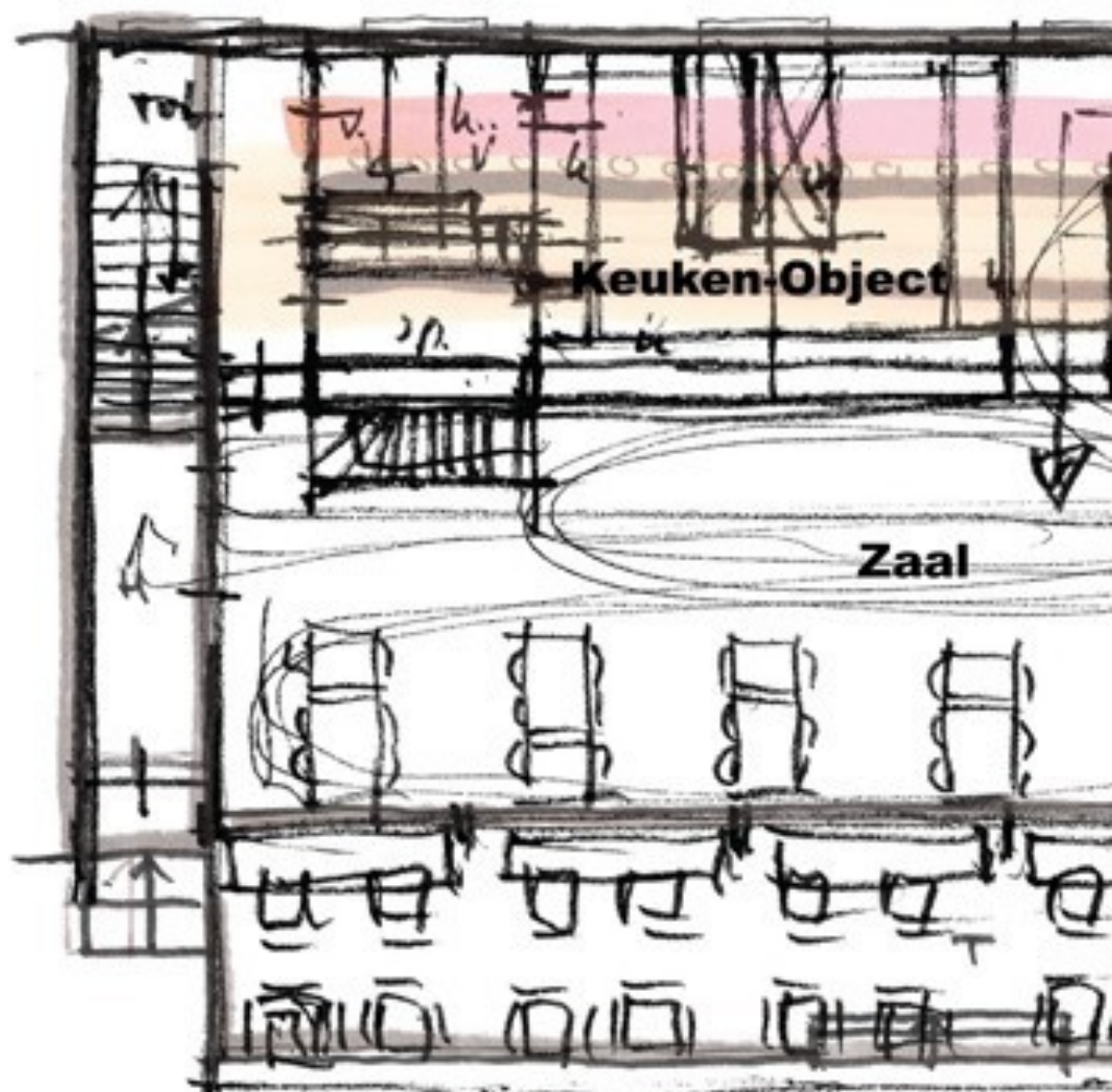
Ga je bouwen of renoveren, neem dan ruim de tijd om te overleggen met ervaren architecten, bouwfirma's en vakmensen. Ervaring in de horeca is hierbij zeer belangrijk. Vraag naar referenties en ga een kijkje nemen. Spreek ook met die uitbaters. Wat zouden zij opnieuw doen bij een nieuwe start, wat zouden ze veranderen?

Neem je een zaak over of ga je een bestaand pand inrichten: informeer waarom de zaak wordt overgelaten. Vraag naar cijfers, spreek indien mogelijk, met het overgebleven personeel, bel eens aan bij de burens. Als het pand leeg staat, achterhaal dan de reden vóór je in een ongewenst avontuur belandt.

Indeling

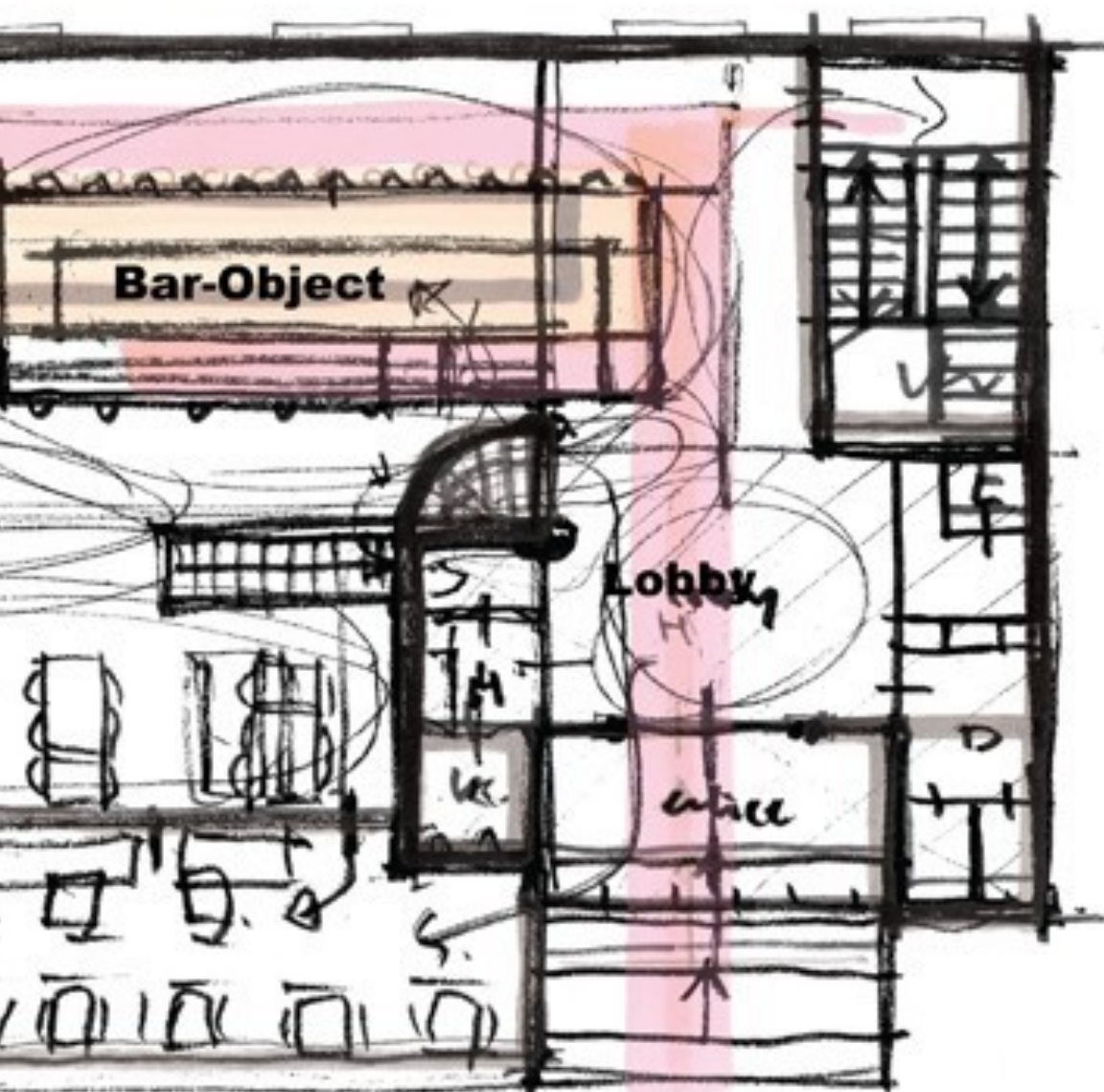
Bekijk het pand en zijn indeling als jouw toekomstige horecaonderneming.

- *Welke werkzones zijn er, welke heb je nodig?*
- *Wat zijn de kenmerken van de werkzones?*
- *Ga je er ook wonen? Welke ruimtes zijn er voor ter beschikking?*



Voor je het pand aankoopt, zorg dat je de kost van de renovaties of verbouwingen kent. Vraag verschillende offertes en vergelijk.

Indien je samenwerkt met een brouwerij; overleg en lees goed je contract. Bekijk de checklist op www.horecavlaanderen.be om te weten of het contract je voldoende ademruimte geeft.



2. INRICHTING

Keuken

De keuken vormt het hart van je horecaonderneming. Snel en praktisch werken is primordiaal als je tevreden klanten wenst. Een grote keuken is niet per se een praktische keuken. Kies daarom een professionele keukenleverancier die begrijpt waar je naartoe wil en die je budget respecteert. Neem tijdig **contact** op. Hou rekening met de hygiëneregelgeving, opgelegd door het [Federaal Agentschap voor de Veiligheid van de Voedselketen](#) (FAVV). Overleg regelmatig en stuur bij. Bespreek met collega's hoe zij het werken in hun keuken ervaren. Wat zorgt ervoor dat ze vlot kunnen werken? Wat is te wijzigen om dit efficiënter te doen?

De 5 belangrijkste punten bij het inrichten van je keuken zijn:

- 1 **Locatie:** Waar breng je je keuken onder in het geheel? Denk hierbij aan het aantal bereidingen, het aantal couverts en de verschillende diensten die je op een dag doet. Ga je enkel voor lunch en diner met service coupé? Open je al voor ontbijt of serveer je ook pannenkoeken?
- 2 **Hygiëne:** Zorg dat de keukenruimtes vlot te reinigen en desinfecteren zijn. Voor alles een plaats en alles op zijn plaats. Bewaak de veiligheid en ergonomie. Volg de regels in de AutoControleGids van het FAVV.



3 De routing: Stippel je routing uit en test ze in het pand dat je voor ogen hebt. Wat gaat vlot en wat gaat minder vlot? Welke zijn de struikelblokken? Bij het uittekenen van je routing denk je aan de weg die je aflegt:

- het in ontvangst nemen van grondstoffen en producten,
- het bewerkingstraject,
- de route van het afval en,
- het personeelscircuit.

4 Ontvangst van goederen: Werk je enkel met verse producten, verkies je halffabricaten of eerder diepvriesproducten? Hou dan rekening met het zo snel mogelijk opslaan van je goederen na ontvangst. Zorg dat je voldoende ruimte hebt dichtbij je werkplaats. Zo verlies je tijdens de mise-en-place of dienst niet onnodig tijd.

5 Opslag en materialen

- **Opslag:** De juiste producten op de juiste plaats. Heb je veel of weinig koelruimte nodig? Hoeveel droge voeding bewaar je? Hou steeds rekening met het FIFO principe (First In First Out).
- **Materialen:** Denk aan het **onderhoud** van je materialen. Voorzie een vaste plaats voor je materialen na het afwassen. Waar plaats je alle grote keukenmaterialen? Ook hier telt de routing. Waar kan je op besparen en waarop niet? Bekijk of je 2^{de} handsmateriaal kan gebruiken.



Zaal

Het gekozen concept vind je ook terug in je inrichting en indeling. Deze is vooral functioneel, praktisch en vlot werkbaar voor je werknemers. Of je nu kiest voor een interieurontwerper of je doet het zelf, evenwicht tussen gezelligheid en functionaliteit is de boodschap. Ga je toch voor een interieurspecialist, kies iemand met horeca ervaring. Wil je zelf aan de slag dan kan je ideeën opdoen bij concullega's, beurzen, interieurwinkels, boeken ...

Volgende punten zijn alvast mee te nemen:

- ➔ Verlichting:
 - Volg je concept. Zorg binnen voor een evenwicht tussen gezelligheid en zichtbaarheid. Gasten zien graag wat ze eten. Werk eventueel met dimlichten.
 - Gezien worden, zowel binnen als buiten, is een bron van inkomsten. Als potentiële gasten jouw zaak niet zien en niet vinden, kunnen ze ook niet binnenkomen.
- ➔ Kies meubelen en interieurspullen die gemakkelijk te onderhouden zijn zonder overdreven gebruik van schoonmaakmiddelen.
- ➔ Ga voor duurzaam materiaal: meubelen, vloeren ... worden veel intenser gebruikt dan in een gewoon huishouden. Degelijkheid is hier de boodschap.
- ➔ Slijtvaste vloeren en eenvoudig te onderhouden vloeren (ergonomie).



→ Kies voor een flexibel interieur. Dit vergemakkelijkt het ombouwen van je zaal:

- Zorg voor multifunctionele tafels.
- Stem de hoogte van de tafel af op de zithoogte van de stoelen. Het verschil bedraagt gemiddeld 30 cm.
- Voorzie comfortabele en (eventueel) stapelbare stoelen.
- Sta stil bij de tafelgrootte.
- Onthoud dat restauranttafels groter zijn dan brasserietafels.
- Zorg dat je tafels praktisch zijn bij het opstellen van feesten, vergaderingen ... Let dus op het onderstel.
- Zorg dat je vlot tussen de tafel- en stoelopstelling kan manoeuvreren.
- Denk na over de plaats van je (centrale) servicetafel.

Vermijd overdaad.

→ Hou het gezellig, zakelijk en praktisch voor je personeel en afgestemd op je concept en doelgroep.

→ Stijlvolle **decoratie** hoeft niet duur te zijn. Heel wat tweedehandssites, kringwinkels, rommelmarkten, outletstores, websites ... bieden mooie spullen aan tegen democratische prijzen.

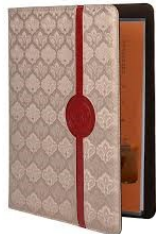
→ Horen **kinderen** bij je doelgroep; voorzie dan een praktische, veilige speelhoek. Heel wat tips en info vind je in de brochure "[Kinderen aan tafel](#)" van Horeca Vlaanderen.



Aandachtspunten

Bij het opdekken van de tafel

- Kies naargelang je doelgroep voor linnen of papieren servetten/tafelnappen. Ga voor kwaliteit: een degelijke papieren servet/tafelnap die een maaltijd kan meegaan; een linnen servet of tafelnap die de vele wasbeurten overleeft.
- Overweeg leasing van linnen. Zo vermijd je versleten linnen en blijf je mee met de trends zonder prijzige investering.
- Koop servies dat noch te zwaar noch te groot is (ergonomie).
- Kies bestek dat gemakkelijk onderhoudt en handig is voor de gast. Het hipste of duurste mes snijdt vaak moeilijk of is niet makkelijk te hanteren.
- Bespreek vooraf welke dranken je serveert in welke hoeveelheid. Stem de aankoop van je glazen daarop af. Vraag verschillende offertes en vergelijk.
- Breng een bezoek aan verschillende horecagroothandels/bedrijven en vergelijk hun aanbod. Zo krijg je een idee van prijs, kwaliteit en hoeveelheid.
- Denk aan de opbergplaats voor alle zaalmateriaal.
- Leg een reservevoorraad van het zaalmateriaal aan. Zo leiden breuken of beschadigingen niet meteen tot nieuwe aankopen.
- Vraag je leverancier hoelang het gekozen bestek, de glazen, servies en linnen te verkrijgen zijn. Zo vermijd je dat je servies op korte termijn niet meer aan te vullen is na breuk of beschadiging



Bij de stoelkeuze

- Zorg voor comfortabele, ruime stoelen.
- Kijk of er voldoende stoelen aan de voorziene tafels kunnen.
Naargelang je type horecazaak geldt de volgende norm:
 - Luxe restaurant: 2,5 m² per stoel/gast
 - Brasserie/trendy restaurant: 1,75 m² per stoel/gast
 - Fast food restaurant: 1,25 m² per stoel/gast

Bij het installeren van de bar

Voor welk soort bar opteer je:

- De bar die het bedienend personeel gebruikt om dranken te maken en te serveren aan de klant?
- De bar waar gasten een aperitief of pousse-café kunnen nemen?
- De bar waar gasten de mogelijkheid hebben om aan te drinken en te eten?

Naargelang de gekozen bar, ga je kijken waar je hem plaatst. Dit kan op 3 manieren: aan de voorkant, in het midden of achteraan in je zaak. Hou hierbij rekening met de ligging van waterleidingen, afvoer en elektriciteit.



Office

Dit is de plaats waar de zaalmedewerkers allerlei voorbereidingen of m.a.w. de mise-en-place kunnen doen. Je kan er de voorbereidingen treffen voor het aperitief. Ook koffie en thee zetten of de administratie vervullen, kan in het office. Deze ruimte “achter de schermen” hoeft niet groot te zijn maar wel praktisch. Iedere horecaondernemer vult deze plaats in naar eigen noden en houdt ze proper en overzichtelijk.

Toiletten

Het “kleine kamertje” is het uithangbord van je zaak. Vuile toiletten betekenen dat je het niet nauw neemt met de hygiëne. Gasten nemen vaak de netheid van de toiletten als maatstaf voor het totale hygiënebeeld van je horecaonderneming.

Je kiest daarom het beste voor hangtoiletten. Ze zijn duurder in aankoop maar zorgen voor gemakkelijker onderhoud. Je kan ze bovendien op verschillende hoogtes laten installeren.

Denk ook aan:

- de geldende normen voor mensen met een beperking;
- baby's die te verschonen zijn;
- mogelijke geurhinder;
- voldoende toiletten voor heren en dames;
- lichte kleuren voor vloeren (is hygiënisch);
- gezellige warme kleuren aan de muren.

→ Handen wassen:

- Zorg dat er voldoende papier of gastendoekjes zijn voor het drogen van de handen. Papieren handdoeken, niet de handdrogers, zijn nog steeds de meest hygiënische manier.
- Zorg dat de voorraad vloeibare zeep steeds aangevuld is.

→ En verder:

- Een aangename geur in de toiletten benadrukt dat je hygiëne heel belangrijk vindt.
- Een gezellige toets zoals een geurkaars, bloemstuk of andere decoratie wijst op jouw aandacht voor de gast. Overdrijf hier wel niet in.
- Maak duidelijk waar het toilet zich bevindt. Maak er geen zoektocht van voor je gasten.



Terras

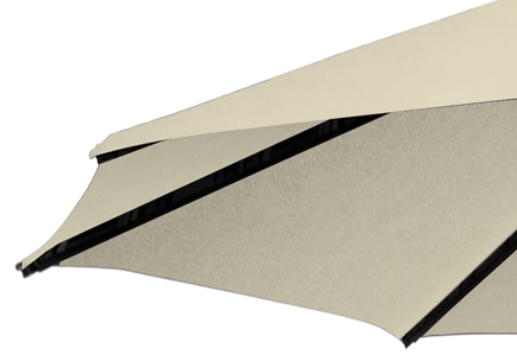
Ga je voor een pand met een terras, stel jezelf de vraag gedurende welke periode je deze wil benutten. Vraag na bij je gemeente wat de regelgeving hier rond is.

Aandachtspunten:

Heb je een terras dat niet onmiddellijk zichtbaar is voor je gasten: communiceer dit dan. Maak gebruik van foto's op je website en andere sociale media, je menukaart, in publiciteit ...

Bij aankoop van terrasmeubilair let je op volgende zaken:

- Teakmeubelen zijn duurder in aankoop maar gemakkelijker in onderhoud, duurzamer en gezelliger.
- Terrasmeubilair in kunststof voelt kouder aan, vraagt dagelijks onderhoud en is niet zo stevig. Zeker niet bij een flinke windstoot.
- Zorgt een horecaleverancier of de brouwerij voor je meubilair, blijf dan trouw aan je concept en wijk daar niet van af.
- Kijk of stoelen gemakkelijk stapelbaar zijn als je je terras iedere avond opruimt. Eenvoudig te verplaatsen of inklapbare tafels zorgen voor een vlottere verhuis of opruim.
- Zorg voor één (of meerdere) servicetafels op je terras. Dit garandeert een vlottere service.
- Opteer voor een buitenbar. Dit biedt extra mogelijkheden zoals een vlotte service van frisse dranken. Het levert zowel jou als de klant extra tijd op.





Naast meubilair let je op:

→ Windschermen die voldoende hoog zijn: ze houden de wind tegen en behouden het vrije zicht van je gast. De ideale hoogte van een windscherm is 1,5m.

→ Parasols:

- zijn groot genoeg;
- brengen voldoende schaduw;
- zijn van degelijke en stevige kwaliteit net zoals de voet;
- kunnen tegen een windstoot;
- zijn waterbestendig.

→ Terrasverwarmers:

- geven voldoende warmte;
- zijn zuinig in verbruik;
- zijn voldoende aanwezig in verhouding tot de grootte van je terras;
- staan op de juiste plaats.

→ (Fleece) Dekens:

- vangen de eerste buitenkoude op;
- zorgen voor extra service én gastvrijheid;
- zijn voldoende aanwezig;
- hoeven niet duur te zijn in aankoop.

→ Terrasverlichting:

- mag niet te sterk zijn of verblinden;
- mag niet te donker zijn;
- is voldoende aanwezig;
- is niet te vervangen door kaarsjes die weinig licht geven;
- is waterdicht als ze in de grond wordt aangebracht;
- wordt onmiddellijk vervangen bij breuk of defect.

→ Terrasvloer

- is degelijk en onderhoudsvriendelijk;
- is antislip bijvoorbeeld na een regenbui. Kies je voor hout, ga dan voor een ruwere afwerking



3. PERSONEEL

Werf je personeel aan? Kijk dan eens op <http://www.guidea.be/Lonen-vergoedingen> en <http://www.guidea.be/Personeel>

Eens je personeel aanwerft, kan je je toekomstige medewerkers ook inspraak geven in het verder uitwerken van je concept. Zo voelen ze zich betrokken bij de opstart en het uitwerken van hun dagelijkse werkomgeving.

Heb je nood aan opleidingen voor je medewerkers? Op www.fanvanhoreca.be/opleidingen/werknemers vind je heel wat opleidingen voor je personeel.

Samenwerken?

Kies je om samen te werken met je partner of een vennoot? Zet dan alles duidelijk op papier. Maak m.a.w. een **contractuele verbintenis**.

Hoe graag je je ook partner ziet, hoe sterk de band ook is, een breuk kan altijd. Er wordt veel leed bespaard op privé en zakelijk vlak als alles duidelijk op papier staat. Zo ook als je samenwerkt met een vennoot. Vraag hiervoor advies aan een notaris. Maak vooraf een lijst met al je vragen.



4. VERGUNNINGEN EN ATTESTEN

Bekijk zeker eens onze website rond dit thema op <http://www.guidea.be/Vergunningen-attesten>

WAT HEB JE NODIG?

Ga na welke vergunningen en attesten je zaak nodig heeft.

ALLE

RESTAURANT

CAFÉ

Zoeken

Aangifte voor camerabewaking

Hoe regel je de aangifte voor camerabewaking?

Afvalstoffen Ovam

Hoe regel je de afval in je horecazaak?

Attest van HACCP-opleiding

Vóór je van start gaat in de horeca, leren je medewerkers en jij hoe je hygiënisch werkt.

Basiskennis bedrijfsbeheer

Om je zaak te kunnen opstarten, heb je basiskennis bedrijfsbeheer nodig.

Beroepskennis/vestigingsattest

Naast je basiskennis bedrijfsbeheer, is beroepskennis noodzakelijk.

Billijke vergoeding

Een vergoeding voor het gebruik van vooraf opgenomen muziek.

Brandweerattest (eetgelegenheden)

Is je pand of het pand dat je huurt, in orde met de voorschriften i.v.m. brandveiligheid?

Hygiëne attest

Een hygiëne attest bevestigt dat je horeca onderneming voldoet aan de hygiënische eisen.

Kopieerrechten (Reprobel)

Niet alles mag zomaar gekopieerd worden in je horecaonderneming.



3. HET FINANCIËLE LUIK

Voldoende startkapitaal is één van de voorwaarden voor het openen van een horecaonderneming. De eerste jaren zijn niet direct winstgevend. Reservekapitaal is nodig om te kunnen overleven en om onverwachte omstandigheden op te vangen. Je werkkapitaal staat ook onder druk door de afbetaling van je lening.

Business plannen schrikken jonge ondernemers vaak af om op te starten. Nochtans verhoogt zo'n plan de kans op slagen. Curatoren en rechters van handelszaken beschouwen een zwak businessplan als tweede belangrijkste oorzaak van falen.

Bron: Unizo 2015



Het financieel plan

Een goed businessplan uitwerken en voorleggen aan de bank is één ding. Je startfase financieel overleven is een ander verhaal. Bekijk dus eerst wat je persoonlijk financieel kapitaal is.

- *Wat heb je aan geld?*
- *Hoeveel heb je nodig?*
- *Heb je gedurende de voorbereidingsperiode een maandelijks inkomen waarop je kan rekenen? Of moet je het een tijd zonder doen?*
- *Hoeveel geld heb je nodig om van te leven?*
- *Hoeveel spendeer je maandelijks?*
- *Wat zegt je spaarrekening?*
- *Heb je nog andere investeringen?*

Werk je samen met een vennoot of partner, bespreek jullie financiële situatie op een transparante manier.

Ga voor het financiële plan naar onze startersapplicatie op:

<http://www.guidea.be/Starten-optimaliseren>



HOME NIEUWS LINKS TEAM PARTNERS

STARTEN & OPTIMALISEREN
VERGUNNINGEN & ATTESTEN

LONEN & VERGOEDINGEN
CIJFERS HORECA



Starters

The Yellow Submarine

 24/04/17 10:04:15

Overzicht

Ingave

- Algemene variabelen
- Starterskosten
- Exploitatie kosten
- Financiering
- Uitbating
- Andere inkomsten / uitgaven

Resultaten

- Exploitatie kosten
- Kosten
- Uurrooster
- Omzet
- Budget
- Liquiditeitsplan
- Totaal



CONTACT



DINGEN PROJECTEN & STUDIES PERSONEEL
CABELEIDSPLAN

applicatie

Welkom bij de Guidea startersapplicatie

Je bent goed op weg!

Hier en daar ontbreken nog wat gegevens om een goede simulatie te maken van je horecazaak. Vul de simulatie verder aan om relevante resultaten te bekomen.

Tips

- Je kan op elk moment de resultaten bekijken en ingevulde gegevens aanpassen.
- Alle wijzigingen worden onmiddellijk opgeslagen (er is geen "save" knop).
- Je kan de simulatie op elk momenten verlaten en op een later tijdstip verder bewerken door je opnieuw aan te melden op de Guidea website.

Prijscalculatie

Om de prijs van je producten te berekenen, hou je met de volgende factoren rekening:

→ *De kostengerelateerde factor:*

De kosten om het gerecht of de drank te maken en te leveren: Dit houdt de aankoopprijs van de ingrediënten, je elektriciteit en gas, personeel ... in.

→ *De waardegerelateerde factor:*

De prijs die je gast bereid is te betalen voor je gerechten en je service.

→ *De marktgebaseerde factor:*

De prijzen die je concullega's vragen.



Voorbeeld van prijs- en kostenberekening croque monsieur:

Recept voor:	0,14	kg	Croque Monsieur			
Productgroep bestanddeel	Benodigheden	Reële kostprijs per liter / kilogram	Te gebruiken hoeveelheid liter / kg	Kostprijs gebruikte hoeveelheid	BTW percentage	BTW terug te vorderen
Droog	brood: wit, ongesneden	€ 2,99	0,070	€ 0,21	6%	€ 0,01
Zuivel_food	jonge Kaas	€ 11,65	0,030	€ 0,35	6%	€ 0,02
Vlees	ham, been, Bryedel, sneden	€ 21,74	0,030	€ 0,65	6%	€ 0,04
Zuivel_food	boter: blok, keuken	€ 4,51	0,010	€ 0,05	6%	€ 0,00
			Aantal kg ingrediënten:	0,14		
			Kookfactor:	-2%		
			Aantal kg eindproduct	0,137		
			Kostprijs	€ 1,26	Terug te vorderen BTW	€ 0,08
			Croque Monsieur	KP per kg eindproduct: € 9,15	BTW percentage bereiding	6%

Één van de gerechten op je menukaart is croque monsieur. We nemen hier als voorbeeld enkel de croque zonder slaatje, mayonaise of ketchup.

Je koopt daarvoor volgende producten aan:

- wit ongesneden brood,
- jonge kaas,
- ham en
- boter.

De aankoopprijs van de producten vind je in de kolom “reële kostprijs per liter/kilogram”. In de kolom “te gebruiken hoeveelheid per liter/kg” noteer je hoeveel je juist gebruikt van alle producten per bereiding voor 1 persoon. Bij “kostprijs gebruikte hoeveelheid” noteer je wat de bereidingsprijs is per persoon. Je berekent dit als volgt:

- $€ 2,99$ (aankoopprijs brood) $\times 0,07$ (de hoeveelheid die je gebruikt) = $€ 0,21$ kostprijs voor brood
- $€ 11,65$ (aankoopprijs kaas) $\times 0,03$ = $€ 0,35$ kostprijs voor kaas
- $€ 21,74$ (aankoopprijs ham) $\times 0,03$ = $€ 0,50$ kostprijs voor ham
- $€ 4,51$ (aankoopprijs boter) $\times 0,01$ = $0,05$ kostprijs voor boter

Na het roosteren van de croque heb je verlies aan broodgewicht. Dit verlies wordt uitgedrukt in “kookfactor -2%”. Het percentage staat voor de hoeveelheid “vochtverlies” van het brood door het roosteren.

Ander voorbeeld van “kookfactor” is het koken van pasta. Het gewicht van pasta wordt groter door het opnemen van water tijdens het koken. De hoeveelheid water neemt af terwijl het gewicht van de pasta toeneemt.

Op tijd stoppen

Leveren je berekeningen toch niet het gewenste financiële resultaat, stop dan tijdig.

Zo vermijd je een zware (financiële) kater en kan je tijdig de schade beperken.



Een getuigenis:

Eethuis MariLoup te Brugge:





Te onthouden!

- *De ligging en bereikbaarheid in functie van je concept zijn heel belangrijk.*
- *Stem de inrichting af op indeling van het pand.*
- *Zijn er verbouwingen nodig?*
- *Neem de nodige tijd en ga niet overhaast te werk.*
- *Kies de juiste vakmensen.*
- *Maak de juiste berekeningen, wees realistisch en maak een gefundeerde beslissing.*
- *Ons businessplan <http://www.guidea.be/Starten-optimaliseren> helpt je hierbij.*

STAP 4: HET OPSTARTEN

Opstarten betekent hier dat je gaat proefdraaien vóór de effectieve opening van je horecazaak. Je nodigt vrienden, familie, ... uit om te kijken of je klaar bent voor het openen van je horecaonderneming.

Door een week proef te draaien kan je de kinderziektes bijsturen waar nodig. Zo open je je zaak met een beperkt risico op het fout lopen van een service.

Maak vooraf een draaiboek van die opstart. Vink af wat er al in orde is. Controleer regelmatig.

- *Heb je alle nodige vergunningen en attesten?*
- *Ben je in orde met alle overige formaliteiten?*
- *Als je alleen werkt: heb je zicht op al je taken en de inhoud van het runnen van je zaak?*
- *Werk je met personeel: weet iedereen wat te doen, waar, wanneer ...*
- *Wat gaat vlot? Wat loopt minder goed?*
- *Zorgt de uitgestippelde routing voor een vlotte service zowel in de keuken als in de zaal?*
- *Wat zijn de bemerkingen van de gasten? Noteer ze en bespreek ze nadien met je medewerkers. Zoek samen naar oplossingen.*

Een aantal getuigenissen:

Bedrijf opstarten in 10 stappen:



Bedrijf starten in 10 stappen



DE OPENING

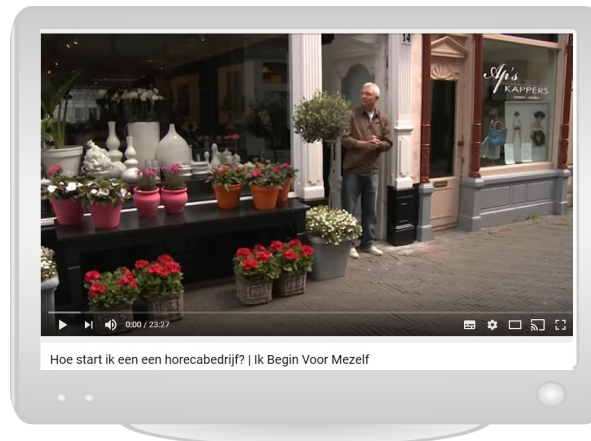
Na het proefdraaien van minimum een week en het wegwerken van hindernissen, ben je klaar om echt van start te gaan.

Veel succes.



Een aantal getuigenissen:

“Hoe start ik een horecabedrijf? Ik begin voor mezelf”



“Hoe start ik een grand café?”



“Terugblik”

