



DE UNIEKE ONDERNEMER

Ondernemingsplan
Grand Café Royale



Opdrachtgever: Mevrouw K.L. Gerritsen
De heer L.S. van der Kraan
Grand Café Royale



Datum: 15 januari 2012

Adviesbureau: De Unieke Ondernemer
+ 31 35 7110877
www.deuniekondernemer.nl
info@deuniekeondernemer.nl



DE UNIEKE ONDERNEMER

Versie: 1.0

De gegevens in dit onderzoek zijn met veel zorg opgesteld aan de hand van de beschikbaar gestelde informatie door de ondernemer en de in dit onderzoek vermelde bronnen. De realisatie van de indicaties hangt in grote mate af van de ondernemer zelf. De Unieke Ondernemer kan het beoogde resultaat niet garanderen en sluit uitdrukkelijk iedere aansprakelijkheid als gevolg van de dienstverlening van De Unieke Ondernemer uit.

Niets uit dit onderzoek mag verveelvoudigd en /of openbaar worden gemaakt op welke wijze dan ook zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van De Unieke Ondernemer.

Managementsamenvatting

De doelstelling is het opstarten van Grand Café Royale aan de Sint Janskerkstraat te Soest per 1 januari 2013 door de ondernemers Karlien Gerritsen en Luuk Van der Kraan. De ondernemers zijn hoog opgeleid, ervaren en enthousiast en bieden een modern en eigentijds horecaconcept met een goede keuken tegen een betaalbare prijs in een klassiek tijdloos interieur met hippe accenten. De oppervlakte van het Grand Café is 200 m² en heeft ongeveer 140 zitplaatsen. De ondernemingsvorm wordt een vof. De ondernemers spelen in op de vraag van de markt en de gemeente Soest een Grand Café neer te zetten, aangezien er nog geen Grand Café of een vergelijkbaar concept aanwezig is.

De concurrentie zal in de toekomst uiteraard toenemen. De belangrijkste huidige concurrent is Eetvilla van de Brink. Er wordt hard gewerkt aan promotie, naamsbekendheid en het voortblijven van de concurrentie omdat de behoefte van de consument snel verandert.

Debet	balans 1 januari 2013		Credit
Vaste activa	€ 271.000	Eigen vermogen	€ 75.000
Vlottende activa	€ 69.000	Vreemd vermogen lang	€ 225.000
		Vreemd vermogen kort	€ 40.000
Totaal	€ 340.000	Totaal	€ 340.000

De solvabiliteit is matig tot voldoende en bedraagt circa 22%.

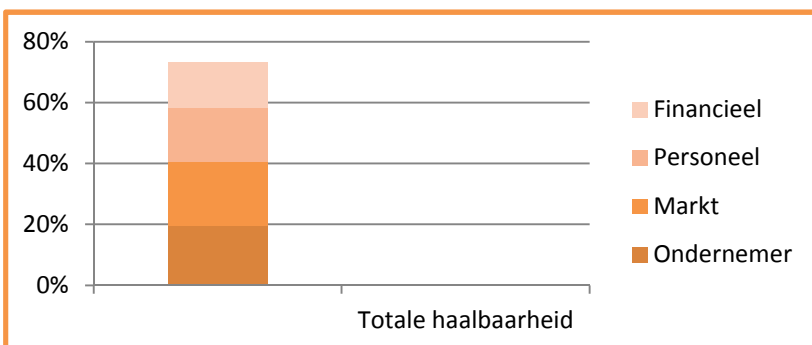
Exploitatiebegroting	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Totale omzet	€ 694.522	€ 850.660	€ 1.015.868
Inkoopwaarde 28%	€ 194.466	€ 238.185	€ 284.443
Brutowinst	€ 500.056	€ 612.475	€ 731.425
Totale kosten	€ 388.707	€ 422.965	€ 462.585
Bedrijfsresultaat	€ 111.349	€ 189.510	€ 268.840
Afschrijvingskosten	€ 48.333	€ 48.333	€ 48.333
Rentekosten	€ 23.200	€ 17.088	€ 14.225
Nettowinst	€ 39.816	€ 124.089	€ 206.282

De break-even omzet is circa € 640.000.

Liquiditeitsberekening	jaar 1	jaar 2	jaar 3
Liquiditeitsmutatie	€ 14.054	€ 35.886	€ 56.377

De liquiditeit laat geen tekorten zien en is voldoende om op korte termijn aan verplichtingen te kunnen voldoen.

Uit de haalbaarheidstest van De Unieke Ondernemer blijkt een kans van 73% dat deze onderneming succesvol zal zijn.



Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	4
1 DE ONDERNEMERS EN DE ORGANISATIE	8
1.1 Inleiding	8
1.2 Missie, visie en strategie	8
1.3 Doelstelling	8
1.4 Branche en bedrijfstype	8
1.5 Verklaring naam	9
1.6 De ondernemersintrodactie	9
1.7 Motivatie	11
1.8 Inkomensgegevens ondernemer	12
2 MARKETING	14
2.1 Marktonderzoek en trends	14
2.2 Enquête	16
2.3 Doelgroep	18
2.4 Bedrijfsformule	19
2.5 Product	19
2.6 Presentatie	19
2.7 Plaats	20
2.8 Personeel	21
2.9 Prijs	21
2.10 Promotieplan	21
2.11 Concurrentieanalyse	22
2.12 SWOT-analyse	24
2.13 Omzetprognose	25
2.14 Conclusie marketing	25
3 PERSONEEL EN ORGANISATIE	26
3.1 Ondernemingsvorm	26
3.2 Organigram	26
3.3 De personeelsbehoefte	27
3.4 Functieomschrijving	28
3.5 Functiewaardering en loonkosten	28
3.6 Motiveren van medewerkers	28
3.7 Rooster	29
3.8 Werkwijze	30
3.9 Externe Relaties	30
3.10 Wettelijke voorschriften	31
3.11 Managementinformatie	31
3.12 Conclusie Personeel & Organisatie	32
4 FINANCIËN	33
4.1 De balans	33
4.2 Toelichting op de balans	33
4.3 Investeringsbegroting	33
4.4 Financieringsbegroting	34
4.5 Exploitatiebegroting	35
4.6 Toelichting op de exploitatiebegroting	35
4.7 Liquiditeitsbegroting	39
4.8 Kengetallen	39
4.9 Conclusie Financiële planning	40
5 HAALBAARHEID	41

1 DE ONDERNEMERS EN DE ORGANISATIE

1.1 Inleiding

Ondernemers Karlien Gerritsen en Luuk van der Kraan gaan een Grand Café starten op de Sint Janskerkstraat in Soest. De overige horeca in Soest en omgeving zit erg verspreid over de hele gemeente en er is dus niet een echte horecastraat of -plein aanwezig. Ook is er nog geen echt Grand Café voor lunch en diner en daarom is de verwachting bij de ondernemers dat veel mensen in Soest hier behoefte aan zullen hebben.

De uitstraling van het Grand Café wordt een mengeling van hippe accenten en klassieke elementen waarbij gasten zich thuis moeten gaan voelen. De verwachting is dat Soestenaars niet zitten te wachten op een te hippe omgeving. Dit zal ook terug te zien zijn op de lunch- en de menukaart; hierop zullen klassieke smaken en gerechten centraal staan die op een verrassende wijze worden gepresenteerd.

Er wordt een 'Health'-kaart en een kleine cocktailkaart gepresenteerd om verschillende doelgroepen te trekken, maar zeker ook om de trend van gezond leven te volgen.

1.2 Missie, visie en strategie

De missie is het verwennen van mensen in een klassieke ambiance met hippe accenten. De achterliggende visie is dat mensen in het algemeen en Soestenaars in het bijzonder zich thuis zullen voelen in deze atmosfeer. De ondernemers willen van Grand Café Royale een begrip maken in Soest en omgeving. De strategie is het neerzetten van een nieuw concept, waardoor een nieuwe markt wordt aangeboord.

1.3 Doelstelling

De doelstelling is het oprichten van Grand Café Royale aan de Sint Janskerkstraat te Soest per 1 januari 2013 door Karlien Gerritsen en Luuk van der Kraan. Het Grand Café wordt een modern en eigentijds horecaconcept met een goede keuken tegen een betaalbare prijs en een klassiek tijdloos interieur met hippe accenten. De oppervlakte van het Grand Café is 200 m², waarbij ruimte is voor 142 zitplaatsen. De ondernemingsvorm wordt een vof.

De hoofddoelgroepen zijn zakenmensen en particulieren uit Soest tussen de 30 en 50 jaar. De subdoelgroepen zijn zakenmensen, particulieren en passanten uit Soest en omgeving.

De omzetprognoses voor de eerste drie jaar bedragen respectievelijk € 700.000, € 850.000 en € 1.000.000 en de winstprognoses € 40.000, € 125.000 en € 205.000.

Het middellange termijn doel is om van Grand Café Royale een bruisend begrip te maken in Soest en omgeving. Op lange termijn bestaat de mogelijkheid dat de ondernemers goede vervangers zoeken en hun peilers richten op een nieuw project.

1.4 Branche en bedrijfstype

Het bedrijfstype is een Grand Café en valt onder de Horeca branche. Het Grand Café is een horecagelegenheid met uitgebreide lunch, borrel en live-entertainment. Het heeft een dag-, avond- en nachtfunctie en serveert alcoholische en non-alcoholische dranken.

Branche en consument

De afgelopen jaren is het consumentenvertrouwen in de horeca verbeterd. De omzet van Grand Cafés is gestegen door hogere verkoopprijzen en meer zakelijke en toeristische bestedingen. Ook voor 2012 wordt omzetgroei verwacht. De kostprijs is echter ook gestegen door hogere energietarieven en prijzen voor groente, vlees en koffie. Door de toenemende concurrentie staan marges onder druk en moeten ondernemers goed op de kosten letten. In de periode 2009–2011 vlakt de omzetgroei af (Bron: Cijfers en trends bedrijfschap horeca en catering).

Lonen

Voor 2012 wordt verwacht dat mensen meer gaan sparen, waardoor de omzetbestedingen in de horeca bescheiden zullen groeien. De loonkostenontwikkeling in de horeca is de afgelopen jaren beperkt gebleven, maar in de nabije toekomst zijn door personeelskrapte hogere lonen te verwachten. Het vinden van geschikt personeel zal een uitdaging blijven (Bron: Cijfers en trends bedrijfschap horeca en catering 2011).

Faillissementen en exploitatieduur

In de horeca is het aantal faillissementen sinds 2006 dalende (Bron: CBS). In de regel houden 45% van de restaurants binnen vijf jaar op te bestaan (Bron: Bedrijfschap horeca en catering).

1.5 Verklaring naam

De naam van het nieuwe concept wordt Grand Café Royale omdat het een ruim opgezette horecazaak is met hoge ramen en hoge plafonds. In Soest staat Paleis Soestdijk en dat geeft Soest iets koninklijks. De naam is genoemd door een van de geënquêteerde inwoners van Soest.

Grand Café Royale is eenvoudig uit te spreken en het straalt luxe uit en comfort, wat goed aansluit bij het concept en de mentaliteit van de inwoners van Soest.

1.6 De ondernemersintroductie

De introductie van beide ondernemers is hieronder uitgewerkt en toegelicht aan de hand van de wetenschappelijke E-Scan ondernemerstest (www.ondernemerstest.nl), welke zij zelf hebben ingevuld. De uitslag van deze test geeft inzicht in wat de ondernemerskwaliteiten zijn van de startende ondernemers. Daarnaast is in het kort hun opleidings- en werkverleden weergegeven.

Ondernemer 1

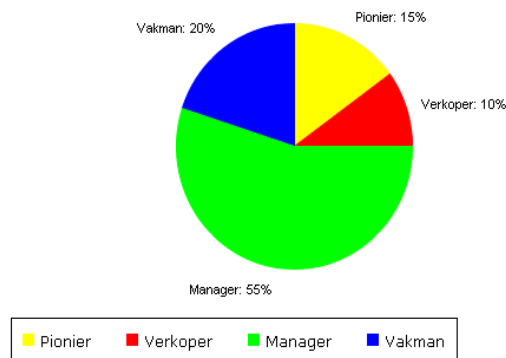
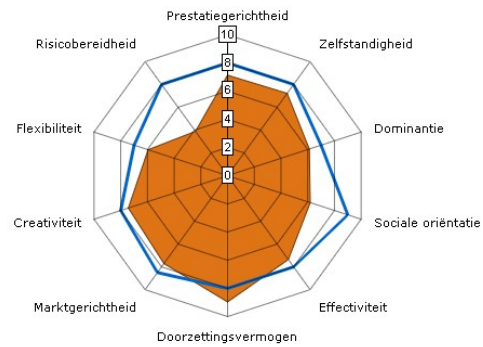
Naam: K.L. Gerritsen
Roepnaam: Karlien
Geboortedatum en plaats:
 20-08-1974 te Rotterdam
Adres: Utrechtsestraat 15
 3824 CS Amersfoort
Telefoon: 06 - 44 22 71 09
E-mail: karlien.gerritsen@gmail.com
Status: ongehuwd
Nationaliteit: Nederlandse

Werkervaring

- Interieurstylist 2008 - heden
- Horeca-ervaring: 1998 - 2008

Hoogst genoten opleiding

- Artemis Rotterdam
- Havo Rotterdam



Karlien Gerritsen is eigenaar van interieurstylingbureau Gerritsen te Amersfoort. Daarnaast heeft ze ruim 10 jaar werkervaring in de horecabranche. Zij heeft laten zien, dat zij een uitstekend gevoel voor gastvrijheid heeft. Karlien komt afspraken na, is een sociaal en aimabel persoon en weet vaste gasten aan zich te binden.

Zij bezit vakkennis en is bereid zeer hard te werken. Haar commercieel inzicht is goed en ze is deskundige op het gebied van interieurinrichting. Deze zaken komen beide goed van pas bij het uitdenken en uitwerken van het concept.

Karlien heeft minder interesse in financiële zaken en laat dit grotendeels aan haar compagnon Luuk Van der Kraan over. Ze is vrij direct en zakelijk. Haar denkstijl is 'manager'. Op organisatorisch gebied is dit erg handig. De communicatie met personeel is een aandachtspunt.

Ondernemer 2

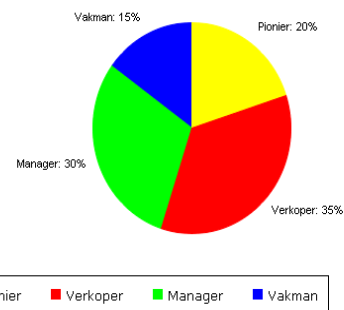
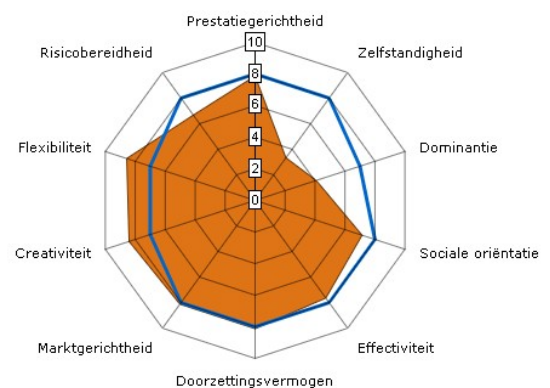
Naam: L.S. van der Kraan
Roepnaam: Luuk
Geboortedatum en plaats:
 28-03-1975 te Amsterdam
Adres: Kerkstraat 80,
 3767 DD Soest
Telefoon: 06 - 32063210
E-mail: kraan_luuk@hotmail.com
Status: gehuwd en één kind
Nationaliteit: Nederlandse

Werkervaring

- F&B manager Hilton Soest
 General manager Surfing Lodge,
 Racklan, New Zealand: 2005 - 2006
- Coördinator ABN AMRO: 2001 - 2005
- Cateringmanager Prorest (2000-2001)
- Horeca-ervaring (1993-heden)

Hoogst genoten opleiding

- Hoge Hotelschool Maastricht



Luuk Van der Kraan heeft in 15 jaar zowel nationale als internationale horeca-ervaring opgedaan. Samen met zijn vrouw heeft hij een Lodge in Nieuw Zeeland met veel plezier gerund. Zijn vrouw staat ook volledig achter dit project. Zij werkt parttime bij een bank en zorgt daarnaast voor hun dochter van twee. Luuk is een zeer sociaal en dynamisch persoon. Hij heeft vakkennis, kennis van de markt, een groot netwerk, een goed zakelijk en financieel inzicht en een professionele kijk op de horeca. In combinatie met Karlien Gerritsen is de kans groot dat het Grand Café een succes wordt.

De valkuil van Luuk is zelfstandigheid. Hij is een echte teamspeler en wil graag alles samen doen in een goede harmonie. Als ondernemer is een zekere mate van doortastendheid vereist en is dit een aandachtspunt voor Luuk.

1.7 Motivatie

Karliën Gerritsen en Luuk Van der Kraan hebben ruime ervaring in de horeca in loondienst. Nu is het tijd om hun eigen visie uit te dragen in een eigen concept. Hun hart ligt bij de horeca en het exploiteren van een Grand Café is hun grote passie. Gezien hun competenties en vaardigheden op vele gebieden hebben ze het volste vertrouwen erin te slagen om een succesvol bedrijf neer te zetten. De gebieden waarin ze een eigen visie hebben ontwikkeld zijn marketing, personeel, financieel, interieur, service en gastvrijheid.

Ze kiezen bewust voor een Grand Café met gelegenheid om te dansen. Het past bij hen om een goed product neer te zetten in een warme en comfortabele sfeer. Ze gaan alles op alles zetten om van het nieuwe concept een succes te maken. Ze willen van Grand Café Royale het bekendste Grand Café in Soest en omstreken te maken.

De ondernemers vullen elkaar aan op de kritische succesfactoren. De ondernemers hebben hetzelfde doel. In het verleden hebben ze veel projecten samen opgepakt waaruit blijkt dat ze een prima team zijn. In de regel neemt Luuk het initiatief, komt Karlien met de juiste invulling en rond Luuk het af. Karlien helpt Luuk op het gebied van zelfstandigheid bij het nemen van beslissingen en andersom stimuleert Luuk het ondernemerschap bij Karlien en helpt haar te relativeren. Ze hebben ook veel overeenkomsten zoals hard, professioneel en serieus willen werken aan het opbouwen van een goedlopende zaak. Ze zijn beiden bereid in de eerste jaren 60 uur per week te werken. Na drie jaren hopen de ondernemers dit af te bouwen naar een gemiddelde werkweek van 40 uur om het op lange termijn vol te kunnen houden. Ze willen samen met een jong horecateam een goed product neerzetten dat aangepast is aan de eisen en wensen van de inwoners van Soest.

1.8 Inkomensgegevens ondernemer

Grand Café Royale wordt een vof op naam van de heer L.S. van der Kraan en mevrouw K.L. Gerritsen. Hierna volgt het bruto jaarinkomen van de ondernemer voortkomend uit de IB aangifte van 2011.

2011	Bruto jaarinkomen	Woonlasten per maand
Mevrouw K.L. Gerritsen (Fiscaal nr: 1651 42 266)	€ 36.000	€ 700 huur inclusief gas/water/licht
De heer L.S. Van der Kraan (Fiscaal nr: 1713 24 681)	€ 43.000	€ 1.100 bruto hypotheeklast

De vrouw van Luuk van der Kraan verdient € 21.000 bruto per jaar.

2 MARKETING

Om er achter te komen of het nieuwe concept kans van slagen heeft, wordt antwoord gegeven op vragen als:

- Wat zijn de trends en ontwikkelingen in de branche?
- Is er vraag naar het product?
- Wat is de doelgroep en subdoelgroep?
- Wat is het verzorgingsgebied?
- Wat is de bezoekersfrequentie?
- Wat is het bestedingspatroon van de consument?
- Hoe ver is de doelgroep bereid te reizen voor het product?
- Is er concurrentie en zo ja, wat bieden zij waar aan tegen welke prijs?

2.1 Marktonderzoek en trends

In de horeca in Nederland in het algemeen en in Soest in het bijzonder blijken de volgende trends en ontwikkelingen uit het bureauonderzoek.

De vraag

- Het gebruik van Internet neemt bij het zoeken en boeken van een eetgelegenheid toe.
- Toename van de buitenshuisconsumptie, ondermeer door stijging van de eenpersoonshuishoudens.
- Door afname van de hoeveelheid vrije tijd per inwoner in Nederland wil de consument de vrije tijd optimaal benutten. Beleving, welbevinden, onderscheiden, service en luxe spelen een steeds belangrijkere rol. De consument wil in de watten gelegd worden.
- Consumenten willen de mogelijkheid hebben om alles te weten van het eten en drinken dat ze consumeren. De horeca zal meer openheid moeten geven over hun inkopen en manier van bereiden. De open keuken, streekproducten, kleinere hapjes in plaats van het traditionele driegangen menu, goede en gezonde voeding nemen toe aan populariteit. De traditionele eetmomenten zijn aan het verschuiven naar meerdere eetmomenten per dag.
- Het is belangrijk te kunnen inspelen op de snel veranderende behoefte van de consument. Samenwerken biedt meer rendement door schaalvoordelen van inkoop en verbetering van inzichten.
- Het aantal kapitaalkrachtige ouderen met veel vrije tijd neemt toe en is een belangrijke doelgroep voor de horeca.
- Hoewel de wijnconsumptie in Nederland toeneemt, is er een duidelijke trend zichtbaar dat de "Nederlander" bewuster bezig is om gezond te leven.
- Consumenten krijgen steeds meer kennis over gedistilleerde dranken.
- Persoonlijk contact is een goede kans om consumenten te binden.
- De consument is meer en meer op zoek naar nostalgie en authenticiteit. Waarden als gezelligheid spelen weer een belangrijke rol.
- Onderscheidend vermogen wordt in de branche steeds belangrijker
- Bijna de helft van de vrijetijdsbestedingen worden in de eigen provincie ingevuld. Een eveneens groot gedeelte besteedt de vrije tijd in een straal van vijf kilometer rondom de eigen woning. 6% van de totale vrijetijdsbestedingen van Nederland wordt in de provincie Utrecht besteed.

- Door het rookverbod in de horeca is het gebruik van terrassen toegenomen. Ook wordt de inrichting van het terras steeds belangrijker. Het terras wordt meer en meer gezien als een uithangbord van het restaurant. Hip en trendy zijn worden hierbij belangrijke trends.
- Gebruik van streekproducten in gerechten raakt steeds meer in trek. De afgelopen vijf jaar is het aantal nationaal erkende streekproducten gestegen met 50%. De toenemende globalisering heeft als tegenwerking dat de consument behoefte heeft aan producten die dichtbij staan.

Het aanbod

- De Sint Janskerkstraat is tot hoofdwinkelstraat van Soest benoemd.
- Per 10.000 inwoners ligt het aantal horeca- en cateringgelegenheden in Soest lager ten opzichte van het gemiddelde in Nederland en andere vergelijkbare steden (19,4 bedrijven in Soest per 10.000 inwoners ten opzichte van 28,5 per 10.000 inwoners in Nederland in 2011).
- Een goed en gezellig terras ontbreekt in Soest.
- In Soest ontbreekt een geschikte lunchgelegenheid.
- De gemeente Soest stimuleert de groei van horeca. Er zijn concrete plannen om de Sint Janskerkstraat verkeersluw te maken en een plein te realiseren voor Grand Café Royale. Een keer per week zal de markt voor Grand Café Royale komen.
- Het aantal inwoners van Soest is ongeveer 45.000 inwoners en is groeiende.
- Kleinere hapjes (meer variatie) vervangen steeds vaker het traditionele driegangenmenu. Met kleine, tapas-achtige gerechten kan men de consument meer variatie bieden binnen een maaltijd (bijvoorbeeld zowel vlees als vis). Deze trend is ook te herkennen aan de opkomst van dim sum, sushi restaurants en Zuid-Europese tapas met name de grote steden.
- Franse en Zuid-Afrikaanse wijnen krijgen een steeds kleiner aandeel in de Nederlandse wijnimport. Zuid-Amerikaanse landen als Chili wordt in de wijnhandel steeds belangrijker. Er is een groeiende vraag naar Chileense wijnen.
- Er is een toenemende concurrentie van zowel bedrijven binnen de sector als buiten de sector. Hierdoor moet winstvergroting vooral komen door goed op de kosten te letten.
- Toenemend aantal 'foodconcepten' die zich positioneren tussen de traditionele supermarkt en de horeca. Deze concepten spelen vaak in op de behoefte aan snelheid in een aantrekkelijke omgeving.
- Het aanbod van kwalitatief goed gemaksvuodsel door branchevreemde aanbieders groeit (zoals warenhuizen, tankstations en supermarkten).

Personeel

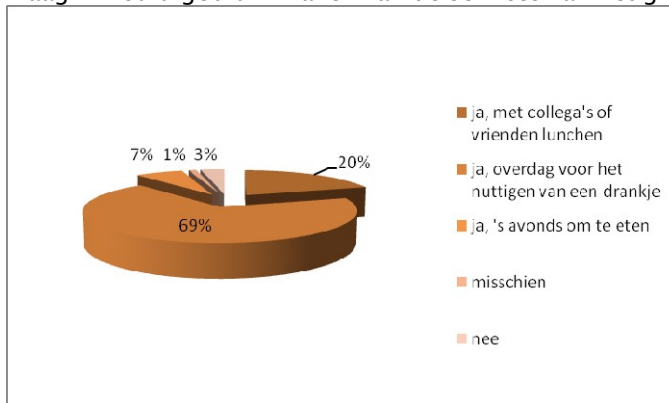
- Er is een tekort aan goed opgeleide vakmensen. Veel jonge werknemers haken na een tijdje af door de onregelmatige werktijden en gebrek aan doorstroommogelijkheden in de horeca.

Bronnen: Koninklijke Horeca Nederland, Bedrijfsschap horeca en catering, Rabobank Cijfers en trends, Gemeente Soest

2.2 Enquête

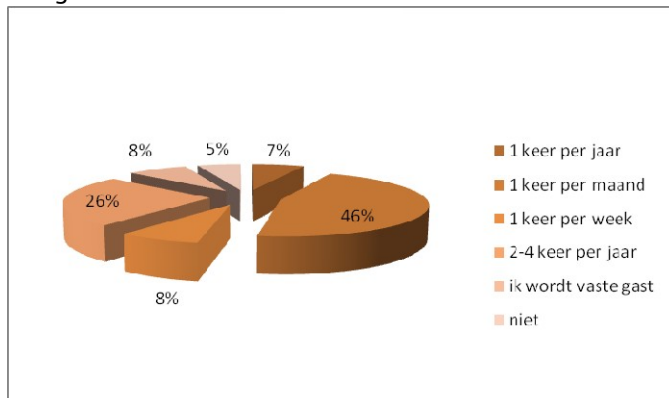
Als onderdeel van het veldonderzoek is een enquête uitgevoerd onder 90 bewoners van Soest en omstreken, waarvan 59% vrouwen en 41% mannen. Het merendeel van de ondervraagden kwam uit Soest zelf, de rest van de ondervraagden kwam uit omliggende plaatsen zoals Soesterberg, Hilversum, Baarn en Hoogland. Hierna volgt een overzicht van de antwoorden op de vragen.

Vraag 1: zou u gebruik maken van de services van het grand café?

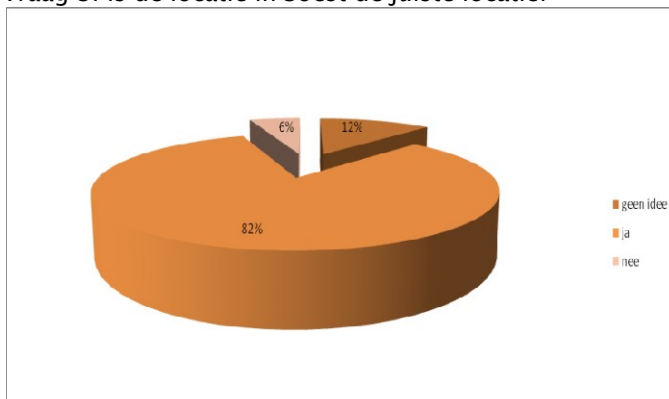


De meeste mensen vinden Grand Café Royale een geweldig idee. Die mensen geven aan dat er erg veel vraag naar is en dat er ook niet heel veel horeca in de buurt is.

Vraag 2: hoe vaak denkt u te komen?

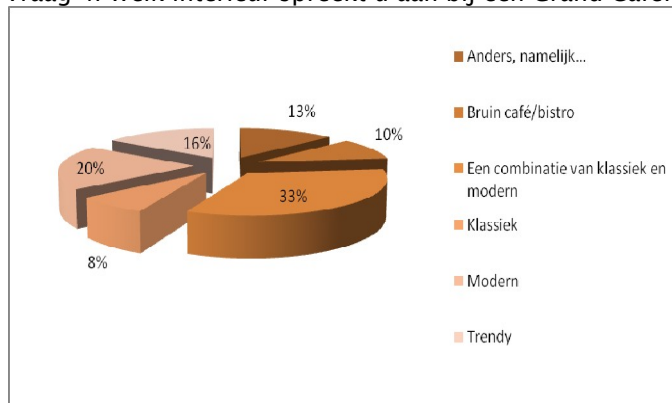


Vraag 3: is de locatie in Soest de juiste locatie?



Het merendeel vindt het een goede locatie, omdat het gelegen is in de drukste straat van Soest is, midden in het centrum. Een paar nadelen waardoor een aantal mensen twijfelden waren de parkeergelegenheid en het feit dat doordeweeks alle winkels vanaf 18.00 uur, op zaterdag vanaf 17.00 uur en op zondag de hele dag gesloten zijn.

Vraag 4: Welk interieur spreekt u aan bij een Grand Café?



De meerderheid gaf mondeling aan een knusse en huiselijke sfeer te wensen. Het mag modern zijn, maar niet te modern. Daarnaast was er bij een aantal mensen het idee om met verschillende 'hoekjes' te werken. Bijvoorbeeld aan de ene kant een wat chiquer en stijlvoller gedeelte om 's avonds te eten en aan de andere kant een loungehoek om wat na te borrelen en daarmee een gezellige sfeer te creëren.

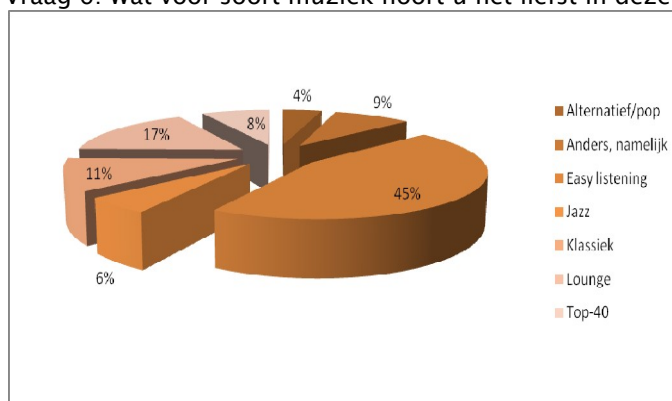
Vraag 5: wat geeft u gemiddeld uit bij een bezoek aan een Grand Café?

De meerderheid van de ondervraagden vindt dat als de kwaliteit goed is, ze daar ook een goede prijs voor willen betalen. Daarbij moet wel gezegd worden dat de meeste daarvan wel vonden dat het niet te chique, te exclusief of te duur moest worden: dat zou weer het andere uiterste zijn. Maar het moest ook zeker niet te eenvoudig zijn.

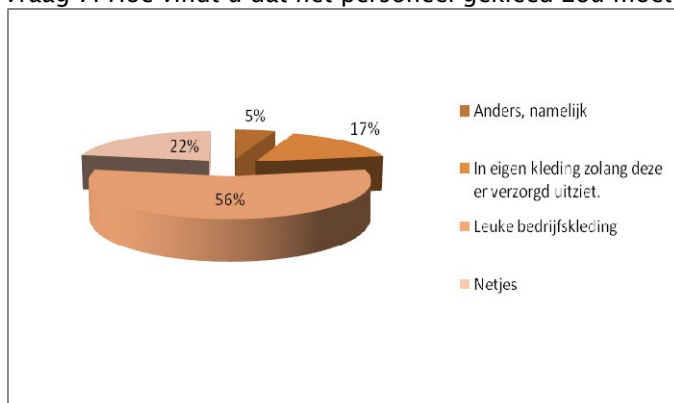
Gemiddelden:					
Drankje:		Lunch:		Diner:	
12 x per jaar	€ 12,95	8 x per jaar	€ 18,50	7 x per jaar	€ 39,00

Uit bovenstaande gegevens is te concluderen dat mensen meestal zullen komen om een drankje te nuttigen, namelijk gemiddeld 12 keer per jaar. Op de tweede plaats komen ze om te lunchen, gemiddeld 8 keer per jaar, en voor het diner komen ze gemiddeld 7 keer per jaar. De gemiddelde bestedingen zijn hoger in vergelijking met cijfers van kenniscentrum Horeca.

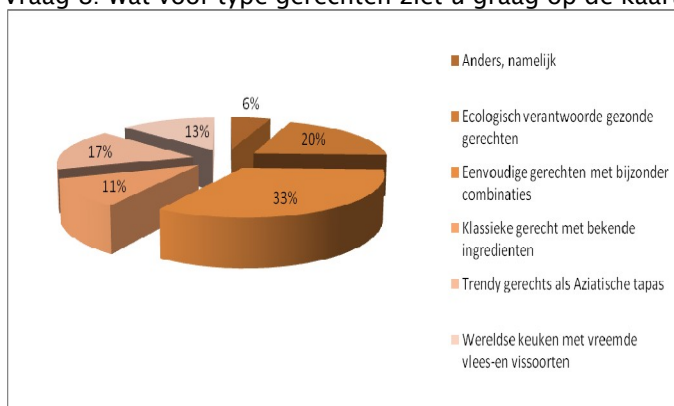
Vraag 6: Wat voor soort muziek hoort u het liefst in deze zaak?



Vraag 7: Hoe vindt u dat het personeel gekleed zou moeten zijn?



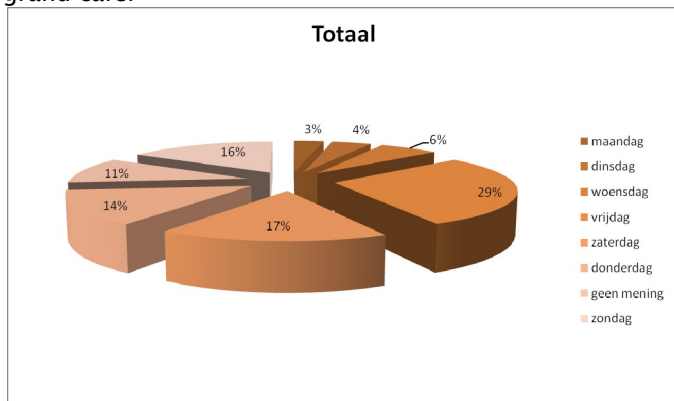
Vraag 8: Wat voor type gerechten ziet u graag op de kaart?



Zoals te zien is in bovenstaande grafiek zijn de eenvoudige gerechten met bijzondere combinaties het populairst met 33%.

Als antwoord op de vraag wat voor type keuken zijn de volgende antwoorden gegeven: Op nummer één staat de Italiaanse keuken met 40,6%. Daarop volgt de Franse keuken met 32,8%. De derde plek is voor de Spaanse keuken met 20,3%, gevolgd door de Aziatische keuken met 18,8%. Op de laatste plaats staat onze eigen Hollandse keuken met 12,5%. Andere suggesties die werden gegeven zijn: Grieks, Japans, Indiaas, Mediterraans en een combinatie van alles.

Vraag 9: Zijn er dagen waarop u het meest waarschijnlijk een bezoek zult brengen aan het grand café?



Zoals gebruikelijk in de horeca is het weekend het populairst en het begin van de week het minst populair.

2.3 Doelgroep

De hoofddoelgroep waarop het Grand Café zich gaat richten zijn tweeverdieners en zakenmensen uit Amersfoort en omgeving tussen de 30 en 50 jaar. De subdoelgroepen zijn inwoners uit Amersfoort en omgeving tussen de 25 en 65 jaar.

Segmentatie van de doelgroep:

- Geografische factoren: de doelgroep komt vooral uit Soest. Een kleine groep wordt verwacht uit Baarn en nog een kleinere groep uit Soesterberg, Eemnes en Amersfoort.
- Demografische factoren: de hoofddoelgroep bestaat vooral uit Nederlandse tweeverdieners en zakenmensen met een Nederlandse nationaliteit, met een leeftijd tussen de 30 en 50 jaar. Deze leeftijdsgroep bezoekt vaker een Grand Café en besteedt meer per bezoek dan cafébezoekers jonger dan 30. Horecabezoekers tussen de 50 en 65 bezoeken het vaakst een Grand Café en besteden het meest (bron: Kenniscentrum Horeca). De subdoelgroep zijn ouderen vanaf 50 jaar, gezinnen en jongeren onder de dertig jaar.
- Socio-economische factoren: De doelgroep heeft grotendeels MBO+ niveau en heeft een boven modaal inkomen. Het gemiddelde inkomen is € 38.000 per jaar. Mensen uit de doelgroep werken vaak bij banken, makelaars en advocatenkantoren.
- Levensstijl en interesses: De doelgroep is trendgevoelig en heeft gevoel voor stijl en lekker eten. De doelgroep besteedt relatief veel buitenshuis.

2.4 Bedrijfsformule

De ondernemers hebben al jaren horeca-ervaring en hebben kennis van de horecamarkt in Nederland in het algemeen en horeca in Soest in het bijzonder. In Soest ontbreekt nu nog een Grand Café met lunch- en dansgelegenheid. Bovendien leent het pand met hoge ramen zich hier uitstekend voor. De ondernemers spelen goed in op de vraag uit de markt en de mogelijkheden van het pand. Het concept zal bestaan uit een comfortabele en flexibele inrichting van het Grand Café met prettige zitmeubels en passende stoffering. Het interieur levert toegevoegde waarde voor de beleving van de gast. Het Grand Café zal een beknopte keuken met klassieke gerechten met een verrassende uitstraling krijgen.

Door een goed afgestemde marketingmix wordt de onderneming herkenbaar voor de consument. Deze herkenbaarheid is ontzettend belangrijk. Na ieder bezoek is het de bedoeling dat de gast tevreden is en zich realiseert dat over het concept is nagedacht.

2.5 Product

Naast een zorgvuldige selectie van basisgerechten zoals biefstuk, (saté), (gerookte) zalm, carpaccio, huisgemaakte appeltaart, French chocolate cake, wordt de kaart aangevuld met ecologisch verantwoorde, 'gezonde' gerechten zoals een groenteshake (smoothie), speltbrood (van bakkerij de Verleiding), sojamelk, bijzondere eierkoek (kinderkaart) die invulling geven aan de toenemende behoefte van bewust etende bezoekers.

2.6 Presentatie

Grand Café Royale wordt ingericht volgens het 'voor elk wat wils' concept, maar met behoud van consistentie en rust. Het grand café wordt gekenmerkt door hoge plafonds, lambrisering en een toog met een klassieke, sierlijke uitstraling met strakke elementen, zoals subtiel gekleurde lichtelementen en homogene kleurvlakken. De plafonds krijgen een bijzondere kleur om een intiemere sfeer te creëren. Bijzondere kroonluchters zetten de toon. De ruimte is opgedeeld in afzonderlijke zitjes. Elke zitplek heeft een eigen karakteristieke sfeer en uitstraling die toch bij elkaar passen door kleur -en materiaalgebruik:

- Barok

- Indian Lounge
- Dutch Design
- Modern landelijk

De ruimte moet een stijlvolle en comfortabele indruk maken. Dit wordt gerealiseerd door vernuftige en kunstige afscheidingen zoals semi-transparante hangende stoffen panelen, houten elementen die tevens dienen als kast en/of plantenbak, een slimme verdeling van de zitjes en de alomtegenwoordige maar onopvallende rustige basis: een donkere eiken vloer. Verder springt een leestafel met opstaande literatuurstandaard en verborgen stopcontacten voor laptops in het oog.

In een Grand Café is het gebruik van schoolborden voor menu's gangbaar. In Grand Café Royale wordt dit concept net iets bijzonderder gemaakt door een stijlvolle lijst, een andere ondergrondkleur en gebruik van twee kleuren krijt in een zorgvuldig geselecteerd lettertype. Een stap verder gaat het inlijsten van flatscreens die dienstdoen als menukaart, overigens zonder schreeuwerige bewegende beelden.

Zelfs na een bezoek aan het toilet moet de bezoeker denken: 'Grand Café Royale' is helemaal af. De stijl blijft consistent: strak maar warm, tijdloos, betonstucwerk, hout, klei en lei tinten, subtiele mozaïek van gebroken tegels en ingericht met barokke accenten zoals spiegels en bijzettafeltjes. Geen kille standaardapparatuur maar handdoekjes. Plafondspots op strategische plekken accentueren bijzondere elementen in de inrichting.

Overdag is er een lichte maar warme sfeer. Diverse grijze kleuren in combinatie met hout en een paar frisse contrast kleuren zorgen voor een moderne maar toch "gezellige" uitstraling. Op de achtergrond klinkt Jazzy easy listening muziek. 's Avonds speelt muziek een grotere rol en is er ruimte voor een uitgebreide borrel. In het weekend wordt opzweepende dansmuziek gedraaid en zelfs de bar kan als danspodium gebruikt worden.

2.7 Plaats

Macroniveau:

Soest ligt in de driehoek Amersfoort, Hilversum en Utrecht. Amersfoort ligt op 7 km afstand, Hilversum op 10 km en Utrecht op 20 km. Soest is een groot dorp en heeft ruim 45.000 inwoners. In onderstaande tabel is het aantal inwoners van Soest en omgeving af te lezen.

Plaats	Totale bevolking	Bevolking 30-50 jaar
Soest (incl. Soesterberg)	45.493	13.350
Eemnes	8.800	7.500
Baarn	24.240	8.000
Amersfoort	135.000	46.000
	<u>316.290</u>	<u>106.400</u>

In de buurt is genoeg te doen: bijvoorbeeld het bezoeken van paleis Soestdijk, de Soesterduinen, een tochtje met de fietsboot, een bezoek aan de kinder- of kaasboerderij, een bezoek aan het paardenkamp en het Militair Luchtvaart museum.

Mesoniveau

Het pand ligt aan een drukke doorgaande weg met veel verkeer. Er rijden 17.000 auto's per dag langs (bron: gemeente Soest) en er zijn veel voetgangers die voor de winkels komen. Voor de deur is parkeren beperkt mogelijk. Op enkele minuten loopafstand is een groot parkeerterrein.

Microniveau

Het pand is 200 m². Voor een grand café geldt dat er voor 1 gast 1,4 m² beschikbaar moet zijn. Conclusie: 200 m² / 1,4 m² = 142 zitplaatsen. Het pand heeft twee entrees en bij mooi weer buiten een terras. Het logo boven de ingang is een combinatie van klassiek en modern. De overkapping is van glas en modern antraciet smeedwerk. Er ligt een mat die een 'rode loper'-gevoel geeft. Het terras wordt gekenmerkt door strakke leistenen plantenbakken, stijlvolle vuurelementen, stijlvolle donkerbruine buitenmeubels met witte accenten en leistenen accessoires en witte parasols.

Om aan de hedendaagse geluidsnormen te voldoen is in het pand een "doos in doos" constructie gemaakt, waardoor het pand geïsoleerd is tot 85 Db.

2.8 Personeel

Een gastgerichte instelling van het personeel staat voorop. Een horecaopleiding is een pré. Het team bestaat uit jonge enthousiaste mensen. In het hoofdstuk personeel wordt dieper ingegaan op de personeelsbehoefte.

2.9 Prijs

De prijs is tot stand gekomen door een combinatie van kostengerichte, vraaggerichte en marktgerichte calculatie. De dranken en gerechten worden aangeboden voor een betaalbare prijs, al liggen de prijzen iets hoger in vergelijking met de concurrentie. Circa € 20 voor een hoofdgerecht in plaats van € 18 bij de concurrent. Een driegangendiner kost circa € 30 en een tweegangendiner € 20. Het menu van de week is € 27,50. Er wordt een goede kwaliteit geboden en uit de enquête blijkt dat de Soestenaars bereid zijn hiervoor te betalen.

2.10 Promotieplan

- Website: www.grandcaferoyale.nl. De site heeft een warme, zakelijke en stijlvolle uitstraling. Door middel van Google Adwords, wordt de site beter vindbaar gemaakt. De site wordt gemaakt in Joomla, zodat het gemakkelijk beheerd kan worden. De webhosting wordt verzorgd door www.argeweb.nl. De kosten voor het ontwikkelen en registreren van de website bedragen € 800
- Logo: Het logo is reeds ontwikkeld. De kosten hiervoor waren € 400.
- Flyers: deze worden een week voor opening verspreid in de winkelstraat in Soest en in Soest en omgeving.
- Openingsfeesten: Er vinden twee openingsfeesten plaats. Een besloten feest voor omwonenden en viprelaties en een feest waar iedereen zich voor kan opgeven.
- Free publicity: Er worden persberichten verstuurd naar de Soester Courant, Soest Nu en het Baarns dagblad.
- Advertenties: Twee keer per jaar wordt geadverteerd in bovengenoemde weekbladen. De kosten zijn circa € 300 per advertentie.
- Koude acquisitie: Banken, makelaars, notarissen, accountants en advocaten worden benaderd voor een speciale zakenlunchactie. De reservering wordt regelmatig gedaan door secretaresses binnen bedrijven. Op 17 april secretaressedag zullen 100 secretaresses door de ondernemers worden uitgenodigd om kennis te maken met het concept van Grand Café Royale.

- Festivals/evenementen: Aan de mei- en gildefeesten zal actief worden geparticipeerd. Dit zal vooral gebeuren door het verzorgen van live-entertainment. De bandjes zullen worden ingehuurd via Elmik producties. De kosten zijn circa € 600 per band per keer.
- Mond-tot-mondreclame: In Soest zal het Grand Café het vooral moeten hebben van positieve mond-tot-mond reclame. Dit wordt bereikt door het bieden van servicegerichtheid en goede kwaliteit.

2.11 Concurrentieanalyse

Concurrentie is onvermijdelijk. Indien er geen concurrenten zouden zijn, is het goed om af te vragen of er wel vraag is naar het product.

Grand Café Royale heeft directe en indirecte concurrenten. Directe concurrenten bieden een vergelijkbaar product aan een vergelijkbare doelgroep. Indirecte concurrenten bieden een ander product aan een andere doelgroep, maar het product kan wel dienen als vervanging.

Er is geen Grand Café in Soest, maar er zijn wel een aantal horecagelegenheden waar rekening mee moet worden gehouden. Enkele voorbeelden zijn:

De belangrijkste directe concurrenten van Grand Café Grand Café Royale worden hierna beschreven (Bron: ervaring ondernemer, www.iens.nl en www.dinnersite.nl).

- a) Restaurant 't Luykje
- b) Eetvilla van de Brink
- c) EetCafé Central

't Luykje

't Luykje staat in Soest bekend als een vleesrestaurant en dan met name vanwege de Spareribs. Binnen is er een huiskamersfeer. Eten op het terras is niet mogelijk. Het personeel is vriendelijk. Het Grand Café ligt aan een doorgaande drukke weg. Er is gratis parkeergelegenheid voor het restaurant. De prijs-kwaliteitverhouding is goed. Het restaurant heeft geen lunch. De keuken is dagelijks geopend van circa 17.00 - 22.00 uur De prijs voor een driegangendiner is circa € 25,-



Eetvilla van de Brink

Dit restaurant is prachtig gelegen en heeft een Italiaans, Franse keuken. Het heeft een goede naam in Soest. Geopend van maandag tot en met vrijdag van 11.30 tot en met 24.00 uur. Keuken tot 21.30 uur. Op zaterdag en zondag alleen diner. De prijs van een driegangendiner bedraagt € 35.



Eetcafé Central

Een eenvoudig bruin eetcafé met bar. Geopend van woensdag tot en met zaterdag voor lunch. Voor diner van woensdag tot en met zondag. Gelegen aan een drukke rotonde vlakbij winkelcentrum Soest-Zuid. Een goede prijs-kwaliteitverhouding. De prijs van een driegangendiner bedraagt € 22,50.

Eetcafé Centraal

Grand Café Grand Café Royale

Grand Café Royale is Grand Café met een klassieke keuken met verrassende Mediterrane invloeden gevestigd in een statig pand in het hart van Soest. Het Grand Café heeft als enige horecagelegenheid in Soest een A1 locatie met een groot terras. Parkeerplaatsen zijn gelegen aan de straat. Met omliggende bedrijven worden VIP parkeerplaatsen geregeld voor de avonden. Een driegangen diner kost circa € 30,- en een tweegangen lunchmenu € 20,-. Het menu van de week is € 27,50. Geopend van maandag tot en met donderdag en zondag van 10.00 uur tot 23.00, vrijdag en zaterdag van 10.00 tot 02.00.



Concurrentiematrix

Succesfactoren	W	't Luykje	Centraal	Eetvilla	Grand Café Royale
Kwaliteit product	2	1	1	2	2
Assortiment	1	0	0	1	1
Sfeer	2	1	0	2	2
Personeel	2	2	1	2	2
Bereikbaarheid	1	1	0	2	1
Parkeergelegenheid	1	1	0	2	1
Prijs	1	2	2	1	1
Totaalscore		12	6	18	15

W = wegingsfactor (1 telt 1 keer, 2 telt 2 keer mee)

-2 = zeer slecht, -1 = slecht, 0 = neutraal, 1 = goed, 2 = zeer goed

Voor de lunch doordeweeks is Eetvilla van de Brink de grootste concurrent. Voor diner blijkt uit de tabel dat de grootste concurrenten 't Luykje en Eetvilla van de Brink zijn. Grand Café Royale is wel een totaal ander en eigentijds concept dat qua beleving tussen de concepten van Eetvilla van de Brink en 't Luykje in zitten. Van eetcafé Centraal wordt weinig concurrentie verwacht. In de toekomst moet rekening gehouden worden met andere nieuwe horecaconcepten in Soest.

Overige concurrenten zijn in omliggende plaatsen zijn Grand Café De Generaal in Baarn en Grand Café Wakker in Eemnes. Indirecte concurrenten zijn Restaurant Fusions, restaurant Bauers, De Droom en Joh. Mets. Deze gelegenheden bieden een ander product voor een andere doelgroep.

Unieke verkooppunten

Soest heeft nog geen gelegenheid zoals Grand Café Royale heeft. Het Grand Café gaat daarom het gat in de markt opvullen. Het Grand Café ligt op een A1 locatie in het hart van Soest, de enige zaak waar geluncht en gedineerd kan worden in de winkelstraat.

Grand Café Royale zal hard werken om bovengenoemde en nieuwe concurrenten voor te blijven. De focus ligt op beleving, persoonlijke aandacht, service en een goede prijs-kwaliteitverhouding.

2.12 SWOT-analyse

De SWOT-analyse wordt gebruikt om kritieke succesfactoren weer te geven, zodat een goed beeld ontstaat of de onderneming kans van slagen heeft. SWOT staat voor Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats, oftewel sterkten, zwakten, kansen en bedreigingen. De swotanalyse bestaat uit een interne en een externe analyse. In de interne analyse worden de sterke en zwakke punten van de eigen onderneming beschreven. In de externe analyse worden de kansen en bedreigingen beschreven waar de onderneming zelf geen invloed op uit kan oefenen. Er worden telkens de drie belangrijkste punten aangegeven die relevant zijn voor de gast, bepalend voor de toekomst van het bedrijf of onderscheidend ten opzichte van de concurrentie.

SWOT ANALYSE	
INTERNE ANALYSE	
Sterkten	Zwakten
A1 locatie in Soest met terras Enthousiaste ondernemers Moderne eigentijdse sfeer	Zware financiering Hoge huurlasten Geluid maximaal 85 dB
EXTERNE ANALYSE	
Kansen	Bedreigingen
Nieuwe doelgroepen Relatief weinig horeca in vrij grote gemeente Krijgen van goede naamsbekendheid	Economische recessie Weinig goed personeel Toenemende concurrentie

Interne analyse

De ondernemers zijn enthousiast, ervaren en hebben kennis van de horeca en gastvrijheid. Het bedrijf wordt modern en eigentijds en levert een goede prijs-kwaliteitverhouding. Zowel de markt als de gemeente Soest geven aan dat de inwoners van Soest hier behoefte aan hebben. De locatie is een A1 locatie in het centrum van Soest. De financiering is vrij zwaar en de huurlasten zijn hoog. De financiën worden toegelicht in het volgende hoofdstuk.

Voor live muziek is 95- 115 dB noodzakelijk. Het pand wordt geïsoleerd tot 85 dB. Daarom kunnen geen feesten georganiseerd worden in het pand. (bron; <http://www.av-consulting.nl/artikelen/Muziekniveaus-cafe-restaurant-disco.htm>).

Externe analyse

Door het nieuwe concept op een nieuwe locatie en relatief weinig horeca in een grote gemeente, is het mogelijk nieuwe doelgroepen aan te boren. Door de grote lancering van het nieuwe concept en het leveren van service en kwaliteit is het mogelijk een goede naamsbekendheid op te bouwen. Een verslechtering van de economie, met daarbij toenemende concurrentie zou een bedreiging kunnen vormen voor het Grand Café. Mede door de beschikbaarheid van goed personeel en de grilligheid van de consument kan niet worden gegarandeerd dat het concept

gaat aanslaan.

Gezien de vraag uit de markt, de locatie en de kwaliteiten van de ondernemers mag wel worden verwacht dat het nieuwe concept een goede kans van slagen heeft.

2.13 Omzetprognose

De omzetprognoses voor de eerste drie jaar bedragen respectievelijk € 700.000, € 850.000 en € 1.000.000. De prognoses zijn als volgt berekend: het gemiddeld aantal gasten x de gemiddelde besteding per activiteit x het geopende aantal dagen. De uitwerking is te lezen in hoofdstuk 4.5 van dit plan.

2.14 Conclusie marketing

Gezien het aantal inwoners is er relatief weinig horeca-aanbod in Soest. Het ontbreekt aan een goede en gezellige lunchgelegenheid met terras.

Er wordt rekening gehouden met de vraag van de consument naar aandacht, service, luxe en beleving. De gast wordt verwend op zowel culinair gebied als op het gebied van service. Het Grand Café gaat werken met menu-engineering en een beperkt aantal goedlopende gerechten om de inkoopkosten zo laag mogelijk te houden. Het keukenpersoneel krijgt hier een training in. De ondernemers realiseren zich dat het een uitdaging is om goed personeel te behouden en doet er alles aan om het personeel aan het bedrijf te binden. Via de Middelbare Hotelschool in Amersfoort zullen werknemers en stagiaires gevonden worden. Er kunnen lezingen, proeverijen, exposities en try-outs van akoestische muzieksessies gehouden worden.

Grand Café Royale werkt aan een eigentijdse huisstijl en internetsite. Met het bouwen van deze website wordt rekening gehouden met de wens van de consument om on-line te kunnen reserveren. Ook is het belangrijk om te investeren in het makkelijk vindbaar zijn van het Grand Café op internet en ligt het beheer van de website bij de ondernemers zelf, zodat de site snel en gemakkelijk up-to-date te houden is.

De ondernemers spelen in op de vraag van de markt en de gemeente Soest een klassiek en eigentijds horecaconcept met hippe accenten neer te zetten voor zakenmensen en de inwoners van Soest. Door het nieuwe concept en de A1-locatie worden nieuwe doelgroepen aangeboord. Er is plaats in de markt voor conceptveranderingen en schaalvergrotingen, omdat er relatief weinig horeca in Soest gevestigd is. De concurrentie zal in de toekomst uiteraard toenemen. De belangrijkste huidige concurrent is Eetvilla van de Brink.

Gezien de vraag uit de markt, de locatie en de kwaliteiten van de ondernemers mag wel worden verwacht dat het nieuwe concept een goede kans van slagen heeft.

3 PERSONEEL EN ORGANISATIE

In het hoofdstuk Marketing is de P van Personeel al kort aangestipt. In het hoofdstuk Personeel & Organisatie wordt dieper ingegaan op de structuur, het personeel, de organisatorische kant en de externe relaties van de onderneming. Tot slot wordt de wet- en regelgeving besproken die van toepassing is op de onderneming.

3.1 Ondernemingsvorm

- De ondernemingsvorm wordt een vof en is eigendom van Karlien Gerritsen en Luuk Van der Kraan. De verdeling is 50% voor Karlien en 50% voor Luuk.
- Voordelen: Geen oprichtingskosten, wel recht op fiscale aftrekmogelijkheden (starters aftrek, en meerwerk aftrek) en reservering voor de fiscale oudedagsreserve (FOR).
- Nadelen: Hoofdelijke aansprakelijkheid en de continuïteit is minder goed gewaarborgd dan bij een B.V.
- De onderlinge afspraken van de firmanten worden vastgelegd in een vennootschapscontract.

Belastingen en Verzekeringen

Als vof zal Grand Café Royale maandelijks omzetbelasting afdragen aan de Fiscus. Op dit moment bedraagt het btw tarief voor food-producten en non-alcoholische dranken 6%. Over alcoholische dranken wordt 19% omzetbelasting geheven. Jaarlijks wordt door de ondernemers 33,60 tot 52% inkomstenbelasting betaald over de nettowinst.

Karliën Gerritsen en Luuk Van der Kraan zijn als ondernemers van de vof niet meer verzekerd voor de werknemersverzekeringen als de ziektewet, de wet arbeidsongeschiktheid en de werkloosheidswet. Het is aan te raden zaken als risico bij ziekte, arbeidsongeschiktheid, pensioen en overlijden te regelen. Op naam van het bedrijf wordt een bedrijfsaansprakelijkheidsverzekering, een inventarisverzekering, een brandverzekering en een rechtsbijstandsverzekering afgesloten.

3.2 Organigram

In het organigram wordt de organisatiestructuur van Grand Café Royale schematisch weergegeven. Uit het organigram blijkt hoe de verantwoordelijkheden en bevoegdheden in de toekomst worden georganiseerd, oftewel wie geeft leiding aan welke medewerkers.

In de zaak zal altijd een van de ondernemers aanwezig zijn. Bij overmacht worden zij vervangen door de eerste medewerker en de fulltime kok. Deze medewerkers zullen op termijn operationele verantwoordelijkheden van de ondernemers voor 100% overnemen.



3.3 De personeelsbehoefte

Kwalitatieve personeelsbehoefte

De eerste medewerker is in het bezit van een diploma van de middelbare hotelschool en heeft minimaal twee jaar praktijkervaring opgedaan. De parttimers hebben bij voorkeur ook ervaring en volgen een horecaopleiding. Dit is echter niet verplicht. Het belangrijkste is een gastgerichte instelling en affiniteit met het vak. De zelfstandig werkend kok heeft minimaal drie jaar praktijkervaring. De basiskoks volgen een koksopleiding of hebben er een gevolgd. Zij moeten vooral flexibel zijn om in het bedrijf te kunnen werken. De minimale leeftijd van het personeel is 16 jaar. In Grand Café Royale wordt gewerkt met stagiaires van leerhotel het Klooster. Grand Café Royale wordt een erkend stagebedrijf en de stagebegeleiders, de eerste medewerker en de zelfstandig werkend kok, zullen een korte training volgen om een diploma hier voor te halen (www.kenwerk.nl). Het personeel wordt geworven via leerhotel het Klooster in Amersfoort, advertenties in de plaatselijk weekbladen, Soester Courant en Soest nu, en later via flyers in het Grand Café zelf.

Kwantitatieve personeelsbehoefte

Het aantal personeelsleden bestaat uit twee eigenaren, een eerste medewerker, een zelfstandig werkend kok, drie medewerkers bediening, drie basiskoks en vier stagiaires. Voor de afwas zal een schema worden opgesteld. Dit wordt gedaan door zowel de bediening als de koks.

3.4 Functieomschrijving

Functie	Taken en verantwoordelijkheden
Ondernemer 1 Karlien Gerrtisen	<ul style="list-style-type: none"> • Hoofdverantwoordelijk voor bediening, personeel, inrichting en roosters bediening en afwas
Ondernemer 2 Luuk van der Kraan	<ul style="list-style-type: none"> • Hoofdverantwoordelijk voor keuken, financiën, marketing, inkoop en roosters keuken
1 ^e medewerker bediening	<ul style="list-style-type: none"> • Aansturen stagiaires en aansturen bedienend personeel bij afwezigheid management en bedienen gasten
Zelfstandig werkend kok (ZWK)	<ul style="list-style-type: none"> • Aansturen stagiaires en aansturen van de medewerkers bij afwezigheid management. Verantwoordelijk voor HACCP in de keuken en meedenken over de menukaart
Basiskoks en stagiairs	<ul style="list-style-type: none"> • Bereiden van gerechten, naleven HACCP regels en afwas
Medewerkers en stagiairs bediening	<ul style="list-style-type: none"> • Bedienen van gasten en afwas

3.5 Functiewaardering en loonkosten

Het personeel wordt betaald volgens de Horeca CAO. In totaal zijn er 11 functiegroepen met als hoogste 11 en laagste 1. Het brutoloon is het salaris per maand op fulltimebasis (40 uur). Het vakantiegeld bedraagt 8%. De werkgeverslasten inclusief sociale lasten en premies bedragen 20% van het jaarloon. Het totaal aan personeelskosten bedraagt € 198.225. Er is hierbij nog geen rekening gehouden met een bedrag ter reservering van ziekteverzuim. Het salaris van de ondernemers wordt betaald uit de ondernemerswinst. De ondernemers ontvangen maandelijks een voorschot op de winst.

Functie	Functiegroep	Brutoloon per maand	Uur	Incl. vakantiegeld	Inc. Soc. Lasten
1 ^e medewerker EM	5	€ 2.000	40	€ 25.920	€ 31.104
ZWK	6	€ 2.300	40	€ 29.808	€ 35.770
Bediening B1	4	€ 1.600	40	€ 20.736	€ 24.883
Bediening B2	3	€ 1.300	32	€ 13.478	€ 16.174
Bediening B3	3	€ 1.200	28	€ 10.886	€ 13.064
Basiskok K1	3	€ 1.600	40	€ 20.736	€ 24.883
Basiskok K2	3	€ 1.300	40	€ 16.848	€ 20.218
Basiskok K3	3	€ 1.200	38	€ 14.774	€ 17.729
Stagiaires * 4	3	€ 1.200	40		€ 14.400
				€ 153.187	€ 198.225

Bron: Koninklijke Horeca Nederland, Horeca CAO, www.loonwijzer.nl

3.6 Motiveren van medewerkers

Het allerbelangrijkste in de horeca is het hebben van enthousiast en gemotiveerd personeel. Het is dus belangrijk om een hecht team te bouwen, zodat een goede sfeer ontstaat.

Het personeel krijgt een introductiedag, waarop alles wordt uitgelegd over de onderneming en de medewerkers. Daarna volgt een introductieweek waarbij het nieuwe personeelslid wordt gekoppeld aan de eerste medewerker of de zelfstandig werkend kok. De eerste medewerker en de zelfstandig werkend kok worden opgeleid door de ondernemers.

De foaienpot wordt maandelijks gelegeerd en verdeeld onder het personeel. De verdeling is

afhankelijk van de uren die per persoon zijn gemaakt

Tijdens het werk worden maaltijden verstrekt aan het personeel. Koffie, water en thee mogen onbeperkt worden gedronken.

Bij 'Royale' wordt minimaal twee keer per jaar een personeelsuitje georganiseerd. Dit mag door het personeel zelf worden georganiseerd. De ondernemers zullen hiervoor wel eindverantwoordelijk zijn.

Beoordelingsgesprekken en functioneringsgesprekken vinden minimaal twee keer per jaar plaats, of indien nodig, vaker.

3.7 Rooster

Maandag	Dinsdag	Woensdag	Donderdag	Vrijdag	Zaterdag	Zondag
9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00
8	8	8	8	8	8	8
K 1	K 1	Karliën	Karliën	B 1	EM 1	B 1
15:00-23:30	15:00-23:30	15:00-23:30	9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00	9:30-18:00
8	8	8	8	8	8	8
Stagiair	Stagiair	EM 1	B 1	B 2	B 1	B 2
9:30 - 18.00	9:30 - 18:00	9:30-18:00	15:00-23:30	10:00-19:30	10:00-19:30	12:00-20:00
8	8	8	8	9	9	8
B 3	B 1	K 2	EM 1	Karliën	Karliën	Karliën
15:00-23:30	15:00-23:30	15:00-23:30	9:30-18.00	12:00-20:30	12:00-20:30	15:00-23:30
8	8	8	8	8	8	8
ZWK	ZWK	K 3	ZWK	Stagiair	Stagiair	Luuk
15,00-23:30	15:00-23:30	15:00-23.30	13:30-23:30	17:00-02:30	17:00-02:30	9:30-18:00
8	8	8	8	9	9	8
EM 1	EM 1	Luuk	B 2	Luuk	Luuk	K 1
15:00-23:30	15:00-23:30	15:00-23:30	9:30 - 18:00	18:00-02:30	19:00-02:30	12:00-20:30
8	8	8	8	8	7	8
Stagiair	Stagiair	Stagiair	K 2	B 3	B 2	K 2
		15:00-23:30	17:00-22:30	9:30-18:00	9:30-18:00	15:00-23:30
		8	5	8	8	8
		Stagiair	B 3	ZWK	ZWK	K 3
			15:00-23.30	15:00-23.30	18:00-02:30	15:00-23:30
			8	8	8	8
			Luuk	K 1	B 3	Stagiair
			15:00-23.30	12:00-20:30	15:00-23.30	
			8	8	8	
			K 3	K 2	K 1	
				15:00-22.30	12:00-20:30	
				7	8	
				K 3	K 2	
				15:00-23:30	15:00-22.30	
				8	7	
				Stagiair	K 3	

3.8 Werkwijze

Elke gast wordt gedag gezegd bij binnenkomst en bij vertrek. Het is de bedoeling dat de gast zich 'gezien' voelt bij Grand Café Royale. De drankenkaart staat al op tafel. Als de gasten zich hebben gesetteld wordt gevraagd of ze iets willen drinken. Vervolgens wordt de menukaart, indien gewenst, aangeboden. Alle drankjes en gerechten worden stijlvol geserveerd. Er wordt goed gelet op de samenstelling van kleur in de gerechten. De koffie of thee wordt geserveerd met iets lekkers. Verse sappen op een schoteltje met een vers stukje fruit op de rand van het glas. Tijdens het eten wordt gevraagd of alles naar wens is en of de gasten nog iets willen drinken. Bij het uithalen van de borden wordt gevraagd of het gesmaakt heeft en of ze de dessertkaart willen zien of anders een kopje koffie of thee na met bijvoorbeeld een likeurtje. Bij de bar ligt een enquêteformulier om de tevredenheid te meten en voor nieuwe ideeën. Dit formulier mag vrijwillig worden ingevuld.

3.9 Externe Relaties

Externe relaties

KvK	Vof Grand Café Royale te Soest staat ingeschreven in het handelsregister van de Kamer van Koophandel onder nummer 321 12345. De jaarlijkse kosten bedragen € 85,70.
Notaris	Er wordt een vennootschapsovereenkomst opgesteld en vastgelegd bij notaris Van Duin en Van Kooijen te Soest. De kosten bedragen € 614.
Belastingdienst	Er wordt inkomstenbelasting en omzetbelasting betaald. De tarieven van de inkomstenbelasting lopen op van 33,6% to 52%. Op dit moment bedraagt het btw tarief voor food-producten en non-alcoholische dranken 6%. Over alcoholische dranken wordt 19% omzetbelasting geheven.
Accountant	De administratie wordt verzorgd door Plan C Accountants te Soest. De kosten zijn circa € 3.000 per jaar.
Banken	Er worden offertes aangevraagd bij ABN AMRO, Rabobank en de ING Bank. Er worden een zakenrekening, ondernemerskrediet, bedrijfsverzekeringen, werknemersverzekeringen voor personeel, arbeidsongeschiktheidsverzekeringen voor de ondernemers en bankleningen afgesloten.
Gemeente	Gemeente Soest heeft de benodigde vergunningen afgegeven, te weten een drank-en horecavergunning, een exploitatievergunning, een terrasvergunning en een gebruiksvergunning.
Media	Persberichten bij aanvang en daarna twee advertenties per jaar worden geplaatst in Soest Nu en de Soester Courant. Het bedrijf staat geregistreerd in de telefoongids op internet.
BUMA/STEMRA, Sena, Videma	Lidmaatschap Buma/Stemra. Zoek de actuele tarieven op bij BUMA. Gezien het aantal m2 van het Grand Café is het bedrag € 655 per jaar.

Leveranciers

Bedrijf	Goederen	Bestellen	Leveren
Sligro	Verse producten	1 dag van te voren	Wanneer nodig
Smit & Dorlas	Koffie	Automatisch	1 keer per week
Van de Linden drankenhandel	Dranken	2 dagen van te voren	1 keer per week
Bakkerij de Verleiding	Brood en gebak	Dagelijks	dagelijks

Samenwerkingspartners

Rabobank	De bank houdt een keer per week vergadering in een van de trainingsruimtes met tussendoor een zakenlunch.
Trainingsbureau	Op de laatste zondag van de maand zijn de trainingszalen afgehuurd door een organisatie dat NLP trainingen verzorgt.

3.10 Wettelijke voorschriften

Het bedrijf dient zich te houden aan wettelijke voorschriften, zoals vergunningen, wet geluidshinder, HACCP, hygiënecode horeca, handelsnaamwet, ARBO wet en brandveiligheid

3.11 Managementinformatie

In het Grand Café wordt de volgende informatie door de ondernemers geanalyseerd.

Dagelijks	<ul style="list-style-type: none"> omzetvolume en afzetvolume (hoeveel omzet is behaald en hoeveel stuks zijn verkocht?); aantal bezoekers en bestedingspatroon per bezoeker; kassaoverzicht.
Wekelijks	<ul style="list-style-type: none"> werkoverleg (onderwerp: verkoop, inkoop, personeel, promotie); administratie (inkomende facturen en openstaande rekeningen); uitstaande offertes voor bijvoorbeeld verhuur van de trainingszalen en recepties.
Maandelijks	<ul style="list-style-type: none"> administratie wordt maandelijks aangeleverd bij de accountant. omzet- en winstanalyse (wat is de behaalde omzet en winst? Komt dit overeen met de prognose? Zo nee, nieuwe acties bedenken, uitzetten en evalueren); assortimentsanalyse (welke producten lopen goed en welke minder)
Jaarlijks	<ul style="list-style-type: none"> Beoordelings- en functioneringsgesprekken Gegevens ziekteverzuim en personeelsverloop Inventarisatie van de voorraad Eindbalans en resultatenrekening

3.12 Conclusie Personeel & Organisatie

Grand Café Royale is een vof. Hiervoor is gekozen om gebruik te kunnen maken van de fiscale voordelen. De ondernemers hebben vertrouwen het bedrijf tot een succes te maken. Er wordt jaarlijks inkomstenbelasting afgedragen door de ondernemers. De omzetbelasting wordt per maand betaald.

Naast de twee ondernemers telt het Grand Café 10 medewerkers, waarvan vaste en parttime en een variërend aantal stagiaires.

De 1^e medewerker bediening en de zelfstandig werkend kok vervangen de ondernemers bij afwezigheid. Al het personeel moet gemotiveerd, zelfstandig en flexibel zijn om in het bedrijf mee te lopen. Het belangrijkste is gastgerichtheid en affiniteit met het vak. De minimale leeftijd van het personeel is 16 jaar. De loonkosten van het personeel komt op een totaalbedrag van circa € 200.000 inclusief vakantiegeld en werkgeverslasten.

4 FINANCIËN

In dit financiële gedeelte worden de volgende zaken uitgewerkt:

- De openingsbalans (investeringsbegroting en financieringsbegroting)
- De exploitatiebegroting
- De liquiditeitsbegroting
- De financiële kengetallen

4.1 De balans

De openingsbalans geeft het overzicht van bezittingen, schulden en eigen vermogen op 1 januari 2013 van de onderneming.

4.2 Toelichting op de balans

De openingsbalans komt voort uit een investeringsbegroting en een financieringsbegroting. In de investeringsbegroting worden alle investeringen opgenomen die nodig zijn om het ondernemingsplan te realiseren. Zodra het bedrijf start komen de posten op de investeringsbegroting overeen met de debetzijde van de balans. In de financieringsbegroting staat hoe de investeringen worden gefinancierd. De posten op de financieringsbegroting komen overeen met de creditzijde van de openingsbalans. Na het weergeven van de openingsbalans worden de investeringsbegroting en financieringsbegroting weergegeven en toegelicht.

Debet	balans 1 januari 2013		Credit
Vaste activa	€ 271.000	Eigen vermogen	€ 75.000
Vlottende activa	€ 69.000	Vreemd vermogen lang	€ 225.000
		Vreemd vermogen kort	€ 40.000
Totaal	€ 340.000	Totaal	€ 340.000

4.3 Investeringsbegroting

Investerings	Bedrag
Verbouwing	€ 30.000
Inventaris	€ 200.000
Computers	€ 16.000
Huurgarantie	€ 25.000
Voorraad	€ 11.000
Voorfinanciering BTW	€ 43.130
Debiteuren	
Bank en kas	€ 4.870
Openingskosten	€ 10.000
Totaal	€ 340.000

Vaste activa

- Het pand wordt voor € 30.000 verbouwd.
- Zowel de keukeninventaris als de restaurantinventaris is zonder btw opgenomen. De btw à 19% is opgenomen onder vlottende activa onder: "Voorfinanciering btw".
- Op de vaste activa wordt afgeschreven. De totale afschrijvingen zijn circa € 48.000 per jaar en komen terug in de exploitatiebegroting en de berekening van de cashflow (zie 4.5 en 4.7).
- Het kopje computers vertegenwoordigt: Pin Automaat en aansluiting, aansluiting telefoon en ADSL, Kassa, Internetsite en Domeinregistratie.
- De huurgarantie bestaat uit drie maanden huur van € 10.000 exclusief btw.

Vlottende activa

- De voorraad waarmee gestart wordt, bedraagt circa € 11.000. Dit is een gebruikelijk bedrag voor een Grand Café van deze grootte.
- De voorfinanciering BTW van de vaste activa bedraagt € 43.130. Deze wordt binnen een maand teruggevorderd.
- Het banksaldo en kasgeld bedraagt samen circa € 4.800. Gebruikelijk wordt 0,8% van de omzet gehanteerd voor kasgeld in de horeca. Dit komt overeen met het kasgeld van Grand Café Royale.
- De openingskosten zijn kosten voor een ludieke opening en advieskosten.

4.4 Financieringsbegroting

Financiering	Bedrag	Aflossings- termijn	Aflossing per jaar	Rente %	Rente jaar 1
Eigen Vermogen	€ 40.000				
Achtergestelde lening	€ 35.000			5,5%	€ 1.925
Borgstellingskrediet	€ 150.000	6	€ 25.000	6,5%	€ 9.750
Banklening	€ 75.000	6	€ 12.500	6,5%	€ 4.875
Crediteuren					
Rekening courant krediet	€ 40.000			8,5%	€ 3.400
Totaal	€ 340.000		€ 27.500		€ 19.950

Eigen vermogen

- Ondernemer Karlien Gerritsen brengt een bedrag in van € 20.000. Dit bedrag is spaargeld.
- Ondernemer Luuk Van der Kraan brengt eveneens een bedrag in van € 20.000. Dit bedrag komt voort uit de verhoging van de hypotheek.
- De achtergestelde lening is een lening van de heer A.J. Van der Kraan senior voor een bedrag van € 35.000

Vreemd vermogen

- Voor het dekkingstekort wordt door de bank een borgstellingkrediet aangevraagd. Het dekkingstekort van €170.000 euro mag in 6 jaar worden afgelost.
- De middellange lening bedraagt € 75.000. De aflossingstermijn en rentepercentage zijn hetzelfde als bij het borgstellingskrediet.
- Er wordt een rekening courant krediet gevraagd van € 40.000. Dit bedrag dient voor de voorfinanciering btw en onvoorziene uitgaven. Dit krediet mag in drie jaar worden ingeperkt tot € 25.000.

Opmerking: Dit is een mogelijk voorstel om het vreemd vermogen in te delen. Indien gewenst is

een andere verdeling mogelijk.

4.5 Exploitatiebegroting

Op de exploitatiebegroting staan alle opbrengsten en kosten voor de eerste drie jaar. Alle bedragen zijn afgeronde bedragen exclusief btw.

Exploitatiebegroting	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Omzet lunch	€ 134.758	€ 174.926	€ 217.686
Omzet diner	€ 435.372	€ 526.075	€ 621.960
Omzet borrel	€ 124.392	€ 149.659	€ 176.222
Totale omzet	€ 694.522	€ 850.660	€ 1.015.868
Inkoopwaarde 28%	€ 194.466	€ 238.185	€ 284.443
Brutowinst	€ 500.056	€ 612.475	€ 731.425
Personeelskosten	€ 234.900	€ 260.000	€ 290.000
Huisvestingskosten	€ 112.200	€ 117.810	€ 123.701
Vervoerskosten	€ 900	€ 927	€ 955
Verkoopkosten	€ 9.400	€ 9.682	€ 9.972
Algemene kosten	€ 19.500	€ 20.085	€ 20.688
Onvoorziene kosten	€ 11.807	€ 14.461	€ 17.270
Totale kosten	€ 388.707	€ 422.965	€ 462.585
Bedrijfsresultaat	€ 111.349	€ 189.510	€ 268.840
Afschrijvingskosten	€ 48.333	€ 48.333	€ 48.333
Rentekosten	€ 23.200	€ 17.088	€ 14.225
Nettowinst	€ 39.816	€ 124.089	€ 206.282
Belasting	€ 6.595	€ 39.036	€ 76.738
Winst na belasting	€ 33.220	€ 85.053	€ 129.543

4.6 Toelichting op de exploitatiebegroting

De omzet

De omzetprognose exclusief btw is reëel geschat. De prognose is gebaseerd op ervaring van de ondernemers, de capaciteit van het grand café en de grootte van het verzorgingsgebied. Uit het programma van kenniscentrum horeca blijkt dat de omzet reëel is en dat gezien het aantal vierkante meter vloeroppervlak op een goede locatie het mogelijk is een hogere omzet te behalen. De gemiddelde omzet per dag is circa € 1.900. Dit varieert van ongeveer € 800 op maandag tot € 4.000 op zaterdag. In onderstaande tabel is de onderbouwing van de omzetprognose per jaar weergegeven.

Omzetprognose	jaar 1	jaar 2	jaar 3
Aantal dagen open per jaar	365	365	365
Maximaal aantal gasten per dag	142	142	142
Maximaal aantal gasten per jaar	51.830	51.830	51.830
Gemiddelde bezetting lunch in %	20	25,0	30,0
Gemiddelde bezetting diner in %	30	35	40
Gemiddelde bezetting borrel in %	30	35	40
Gemiddelde besteding lunch	13	13,5	14
Gemiddelde besteding diner	28	29	30
Gemiddelde besteding borrel	8	8,25	8,5
Omzet lunch	€ 134.758	€ 174.926	€ 217.686
Omzet diner	€ 435.372	€ 526.075	€ 621.960
Omzet borrel	€ 124.392	€ 149.659	€ 176.222
Jaaromzet	€ 694.522	€ 850.660	€ 1.015.868
Gemiddelde omzet per dag	€ 1.903	€ 2.331	€ 2.783

Inkoopwaarde van de omzet

De inslag bestaat uit inkopen die leiden tot omzet. De inkoopwaarde van de omzet is eveneens opgenomen exclusief BTW. De inslag voor een grand café varieert van 25% tot 30%. Op dranken zit een lagere inslag dan op eten. Er is uitgegaan van een gemiddelde inslag van 28%.

De brutowinst

De brutowinst is omzet minus de inslag van 28%. Dit levert een brutowinstpercentage op van 72%.

Toelichting exploitatiekosten

In onderstaande tabel zijn de exploitatiekosten gespecificeerd. Daarna wordt iedere post toegelicht.

Onderbouwing exploitatiekosten	
<u>Personeelskosten:</u>	
Bruto lonen, salarissen personeel	€ 187.920
Sociale lasten & pensioenen	€ 37.584
Overige personeelskosten	€ 9.396
Totaal personeelskosten	€ 234.900
<u>Huisvesting- en inventariskosten</u>	
Huur	€ 90.000
Kleine inventaris en onderhoud	€ 6.000
Energie, gas en water	€ 9.000
Verzekering en belasting	€ 2.400
Afvalkosten en schoonmaak	€ 3.600
Overige kosten	€ 1.200
Totaal huisvesting- en inventariskosten	€ 112.200
<u>Vervoer- en transportkosten</u>	
Brandstofkosten	€ 600
Overige kosten stelpost	€ 300
Totaal vervoer- en transportkosten	€ 900

<u>Verkoopkosten</u>	
Drukwerk	€ 4.000
Website	€ 1.000
Representatiekosten	€ 1.200
Festiviteiten	€ 2.000
Overige verkoopkosten	€ 1.200
Totaal verkoopbevordering	€ 9.400
<u>Algemene beheerskosten</u>	
Accountant	€ 3.600
Training- en advieskosten	€ 1.200
Kantoor/telefoon/portokosten	€ 2.400
Contributies en abonnementen	€ 1.500
Verzekeringen	€ 2.400
Vergunningen en heffingen	€ 3.000
Automatisering	€ 3.000
Overige beheerskosten stelpost	€ 2.400
Totaal beheerskosten	€ 19.500
<u>Afschrijvingen</u>	
Verbouwing	€ 3.000
Inventaris	€ 40.000
Computerapparatuur en software	€ 5.333
Totaal afschrijvingen	€ 48.333
<u>Rentekosten</u>	
Achtergesteld vermogen	€ 1.925
Banklening	€ 4.875
Borgstellingskrediet	€ 9.750
Rekening-courant bank	€ 3.400
Financieringskosten	€ 2.250
Overige kosten stelpost	€ 1.000
Totaal rentekosten	€ 23.200

De personeelskosten

De post personeelskosten is meestal een grote kostenpost binnen de horeca. Uit cijfers van kenniscentrum horeca blijken de personeelskosten gemiddeld 28-40% van de omzet te zijn. De salarissen van Grand Café Royale zijn ingeschat op 34%. Er is rekening gehouden met 8% vakantiegeld en 20% werkgeverslasten. De overige personeelskosten van € 9.396 zijn gereserveerd om eventueel een bonus uit te betalen aan het personeel of het bedrag kan worden ingezet voor kosten voor ziekteverzuim. Indien de personeelskosten hoger uitvallen dan het geschatte bedrag, gaat dit af van de ondernemerswinst. Het salaris van de ondernemers zit niet in de personeelskosten, aangezien de onderneming een vof is. Het ondernemersinkomen wordt betaald uit de nettowinst. Maandelijks ontvangen de ondernemers het eerste jaar een voorschot van circa € 1.250 netto per maand, zolang de cijfers dit toelaten. De jaren erna zal meer worden uitgekeerd aan de ondernemers. Hierna volgt een schema met de betaling per personeelslid dat overeenkomt met het personeel uit het organogram. De ondernemers hebben een dienstrooster gemaakt waaruit blijkt dat met dit personeel voldoende bezetting is.

Personeelskosten	Salaris p/mnd	Aantal uur p/wk	jaarsalaris inc vakantiegeld	Jaarsalaris Inc soc lasten
1e medewerker	€ 2.300	40	€ 29.808	€ 35.770
ZWK	€ 2.300	40	€ 29.808	€ 35.770
Bediening	€ 1.600	40	€ 20.736	€ 24.883
Bediening	€ 1.400	32	€ 14.515	€ 17.418
Bediening	€ 1.400	28	€ 12.701	€ 15.241
Kok	€ 1.400	40	€ 18.144	€ 21.773
Kok	€ 1.400	40	€ 18.144	€ 21.773
Kok	€ 1.400	40	€ 18.144	€ 21.773
Stagiair 1	€ 500	40	€ 6.480	€ 7.776
Stagiair 2	€ 500	40	€ 6.480	€ 7.776
Stagiair 3	€ 500	40	€ 6.480	€ 7.776
Stagiair 4	€ 500	40	€ 6.480	€ 7.776
		460	€ 187.920	€ 225.504

De huisvestingskosten

De huisvestingskosten bestaan voor het grootste gedeelte uit huurkosten van de locatie, namelijk € 90.000 per jaar. Het huurbedrag is het eerste jaar, gezien de omzet, aan de hoge kant. De huisvestingskosten bestaan verder uit kosten voor water, energie, kleine inventaris, schoonmaak, verzekeringen en onderhoud.

De vervoerskosten

Dit zijn de kosten voor het gebruik van een auto voor zakelijke doeleinden, bestaande uit brandstofkosten en overige vervoerskosten.

Promotiekosten

Er is een promotiebudget opgenomen van € 9.400 per jaar. Het budget wordt verdeeld over advertentiekosten, representatiekosten, de website, visitekaartjes en promotionele acties. De kosten voor promotie bedragen meestal 2 à 3 procent van de omzet. De promotiekosten voor Grand Café Royale zijn aan de lage kant. Aangezien de ondernemers veel mond-tot-mond reclame verwachten en zelf het ontwerp van de huisstijl op zich nemen.

Algemene beheerskosten

Dit zijn kosten voor bijvoorbeeld de accountant, de administratie, de telefoon, abonnementen, verzekeringen, vergunningen en heffingen.

Afschrijvingen

Investerings	Bedrag	Afschrijvings- termijn in jaren	Afschrijving per jaar
Verbouwing	€ 30.000	10	€ 3.000
Inventaris	€ 200.000	5	€ 40.000
Computers	€ 16.000	3	€ 5.333
Totaal			€ 48.333

Het totaal aan afschrijvingen bedraagt € 48.333.

4.7 Liquiditeitsbegroting

Hierna volgt een beknopte liquiditeitsbegroting voor de eerste drie jaar. Het is een overzicht van de verwachte ontvangsten en de verwachte uitgaven in het eerste jaar.

Liquideiteit	Jaar 1	Jaar 2	Jaar 3
Brutowinst	€ 500.056	€ 612.475	€ 731.425
Totale kosten (excl. Afschrijvingen)	€ 411.907	€ 440.053	€ 476.810
Resultaat voor belastingen	€ 88.149	€ 172.422	€ 254.615
Aflossingsverplichtingen	€ 37.500	€ 37.500	€ 37.500
Resultaat minus aflossingen	€ 50.649	€ 134.922	€ 217.115
Te betalen Belasting	€ 6.595	€ 39.036	€ 76.738
Totaal	€ 44.054	€ 95.886	€ 140.377
Privé-uitgaven	€ 30.000	€ 60.000	€ 84.000
Liquideitsmutatie	€ 14.054	€ 35.886	€ 56.377

Uit de liquiditeitsbegroting is af te lezen dat de onderneming het komende jaar over een werkkapitaal van circa € 14.000 beschikt.

4.8 Kengetallen

Solvabiliteit

De solvabiliteit is de mate waarin het bedrijf in staat is financiële verplichtingen na te komen. De solvabiliteit van de onderneming is circa 20%. De solvabiliteit zal in de toekomst stijgen.

$$\text{Solvabiliteit} = \frac{\text{Eigen vermogen}}{\text{Totale Vermogen}} \times 100 = \frac{€ 75.000}{€ 340.000} = 22,1\%$$

De cash flow

De cash flow zal besteed worden voor aflossingen en investeringen binnen het bedrijf.

$$\text{Cashflow} = \text{Nettowinst} + \text{Afschrijvingen}$$

Cashflow	jaar 1	jaar 2	jaar 3
Nettowinst	€ 39.816	€ 124.089	€ 206.282
Afschrijvingen	€ 48.333	€ 48.333	€ 48.333
Privé-uitgaven	€ 30.000	€ 60.000	€ 84.000
	€ 58.149	€ 112.422	€ 170.615

Rentabiliteit

Rentabiliteit van het vermogen is de mate waarin het geïnvesteerde vermogen in het eerste jaar rendabel is.

$$REV = \frac{\text{Nettowinst}}{\text{Eigen vermogen}} \times 100 = \frac{€ 39.816}{€ 75.000} = 53\%$$

$$RTV = \frac{\text{Bedrijfsresultaat}}{\text{Totale Vermogen}} \times 100 = \frac{€ 111.349}{€ 340.000} = 33\%$$

Het rendement op zowel het totale als eigen vermogen is hoog.

Break-even omzet

De break-even omzet is circa € 640.000. De break-even omzet is als volgt berekend:

$$\text{Break-even omzet} = \frac{\text{Constante kosten}}{\text{Contributiemarge \%}} = \frac{€ 460.240}{0,72} = € 639.223$$

De constante kosten blijven gelijk binnen dezelfde productieomvang.

De contributiemarge % is brutowinst minus overige variabele kosten delen door de omzet.

4.9 **Conclusie Financiële planning**

De totale investering is € 340.000. Dit zal gefinancierd worden door € 75.000 eigen vermogen en € 265.000 vreemd vermogen, waardoor de solvabiliteit uitkomt op circa 22%. De solvabiliteit zal de komende jaren door winstreservering en aflossing oplopen tot 30% en hoger.

De omzetprognoses voor de eerste drie jaar bedragen respectievelijk € 700.000, € 850.000 en € 1.000.000 en de winstprognoses € 40.000, € 125.000 en € 205.000.

Zowel de omzet als de kosten zullen jaarlijks stijgen. Dit komt enerzijds door prijsstijgingen gebaseerd op inflatie en naamsbekendheid en anderzijds door groei. De geschatte kosten nemen jaarlijks toe met 3 tot 5%. De afgelopen jaren was het inflatiepercentage 2 à 3 procent (bron: Centraal Plan Bureau). In het eerste jaar is de winst nog laag, vanaf het tweede jaar wordt het runnen van de onderneming financieel interessant voor de ondernemers.

De liquiditeitsprognose laat in het eerste jaar een mutatie van circa 14.000 euro zien. Vanaf het tweede jaar zal de liquiditeit verder verbeteren.

5 HAALBAARHEID

De ondernemers Karlien Gerritsen en Luuk Van der Kraan zijn hoog opgeleid, ervaren, gastvrij en bereid hard te werken.

Zowel de markt, de ondernemers zelf en de gemeente hebben behoefte aan een nieuw en eigentijds horecaconcept, blijkt uit dit plan. In Soest wordt echt een Grand Café gemist, aangezien een Grand Café of vergelijkbaar concept er nog niet is. Grand Café Royale scoort hoog in de concurrentiematrix. Eetvilla van de Brink is de grootste concurrent al zijn deze concepten niet vergelijkbaar met elkaar en wordt een andere doelgroep aangesproken. Er zal goed moeten worden ingespeeld op de wensen van de gast om de concurrentie in de toekomst voor te blijven.

De huur van het pand is relatief hoog, maar daartegenover staat dat het gaat om nieuwbouw en er dus geen goodwill verschuldigd is (wat normaal gebruikelijk is in de branche bij overname van een horecabedrijf).

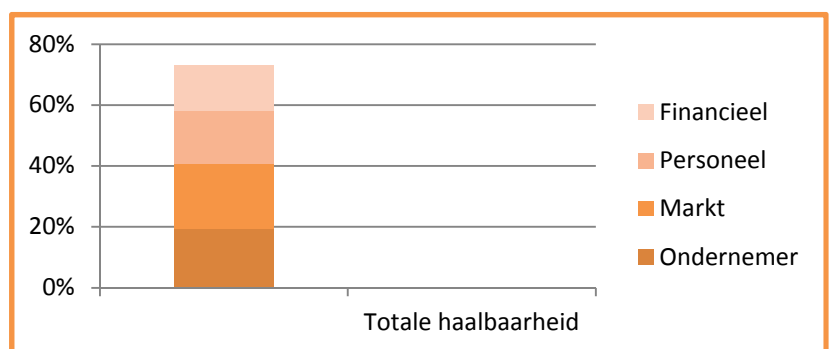
In 2013, het eerste jaar, is de winst van circa € 40.000 aan de lage kant. De break-even omzet is circa € 640.000. De vraag is of het bedrijf als vof het borgstellingskrediet kan verkrijgen op basis van de startcijfers van 2013. Als de post onvoorzien kosten buiten beschouwing wordt gelaten, komt de nettowinst uit op ruim € 50.000. De cijfers zijn voorzichtig geschat.

De liquiditeit en solvabiliteit zijn aan de lage kant. Deze zaken zullen in de toekomst verbeteren als de indicatieve cijfers worden behaald. De rentabiliteit op het eigen vermogen en het totale vermogen zijn hoog.

Gezien de locatie, de markt en de competenties van de ondernemers mag verwacht worden dat Grand Café Royale een goede kans van slagen heeft. Uit de haalbaarheidstest van De Unieke Ondernemer blijkt een kans van 73% dat deze onderneming succesvol zal zijn.

De vier pijlers scoren als volgt:

De Ondernemer:	19%
De markt:	21%
Personeel & organisatie	18%
<u>Financiën:</u>	<u>15%</u>
Totaal:	73%



Met ondernemende groet,

Karliën Gerritsen
Luuk van der Kraan
Grand Café Royale

BRONVERMELDING

De volgende bronnen zijn gebruikt bij het schrijven van dit ondernemingsplan.

Horeca in cijfers 2011 (HINC) van Kenniscentrum Horeca
Handboek Ondernemen moet je DOEN – Lorraine Vesterink
Starterspakket De Unieke Ondernemer

www.kenniscentrumhoreca.nl
www.cbs.nl
www.gemeenteamersfoort.nl
www.amersfoort.nl
www.horecaorg.nl
www.abnamro.nl
www.rabobank.nl
www.studimeter.nl
www.deuniekeondernemer.nl
www.haalbaarheidsscan.nl

De heer R.G.J. Van der Kraan	Grand Café Royale
Mevrouw I. Gerritsen	Grand Café Royale
Mevrouw L. Vesterink	De Unieke Ondernemer



+ 31 35 7110877
www.deuniekondernemer.nl
info@deuniekeondernemer.nl