



## Forretningsplan for: Thomsens Sports Cafe

Alle kommentarer i nedenstående forretningsplan tager udgangspunkt i at tjeneren Mogens Thomsen starter en sports cafe i en større dansk by.

Thomsen Sports Cafe er et fiktivt firma, der udelukkende har til formål at fungere som et eksempel på, hvordan en forretningsplan kan disponeres. Se skabelonen til forretningsplanen på [startupsvar.dk](http://startupsvar.dk)

## Indholdsfortegnelse

BAGGRUNDSOPLYSNINGER . . . . .	3
RESUME . . . . .	3
IDEGRUNDLAG . . . . .	4
PERSONLIGE MÅL OG RESSOURCER . . . . .	4
PRODUKT / YDELSE . . . . .	5
MARKEDSBESKRIVELSE . . . . .	7
SALG OG MARKEDSFØRING . . . . .	8
ORGANISERING AF VIRKSOMHEDEN . . . . .	9
VIRKSOMHEDENS UDVIKLING . . . . .	70
BUDGETTER . . . . .	11

## Baggrundsoplysninger

Navn:	Mogens Thomsen
Adresse:	Saralyst Vej 122
Postnummer / by:	8270 Højbjerg
cpr.:	030373- 0000
Tlf.:	70 22 00 76
e-mail:	mt@startupsvar.dk
Web-adresse:	startupsvar.dk
Uddannelse:	Tjener fra Århus Tekniske Skole
Civilstand:	Gift og voksen søn

## Resume

Jeg vil starte byens mest underholdende sports cafe med plads til 150 mennesker. Den er spækket med den nyeste teknologi, så man kan opleve alt inden for sportens verden fra de separate pulte ved hvert af de 40 borde. Jeg bruger et gennemprøvet koncept fra USA som udgangspunkt og her har konceptet bestået i flere år. Realistisk antal kunder På grund af den store nyhedsværdi, vores kontinuerlige markedsføring og min tætte kontakt til byens fodboldklub og førstehold, forventer vi fuldt hus det meste af ugen. I cafeen er der plads til 150 personer.

- Fra mandag til onsdag forventer vi 60 % belægning med en udskiftning af publikum 2 gange.
- Torsdag - søndag 80 % belægning med udskiftning af kunder 3 gange.

Vi forventer, at hver kunde bruger 140 kr. per besøg. Det svarer til fire/fem genstande eller en genstand og menu.

### Pris for produkt/ydelse

Vi satser på en moderat prispolitik. Et måltid skal ligge på niveau med Jensens Bøfhus og Pizza Hut og det samme for drikkevarer.

- Drikkevarer: gennemsnitlig dækningsgrad 70 %
- Fødevarer: gennemsnitlig dækningsgrad 65 %,
- Sportseffekter: gennemsnitlig dækningsgrad 75 %

### Ejer

Virksomheden er et personligt ejet firma som stiftes af Mogens Thomsen. Jeg er uddannet tjener og har fungeret som sådan i mange år, de sidste år som bestyrer af et større værtshus. Jeg er i dag 35 år og har spillet topfodbold i den lokale klub. Er i dag tilknyttet markedsføringen af klubben.

### Økonomi:

For fem år siden besluttede jeg, at jeg på et tidspunkt ville have egen cafe. Så i dag står der 200.000 på en etableringskonto. Jeg har fået tilsagn fra tre personer, der er villige til at kautionere for hver 20.000 kr. Desuden har jeg en ejerlejlighed med en del friværddi.

## Idegrundlag

### Virksomhedens idégrundlag

Formålet med min sportscafe er at sørge for, at kunderne får reel underholdning og gode oplevelser, når de bruger deres fritid i cafeen.

### Elevatortalen

Jeg har byens mest underholdende sports cafe med plads til 150 mennesker. Den er spækket med den nyeste teknologi, så man kan opleve alt inden for sportens verden fra de separate pulte ved hvert af de 40 borde. Vi har specialtrænet personale til at servere vores menuer og drinks til rimelige priser. Her er mit visitkort, det giver ret til en gratis drink til dig og en ledsager.

### Behovet som virksomheden vil dække hos kunden

Sportscaféen dækker behovet for menneskeligt samvær for de 18-30 årige i et miljø med action, musik og TV stemning.

### Det specielle ved denne virksomhed i forhold til konkurrenter

Thomsens Sports Café er den første totaloplevelses cafe i byen og desuden har ejeren tætte kontakter til byens idrætsliv.

### Målbare mål

Der skal være en dækningsgrad på mad på 68 %.

Der skal være en dækningsgrad på drikkevarer på 70 %.

Hver anden måned skal have en speciel event, der vækker mediernes interesse.

## Personlige mål og ressourcer

### Derfor starter jeg egen virksomhed:

Som tjener har jeg altid haft lyst at få mit eget og efter en rejse til USA, hvor jeg så et koncept på en sports bar & cafe er tiden nu rede, da jeg har erfaret, at det rigtige lokale nede i byen snart er til leje.

### Uddannelse og erfaring:

Er uddannet tjener og har fungeret som sådan i fem år. Jeg er i dag 35 år og har spillet topfodbold i den lokale klub. Er i dag tilknyttet markedsføringen af klubben.

### Økonomi:

For fem år siden besluttede jeg, at jeg på et tidspunkt ville have egen bar. Så i dag står der 200.000 på en etableringskonto. Jeg har fået tilsagn fra tre personer, der er villige til at kautionere for hver 20.000 kr. Desuden har jeg en ejerlejlighed med en del friværddi.

### Viden om ydelsen/produktet:

Efter flere års arbejde som tjener har jeg fået indgående kendskab til kunders behov, når de går på cafe, restaurant og bar. Desuden kender jeg alle relevante leverandører til restaurationsmiljøet. Den aktive deltagelse i byens sportsliv giver et godt kontaktnet til potentielle kunder og sportsledelse.

Mit mangeårige engagement i den lokale sportsklub giver mig direkte adgang til miljøet omkring klubben. Desuden har jeg været faglig aktiv i tjenerforbundet og har derfor god kontakt til kommende medarbejdere.

### **Stærke sider i forhold til virksomheden**

Uddannet tjener, 5 års erfaring inden for faget, aktiv sportsudøver, aktiv i sportsklubbens foreningsarbejde, min familie bakker mig op, jeg bruger et gennemprøvet koncept fra USA som udgangspunkt, har bestyret en anden café i to år.

### **Svage sider i forhold til virksomheden**

I forhold til investeringerne har jeg ikke en stor opsparing. Min kone er ledig, så jeg har behov for en månedlig indtjening på minimum 17.000 kr.

### **Indtjening det første år**

Det første år skal indtjeningen være på mindst 17.000 kr. pr. måned før skat. Dette beløb er mit eksistensminimum.

### **Indtjening det tredje år**

Mit mål er at tjene dobbelt så meget som min dyreste ansatte. Det vil være ca. 40.000 kr. om måneden

### **Hvor meget vil jeg arbejde?**

Det første år har jeg aftalt med min kone, at så at sige al min tid vil gå på Sports Cafeen. Jeg forventer dog ikke at møde før kl. 11.00 og hver mandag vil jeg holde fri hele dagen.

### **Arbejdsfunktioner i virksomheden**

Da baren bliver en forholdsvis stor arbejdsplads, vil mit arbejde først og fremmest blive at koordinere virksomhedens drift og stå i baren i peak hours. Jeg skal altså være leder af cafeen og sørge for at mine kunder har det godt.

## **Produkt / ydelse**

Vores indtjening i cafeen ligger på følgende hovedgrupper og undergrupper:

### **1. Drikkevarer**

- 1.1.1 Øl
- 1.1.2 Spiritus
- 1.1.3 Softdrinks

### **2. Mad**

- 2.1.1 Menuer
- 2.1.2 A la carte
- 2.1.3 Snacks

### **3. Sportseffekter**

- 3.1.1 Fodbold
- 3.1.2 Andet

### **Kundebehov der dækkes af produktet**

Vi dækker menneskets behov for at blive underholdt og for at være blandt venner. Sports Cafe konceptet, er blot den ramme, vi har valgt, at dække behovene i. Vi har valgt Sports Cafe konceptet fordi sport er en stor del af unges hverdag. Dette, kombineret med cafeens brug af de mest moderne elektroniske underholdningselementer mener vi, skaber en god ramme om vores indtjening, der er salg af mad og drikkevarer.

## **Forskellig fra andre cafeer**

Der findes mange værtshuse, cafeer og restauranter i byen, men ingen har på nær samme måde et så gennemført tema og en så stor underholdningsværdi. Vi vil blive alene i byen og har derfor ikke svært ved at profilere os.

## **Købsfrekvens/levetid af produkt/ydelse**

Vi forventer at opbygge et stærkt loyalitetsforhold mellem kunde og Sports Cafe. Dette indebærer bl.a. indførelse af elektroniske medlemskort, der gør det muligt at give rabatter og andre medlemsfordele til storkunder eller udvalgte grupper.

Ved at vi har mange elektroniske aktiviteter kørende betyder det, at den enkelte kunde vil blive længere på cafeen og dermed købe mere af vores drikkevarer, snacks og mad.

## **Kalkulation af ydelse/produkt**

- Drikkevarer: gennemsnitlig dækningsgrad 70 %
- Fødevarer: gennemsnitlig dækningsgrad 65 %,
- Sportseffekter: gennemsnitlig dækningsgrad 75 %

## **Pris for produkt/ydelse**

Vi satser på en moderat prispolitik. Et måltid skal ligge på niveau med Jensens Bøfhus og Pizza Hut og det samme for drikkevarer. Vi ønsker ikke, at det er prisen, der skal holde folk fra at komme, da vores strategi er at holde længere på kunderne og derved få dem til at købe mere. På de store sportsdage som VM, landskampe m.v. vil priserne blive hævet en del, da der på disse dage er kombineret forskellige events og konkurrencer. Disse dage vil der blive solgt billetter, der inkluderer indgang, mad, drikke og events.

## **Leverandører**

Til den løbende drift vil vi bruge de gængse leverandører inden for restaurations- og cafe branchen. Med hensyn til indretningen af Sports Baren vil vi bruge BarCaf Total Entreprise, der har flere års erfaring i opsætning af diskoteker og barer.

Den elektroniske og audiovisuelle opsætning vil DigiVideo stå i spidsen for. DigiVideo har ikke tidligere lavet en sådan opgave, men vil som en fremtidig investering selv påtage sig dele af udviklingsomkostningerne. Distributionsform/salgskanaler: Vore kunder kommer til os, så vi har en distributionslængde på ca. 65 cm, som er bredden af vores bardisk.

## **Nødvendigt lager**

Vores spiritus, øl og vandlager skal altid kunne dække en uges forbrug ved fulde huse. Af ikke fordærvelige madvarer skal der være minimumlager til 14 dage, fersk kød max. to dages lager, og brød købes/bages dagligt.

## **Brancheforening**

I byen er der ni almindelige værtshuse, to cafeer og tre restauranter. Der findes en anden sports bar, men det er blot en almindelig bar, hvor der er opstillet et par spillemaskiner, og ophængt en darts kive samt ophængt fire TV'er.

Sports Cafeen kommer til at ligge i bunden af "værtshusgaden". Vi mener ikke at have nogle umiddelbare konkurrenter, da vores koncept er så forskelligt fra andre restauranter og barer. De andre barer i området betragter vi ikke som konkurrenter, men som samarbejdspartnere, da vi siger: Jo mere liv i gaden jo bedre for alle. Restaurations-, bar- og værtshusejere har et

godt samarbejde i byen og de erkender, at jo højere standard branchen har i byen, jo flere mennesker vil komme og lægge penge i kassen. De hilser Thomsens Sports Café velkommen..

### **Livscyklus**

Konceptet med tema cafeer/barer er helt nyt i Danmark, men har allerede slået igennem i USA. Vi er sikre på, at idéen vil slå an i Danmark, bl.a. fordi vi tilbyder den ekstra underholdning og friskhed, som almindelige restauranter og værtshuse mangler.

## **Markedsbeskrivelse**

På baggrund af mit fem års arbejde som tjener ved jeg, at unge mennesker ønsker lidt mere end blot at drikke en øl i venners lag. Nutidens unge kræver aktiviteter lige meget hvor de er, og det får de på min sports cafe.

### **Hvem er kunderne?**

Vores kerneområde er hele byen, men vi har planer om at arrangere konkurrencer og andre aktiviteter, hvor idrætsforeningerne fra de største byer fra oplandet vil få en central rolle. Derved skulle det være muligt, at de unge fra omegnskommunerne også vil få et forhold til Sports Cafeen.

### **Realistisk antal kunder**

På grund af den store nyhedsværdi, vores kontinuerlige markedsføring og tætte kontakt til sportsverdenen, forventer vi fuldt hus det meste af ugen. I cafeen er der plads til 150 personer.

- Fra mandag til onsdag forventer vi 60 % belægning med en udskiftning af publikum 2 gange.
- Torsdag søndag 80 % belægning med udskiftning af kunder 3 gange.

Vi forventer, at hver kunde bruger 140 kr. per besøg. Det svarer til fire/fem genstande eller en genstand og menu.

### **Stærke og svage sider ved konkurrenterne**

Ingen af de andre cafeer og barer arbejder med et gennemført tema, så her er vi specielle og alene. Man kunne kopiere vort koncept, men kopisten vil nok ikke have så stor succes, da vi vil have slået vort navn fast, inden de kommer til take off.

### **Konkurrenceparametre**

Cafe gæster ønsker gode eller spændende oplevelser samt god mad og drikke til rimelige priser. Det er det, vi vil give dem. Vi skal sikre, at vore kunder får en god oplevelse, hver gang de er i vores Sports Cafe. Hvis ikke kunderne kan sige kanon, fedt, alle tiders eller cool når de forlader stedet, har vi ikke gjort det godt nok.

### **Muligheder på markedet**

At mødes uden for hjemmet på en cafe eller bar bliver aldrig umoderne. Rammerne om dette møde kan blive trivielle, hvad der er ved at ske i Danmark i dag. Vi ser derfor store muligheder i sportstema cafeer, da sport og cafeer har en universel tiltrækning på specielt yngre mennesker.

## Trusler der kan ødelægge mulighederne

De største trusler, vi kan se, vil komme fra TV satellitselskaberne. Hvis de hæver priserne til astronomiske højder for at bruge deres signaler, bliver vi nødt til at fravælge dette. Vi vil da skulle tænke meget kreativt for at skabe den samme intensive sportsdækning.

## Salg og markedsføring

Vi har en Sports Cafe som summer af liv og oplevelser inden for sportens verden. Vi skal i vores markedsføring ramme den samme actionprægede stil, som præger vores produkt.

Vores primære medie vil være lokalradioen, som vi vil bruge til både at bringe almindelige spots og til i fællesskab med radioen at lave konkurrencer og events. Ved hver større sportsbegivenhed det være sig international, national eller lokal vil vi lave specialaftener.

Sportsbegivenheden behøver ikke at være særligt kendt i Danmark, for at vi vil lave et specialarrangement. Super Bowl i USA, det Latinamerikanske fodboldmesterskab, Sumobrydermesterskab i Japan eller jittersbugmesterskabet i Spanien vil være gode grunde til en specialaften.

Aftenen/dagen/ugen vil byde på lokale retter og importeret øl og souvenirs, konkurrencer med gode præmier og direkte fjernsyn fra eventen. Hver event, stor eller lille, vil få sin egen spot i radioen.

Ved ofte at skifte event fremstår Sports Cafe som et dynamisk sted, også selv om hver event er bygget op omkring det samme koncept. Ved de helt store arrangementer vil vi få lokalradioen til at sende direkte fra cafeen. Vi har på lokaletegningerne gjort plads til et lille radiostudie, hvorfra radioen bl.a. kan styre konkurrencer, hvor lyttere kan ringe ind og vinde en VM middag på Sports Cafe eller en billet til finalen.

To gange om året vil vi arrangere vores egen sportsbegivenhed f.eks. indendørs fodbold eller et svømmestævne for kunder fra byens andre cafeer og barer. Som opbakning til den massive radioreklame vil der blive produceret posters, hvor events for et kvartal ad gangen vil blive offentliggjort.

### PR ved åbning

Thomsens Sports Cafe planlægger at åbne med et ordentligt brag. Vi planlægger at få nationale topspillere til at møde op, det lokale førstehold optræder som tjenere, dele af gågaden bliver lavet om til beach volleybane, lokalradioen sender direkte hele åbningsweekenden, internet dartkonkurrence med en sportscafe i USA med meget mere. Vi har afsat 60.000 kr. til åbningsweekenden.

### Redaktionel omtale i aviser

Ud over vor lokale åbningsevent vil vi markedsføre os over hele landet, ved at gøre landsaviserne interesserede i vores unikke sports cafe koncept. Vi mener, at vi er de første i landet, der har et rendyrket koncept. Samtidig har vi planer om at franchise konceptet til andre steder i Danmark. Vi har taget kontakt til en freelance journalist, der skal stå for vores pressekontakt.



## Organisering af virksomheden

### Virksomhedens navn og adresse:

Thomsen Sports Café, Storgade 17, 8600 Silkeborg,  
Tlf: 70 22 00 79

Virksomhed skal startes som en personligt ejet enkeltmandsvirksomhed, idet det er den simpleste måde at komme i gang på. Senere vil jeg overveje, om virksomheden skal omdannes til et selskab.

### Regnskab

Vi har besluttet at ansætte en freelance bogholder fra starten. Vi vil i Cafeén have et stort behov for styr på økonomiadministrationen, da mange bilag vil komme i omløb dagligt. Desuden er der et stort koordineringsarbejde i at arrangere vore events og pressearbejde, som den administrative freelancer og jeg skal tage os af.

### Forretningspolitikker

- Vores priser vil altid ligge på et rimeligt mellemniveau, og vi arbejder med kontant betaling.
- Via cafeens elektroniske medlemskort kan visse grupper eller enkelt personer opnå enten 5, 10 eller 15% rabat.
- Handler man for over 500 kr om måneden, udløses 5% rabat, for over 1.000 kr. udløses 10% rabat og over 1.500 kr 15% rabat.
- Vi ønsker, at 60% af vort personale er under 30 år og ligeligt fordelt på mænd og kvinder.
- Lønnen skal ligge lidt over gennemsnittet, og vi vil finde passende incitamenter til at øge lysten til at arbejde her. Bl.a. vil der hvert halvår være en rejse til La Santa Sport med ledsager til den med længst anciennitet man kan kun komme på én rejse.

### Placering

Storgade nr. 17 for enden af gågaden bliver ledig om seks måneder, og jeg har fået ret til at leje lokalet, der er på 300 m<sup>2</sup>. Den årlige leje vil være på 1.000 kr/m<sup>2</sup>.

### Etableringsbudget

På grund af de meget store investeringer, er der blevet udarbejdet separate budgetter for hver af de tre hovedinvesteringer. De samlede budgettal skal overføres til investeringsbudgettet.

1) Ombygning af lokalet: 98.000 kr,

2) Produktionsudstyr: 525.000 kr,

3) Kontorinventar: 51.000 kr.

### Sparringspartnere til virksomheden

Jeg føler, at jeg har godt tjek på, hvordan jeg vil have tingene til at udvikle sig og er sikker på, at jeg kan styre driften. Ud over bogholderen og revisoren ønsker jeg ikke flere til at blande sig i driften.

## Virksomhedens udvikling

Mit mål med Thomsens Sports Café er at udvikle konceptet til at være landsdækkende. De erfaringer, jeg gør med den meget interaktive og elektroniske indretning, markedsføringen og arrangementerne, vil kunne beskrives og overføres til andre lokaliteter i Danmark. Denne viden har jeg tænkt at sælge til driftige værtshusholdere i de byer, der har et superligahold. Jeg vil ikke selv eje de andre sportscafeer, men blot sørge for, at de lever op til mit koncept, så alle cafeerne på et tidspunkt kan lave landsdækkende reklamekampagner. Efter et års drift vil jeg gå på markedet med mit koncept og efter tre år vil der være tre cafeer i Danmark.

### Ydelser/produkter om et år og om tre år

Jeg forventer, at mit koncept er det samme om tre år, men jeg vil selvfølgelig følge med i den udvikling, markedet gennemgår.

### Kunder om et år og om tre år

Vi vil også om tre år fokusere på den samme målgruppe 16 - 35 årige.

### Omsætning om et år og om tre år

Caféen skal nå sin maksimale omsætning i løbet af to år. Derefter skal yderligere stigninger i omsætningen ske gennem franchising.

### Andre mål med virksomheden

Inden for de næste tre år vil vi, når der er fundet et forsvarligt og enkelt distributionsnet inden for økologisk kød og grønsager, overgå til at servere økologiske måltider. Allerede næste år forventer vi med Urtekram som leverandør, at kunne sælge Fairtrade Mærket kaffe, te, chokolade og kakao som også er økologisk.

## Budgetter

### Etableringsbudget for Thomsens Sports Café

Udgifter	Kr.
<b>Lokaler:</b>	
1 mdr husleje a 25.000	25.000,00
Depositum ved leje - 3 mdr husleje	75.000,00
Goodwill	150.000,00
Maling, reparation, nye toiletter, mv.	98.000,00
<b>Produktionsudstyr:</b>	
Møbler, borde, lamper	160.000,00
TV og andet elektronik	240.000,00
Køkkenudstyr	70.000,00
<i>Andet:</i>	55.000,00
<b>Kontorinventar:</b>	
Møbler (skrivebord, kontorstol, reol mv.)	15.000,00
EDB (Printer, netværk mv.)	25.000,00
Telefon	2.500,00
Telefax	1.000,00
Kopimaskine	2.500,00
<i>Andet:</i>	5.000,00
<b>Vareindkøb:</b>	
Råvarer/halvfabrikata - fødevarer	20.000,00
Færdigvarer vand, spiritus, øl, chips mv.	40.000,00
Kontorartikler	7.000,00
<b>Rådgivere:</b>	
Advokat	4.000,00
Revisor	17.000,00
<b>Markedsføring:</b>	
Brevpapir, Visitkort mv.	15.000,00
Annoncer	25.000,00
Reception ved åbning	60.000,00
<b>Udgifter i alt</b>	<b>1.112.000,00</b>

## Driftsbudget for Thomsens Sports Café

### Forudsætninger for budget:

- Søndag-onsdag: 150 kunder x 2, 60 % udnyttelse af siddepladser
- Torsdag-lørdag: 150 kunder x 3, 80 % udnyttelse af siddepladser
- Gennemsnitskøb pr. kunde: 140 kr.
- Forhold mellem salg: mad 40 %, drik 55 %, sportseffekter. 5 %
- Åbnet: 50 uger om året
- Dækningsgrad mad: 65
- Dækningsgrad drikkevarer: 70
- Dækningsgrad sportsartikler: 50

Omsætning (varesalg)	
Salg 1 - Mad	3.024.000,00
Salg 2 - Drikkevarer	4.158.000,00
Salg 3 - Sportsartikler/andet	451.500,00
<i>Omsætning i alt:</i>	<b>7.633.500,00</b>

Variable omkostninger	
Indkøb af fødevarer	1.058.400,00
Indkøb af drikkevarer	1.247.400,00
Free-lance konsulent	225.750,00
Andet	0,00
<i>Variable omkostninger i alt:</i>	<b>2.531.550,00</b>
<i>Dækningsbidrag:(Omsætning - variableomkostninger)</i>	<b>5.101.950,00</b>

Faste omkostninger	
Tjenere, kok (inkl. ATP og sociale omkostninger) 10 ansatte	2.500.000,00
Freelance teknisk hjælp og journalist	75.000,00
Freelance bogholder, 1 dag ugen	75.000,00
Opkobling til ekstern server mv.	0,00
Lokaleleje (12 x 2.500kr)	300.000,00
El, vand og varme, 12.000 mdr.	144.000,00
Rep. og vedl. af lokaler	80.000,00
Rengøring + tøj og vask af duge	135.000,00
Drift af bil/kørselsgodtgørelse (15.000 km a 2,48)	37.200,00
<i>Fortsætter ...</i>	

Rejseudgifter	25.000,00
Kontorartikle	25.000,00
Porto og gebyrer (80 breve a 5,25 kr. pr. mdr.)	5.040,00
Telefon (4 kvrt a 4300)	17.200,00
Mobiltelefon (12 mdr. a 1500)	18.000,00
Markedsføring/annoncer/reklame	324.000,00
TV abonnemeter/Koda Gramex mv	85.000,00
Repræsentation og reception	90.000,00
Mødeudgifter	0,00
Faglitteratur	0,00
Forsikringer (sygdom, ansvar, indbo, bil)	35.000,00
Kontingenter	0,00
Kursusudgifter	0,00
EDB udstyr/software/reparation af teknisk udstyr	70.000,00
Leasingafgift	0,00
Småanskaffelser - ikke EDB/software	95.000,00
Vedl. af driftsmidle	75.000,00
Revisor	32.000,00
Advokat	9.000,00
Anden rådgivning	15.000,00
Uforudsete omkostninger	100.000,00
<i>Faste omkostninger i alt:</i>	<b>4.373.440,00</b>
<b>Renter</b>	
Renter af kassekredit	51.000,00
Andre renter	25.000,00
<i>Renter i alt:</i>	<b>76.000,00</b>
<b>Afskrivninger:</b>	
Driftsmidler	206.000,00
Andet	0,00
<i>Afskrivninger i alt:</i>	<b>260.000,00</b>
<i>Nettooverskud (dækningsbidrag - faste omkostninger - renter - afskrivninger)</i>	<b>446.510,00</b>