



3 Kitchens

Volunteer • Seek Employment • Become an Entrepreneur

STEG 3

KOMMA I GÅNG MED DITT FÖRETAG



www.3kitchens.eu



Co-funded by
the European Union

Innehåll

- 01 Att vara verksam - Att tillverka produkter kontra att leverera en tjänst
- 02 Verksamhet - Hur man driver företag
- 03 Den juridiska delen av att starta företag
- 04 Börja via ett onlineföretag
- 05 Starta företag med din egen webbplats

This resource is licensed
under CC BY 4.0



Co-funded by
the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein.

Lärandemål – Steg 3: Komma igång med ditt företag

Vid slutet av steg 3 kommer du att kunna:

Vid slutet av detta steg kommer du att kunna:

- 1.Förstå skillnaden** mellan att sälja en livsmedelsprodukt och att erbjuda en livsmedelsrelaterad tjänst och välj vilken väg som passar dig bäst.
- 2.Planera de viktigaste operativa stegen** för att driva din livsmedelsverksamhet, inklusive köksinstallation, utrustning, inköp och förpackning.
- 3.Förstå dina juridiska alternativ** (enskild firma, handelsbolag eller aktiebolag) och veta hur du registrerar ditt företag.
- 4.Utforska sätt att sälja online**, inklusive att använda plattformar som Etsy eller Amazon, och förstå vad du behöver för att komma igång.
- 5.Inse värdet av att ha en egen webbplats** och känn till dina alternativ för att bygga en med en liten budget.
- 6.Var medveten om alternativa affärsmodeller** som sociala företag och kollektiv som är i linje med gemenskaps- och syftesdrivna mål.

01

Att vara i affärer ...
Att tillverka produkter
kontra att leverera en
tjänst



ATT VARA I FÖRETAG – DINA VAL

I det här avsnittet tar vi dig igenom de olika och tillgängliga sätten att starta och driva företag.

1. Tillverkning av en livsmedelsprodukt eller tillhandahållande av en tjänst
2. Deltid eller säsongsbasis

*Och sedan tar dig med
på ett äventyr av
möjligheter
att starta ett
livsmedelsföretag
online*

TILLVERKA LIVSMEDEL/LEVERERA EN TJÄNST

En livsmedelsprodukt är något dina kunder kan se, röra vid, smaka på eller ta med sig hem – som en burk hemlagad chutney, en bricka baklava eller förpackade kryddblandningar. Det här är varor du tillverkar eller tillagar och sedan säljer, ofta med förpackning, etiketter och tydliga priser. Många migrantkvinnor börjar här – de lagar mat hemifrån, säljer på lokala marknader eller levererar till butiker eller kaféer.



En matservering, å andra sidan, är byggd kring dina **färdigheter och din gästfrihet**. Det kan vara privat catering för evenemang, en matvagn, popup-middagar, matlagningskurser eller skräddarsydda måltider. Kunderna köper din **tid, talang och omsorg**, inte något de kan röra innan de bestämmer sig. Här är din förmåga att bygga förtroende, kommunicera väl och erbjuda en fantastisk upplevelse lika viktig som maten i sig.



TILLVERKNING AV PRODUKTER - ETT EXEMPEL

www.soyou.ie

Ana Tereza Rodrigues kom från Dublin/Irland och Goiânia i Brasilien. Hon var redo för nya möjligheter. Ana tillbringade några år med att kämpa för att lära sig språket samtidigt som hon arbetade på några jobb. En dag, uppmuntrad av sin vän **So You**, föddes idén och hon tillverkade fantastiska tårtdekorationer för alla tillfällen, t.ex. bröllop, födelsedagar och dop.

Topparna är mycket ovanliga och unika. Ana sålde dem via sin webbplats www.soyou.ie

Hennes berättelse publicerades i Irish Times. Läs och bli inspirerad [Migrantkvinnors "beslutsamhet och envishet" finner form i startups \(irishtimes.com\)](http://irishtimes.com)



Ana Tereza delar med sig av sina erfarenheter...

Ana Tereza har sedan dess lämnat företaget, men hennes lärdomar är insiktsfulla för nya entreprenörer.

- "Det var inte särskilt lätt eftersom språkbarriären är den första svårigheten", sa Ms Rodrigues. "Vi måste söka efter allting, och vi kan inte terminologin för allting."
- Ana stötte på hinder, till exempel när hon ansökte om ett lån på 10 000 euro för material. "Jag försökte en gång, men det blev inte godkänt, och jag försökte aldrig igen."
- Hon hoppas en dag få egna lokaler där hon både kan arbeta och visa upp sina produkter.
- "Jag skulle gärna vilja ha en liten butik. Det skulle vara min dröm."

TJÄNSTER NÄR BUDGETEN ÄR SNÄV

När pengarna är knappa är det starkaste du har din stora idé och dina färdigheter.

Många **livsmedelsbaserade serviceföretag** är idealiska att starta med **lite eller inga pengar**.

De behöver ofta inte en fysisk butik, dyr utrustning eller ett stort lager. Istället förlitar de sig på din erfarenhet, din kultur och din förmåga att skapa meningsfulla kontakter genom mat.

Även om din dröm är att en dag sälja en förpackad produkt, kan det vara ett smart första steg att starta ett serviceföretag. Det hjälper dig att bygga upp ett rykte, testa dina idéer och tjäna pengar allt eftersom du växer.



TJÄNSTER NÄR BUDGETEN ÄR SNÄV

Exempel på livsmedelsföretag du kan starta med en budget:

- **Hemcatering** i ditt närområde och på evenemang
- **Matlagning eller hemleverans** (t.ex. traditionella rätter)
- **Matlagningskurser** – personligen eller online, där du delar med dig av din kultur och dina recept
- **Pop-up-middagar eller middagsklubbar**
- **Gatumatstånd eller matvagnar** (säsongsbaserade eller evenemangsbaserade)
- **Privata kocktjänster** för små evenemang eller familjer
- **Matstyling eller fotografering** om du älskar presentationer
- **Matrundturer eller kulturell berättande genom matlagning**

Den här typen av företag kan ofta börja i ditt eget kök, med dina egna verktyg, och växa steg för steg.

TJÄNSTER NÄR BUDGETEN ÄR SNÄV

Oavsett om det gäller din matlagning, gästfrihet, kunskap om traditionella recept eller hur du för samman människor kring mat, har varje kvinna något värdefullt att erbjuda. Troligtvis har du redan färdigheter, recept, tekniker, kunskap eller erfarenhet som andra kommer att betala för.

Att starta ett livsmedelsföretag är ett av de mest flexibla sätten att tjäna pengar om:

- Du vill bara arbeta deltid eller säsongsvis
- Du behöver arbeta hemifrån
- Du har precis börjat i ett nytt land
- Du har ingen tidigare affärserfarenhet eller formella kvalifikationer

Din kultur, din mat, din omsorg, det här är inte småsaker. De är hjärtat i din verksamhet.

SJÄLVBEDÖMNING

Fråga dig själv: *”Vilken matrelaterad kompetens har jag som andra kanske skulle betala för?”*

Det kan vara:

- Matlagning eller bakning för andra
- Lär dig en traditionell rätt från din kultur
- Organisera små evenemang eller vara värd för folk
- Laga mat åt upptagna personer eller äldre
- Skapa kryddblandningar, såser eller marmelader
- Berättande och dela matarv

Skriv ner så många du kan. Börja med det du känner till och älskar, bygg vidare på din marknadsundersökning, och det är där ditt företag kan börja.

Ladda ner och slutför vår **Kök: Självbedömning för livsmedelsföretag**

Dubbelklicka på ikonen för att öppna



ATT SÄLJA EN PERSONLIG TJÄNST – ETT EXEMPEL

Mira Garvin bor i Dublin, men kommer ursprungligen från Mauritius, och förvandlade en passion för mat i sitt adoptivhem till ett företag som hälso- och kostcoach.

Utmaningar med välbefinnande ledde till att Mira startade en matblogg och utbildade sig till näringsfysiolog. Ett exempel på en av hennes tjänster är att hon driver ett 10-veckors program som heter **Project Me** för mödrar med nyfödda barn för att hjälpa dem att laga enkla, hälsosamma måltider.

Klicka
för att
läsa



ATT BÖRJA DELTIDSARBETE KAN VARA ETT ALTERNATIV

DELTIDSARBETE

För många kvinnor, särskilt när de börjar i ett nytt land eller jonglerar med andra ansvarsområden, är det ett smart och stärkande val att starta ett livsmedelsföretag **på deltid**. Denna metod hjälper till att:

- **Minska din ekonomiska risk** – ingen stor investering behövs i förskott
- **Testa dig fram** – ta reda på om egenföretagande passar ditt liv och din personlighet
- **Bygg upp självförtroendet** – testa din idé medan du lär dig allt eftersom
- **Tjäna medan du lär dig** – även små steg kan generera pengar och öppna upp nya möjligheter

Du kan alltid växa senare och lägga till mer tid, tjänster eller kunder när du är redo.

SÄSONGSVERKSAMHET

Ett annat flexibelt alternativ är att driva en **säsongsbetonad restaurangverksamhet**, där man arbetar runt helgdagar, skolscheman eller kulturevenemang. Dessa kan vara heltid under vissa månader eller deltid under hela året. Exempel inkluderar:

- Matlagning eller catering för **religiösa eller kulturella högtider**
- Sälja gatumat eller snacks under **sommarfestivaler eller marknader**
- Erbjuder **måltidsförberedelser för helgdagar eller menyer för speciella evenemang**
- Att köra popup-butiker eller matstånd under **högsäsong** (som Ramadan, jul, etc.)

Återigen, du behöver inte göra allt på en gång. Ditt kök, din timing, ditt sätt.

ATT STARTA ETT DELTIDSFÖRETAG – ETT EXEMPEL

Mabel Chah anlände till Irland från Kamerun 2013. Medan hon bodde på ett försörjningscenter i Sligo var hon en av drivkrafterna bakom Sligo Global Kitchen, som gav asylsökande möjlighet att laga sina egna rätter i köket på The Model Arts Centre och bjöd in lokalbefolkningen till en måltid.

Mabel startade sitt eget deltidsföretag, Chah's Hot Sauce, som hon kunde kombinera med sina studier och sitt sång/låtskrivande.



04

VERKSAMHET – HUR MAN DRIVER ETT LIVSMEDELSFÖRETAG



KOMMA I GÅNG!

Detta är den praktiska sidan av att starta ditt livsmedelsföretag där du listar ut hur allt fungerar i verkligheten. Det handlar om de dagliga besluten och de fysiska verktygen du behöver för att laga, servera och sälja din mat, oavsett om det är hemifrån, ett gemensamt kök eller ett marknadsstånd.

Du behöver planera för:

1. **Var du lagar din mat** — hemmakök, delade utrymmen, popup-lokal
 2. **Vilken utrustning och verktyg du behöver** – krukor, förpackningar, kylning, leveransbehållare
 3. **Var du får dina ingredienser och förnödenheter** – lokalt, hållbart eller kulturellt inköp
 4. **Hur man håller sig säker och laglig** – livsmedelshygien, spårbarhet, renlighet och efterlevnad
 5. **Hur du förpackar och förvarar din mat** – för marknader, onlinebeställningar eller leverans
 6. **Så fungerar er process** – från matlagning till försäljning till mottagande av betalning
-
1. Att välja **rätt utrymme att laga mat i** är ett av de viktigaste och mest praktiska besluten du kommer att fatta. Detta påverkar din juridiska struktur, hygienstandarder, utrustningsbehov och hur du skalar upp över tid. Låt oss titta på några alternativ.

1. Var kommer du att laga din mat?

Tillåter dina personliga levnadsförhållanden dig att producera mat från ett **hemmakök**?

I många EU-länder **kan du lagligt laga mat hemifrån**, men bara om ditt kök uppfyller vissa hälso- och säkerhetsstandarer. Det är ofta tillåtet för icke-fördärliga livsmedel med låg risk (som till exempel sylt, kryddblandningar eller bakverk) eller för småskalig catering.

Saker att tänka på:

- Har ni **separat förvaring** för företagets ingredienser och utrustning?
- Hålls ditt kök **väldigt rent och fritt från röran** ?
- Kan ni se till att **inga husdjur eller barn** stör produktionen?
- Behöver du **registrera ditt hemmakök** hos lokala livsmedelsmyndigheter?

💡 **Kontrollera med din lokala kommun eller livsmedelssäkerhetsmyndigheten** (de har ofta riktlinjer på flera språk).



1. Var kommer du att laga din mat?

Får man producera mat hemifrån lagligt?

Varje EU-land, och ofta varje stad, har olika regler. Du behöver:

- **Registrera ditt livsmedelsföretag** hos kommunen
- Genomför en **livsmedelssäkerhetskurs eller ett hygiencertifikat**
- Var öppen för **hälsokontroller** hemma
- Tydligt separerade **personliga och arbetsrelaterade** matlagningsutrymmen

Om du är osäker, börja med att kontakta:

- Ditt **kommunkontor**
- Den lokala **livsmedelssäkerhetsmyndigheten** eller **folkhälsomyndigheten**
- Ett **lokalt kvinno företag eller en stödgrupp för migranter** – de har ofta information på ditt språk

1. Var kommer du att laga din mat?

Delade eller gemensamma kök/inkubatorer

Om ditt hem inte är lämpligt eller tillåtet kan du hyra tid i ett **registrerat kök** som är utformat för småföretag. Dessa är bra alternativ eftersom de redan uppfyller livsmedelssäkerhetsstandarder och har den professionella utrustning du behöver.

Vad är de?

- **Delade kök** : Kommersiella kök där flera små livsmedelsföretag hyr ut per timme/dag. Används ofta av cateringfirmor, bagare eller popup-kockar.
- **Gemenskapskök/inkubatorer** : Dessa kök, som vanligtvis drivs av ideella organisationer eller lokala råd, stödjer mikroföretag med lokaler, utbildning och mentorskap.
- De inkluderar ofta förvaring, kylrum, leveransområden och ibland förpackningsstöd.

Fördelar:

- Inget behov av att investera i dyr utrustning i förskott
- Tillgång till rena, lagliga och professionella lokaler
- Möjligheter att knyta kontakter med andra små livsmedelsproducenter

Söktermer : "matinkubator", "coworkingkök"

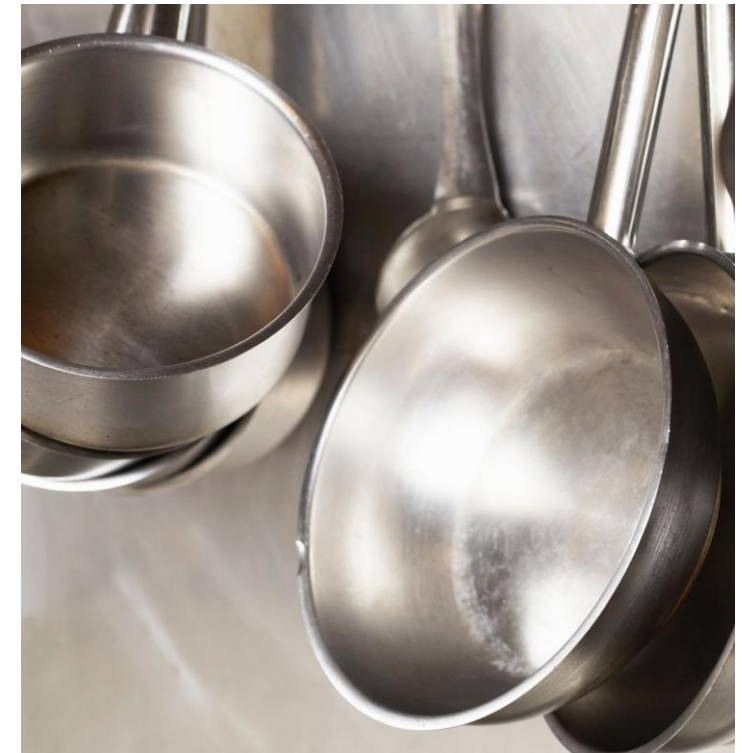
2. VILKEN UTRUSTNING BEHÖVER DU?

Att starta ett livsmedelsföretag betyder inte att du behöver ett professionellt kök från dag ett. Många kvinnor börjar med det de redan har och investerar gradvis allt eftersom deras verksamhet expanderar. Det här avsnittet hjälper dig att tänka igenom de verktyg, den utrustning och de förnödenheter du behöver för att säkert och effektivt producera, förpacka och sälja din mat utan att spendera för mycket.

Börja med det du redan äger. Innan du köper något nytt, gör en inventering:

- Vilka grytor, stekpannor, bakplåtar eller knivar använder du redan?
- Har du en mixer, spis eller ugn som fungerar bra?
- Kan du använda ditt matbord för förberedelser eller packning?
- Är dina verktyg i gott skick och lätta att rengöra?

Tips: Håll affärsmässigt bruk separat när det är möjligt – avsätt vissa redskap eller behållare enbart för din livsmedelsverksamhet.



2. VILKEN UTRUSTNING BEHÖVER DU?

Olika typer av mat kräver olika verktyg. Här är vanliga kategorier:

För torrfoder eller konserver (t.ex. kryddblandningar, chutneys, såser):

- Stora grytor för kokning eller konservering
- Våg för portionering
- Mixer eller kvarn (för kryddor, pasta etc.)
- Tratt, slevar, blandningsskålar
- Glasburkar, flaskor eller återförslutningsbara livsmedelssäkra påsar
- Etiketter (handskrivna eller utskrivbara)

För bakning:

- Bakformar, plåtar, spritspåsar, spatlar
- Elektrisk handmixer eller köksmaskin
- Mätkoppar, digital våg
- Ugnstermometer
- Kylställ
- Lufttäta behållare eller lådor för transport

2. VILKEN UTRUSTNING BEHÖVER DU?

Olika typer av mat kräver olika verktyg. Här är vanliga kategorier:

För catering eller varm mat:

- Stora kokkärl, tandoorisar, riskokare, långkokare
- Värmebeständiga behållare för leverans
- Termometrar (för att säkerställa att maten håller sig varm/kall)
- Återanvändbar eller komposterbar förpackning
- Stora förberedelsebrädor, serveringsredskap
- Isolerade matpåsar (för leverans eller marknader)

Användbar:

- Etikettskrivare eller bläckstråleskrivare
- Vakuumslutare (för färskhet)
- Leveransvågar (för att beräkna porto)
- Förvaringshyllor eller ställ
- Laminator

2. VILKEN UTRUSTNING BEHÖVER DU?

Förpackning

Förpackningar är en avgörande del av din livsmedelsverksamhet för att skydda din produkt, bygga förtroende, uttrycka din kulturella identitet och sticka ut på marknaden.

Varför bra förpackningar är viktiga

- **Livsmedelssäkerhet** : Håller din produkt färsk, ren och okontaminerad
- **Juridisk efterlevnad** : Bidrar till att uppfylla livsmedelssäkerhetslagar (t.ex. märkning, försegling)
- **Varumärkesbyggande** : Det berättar din historia innan någon ens smakar på din mat
- **Transportklar** : Tillräckligt stark för att klara leverans eller en marknadsdag
- **Kundupplevelse** : Ser professionell ut och bygger förtroende



2. VILKEN UTRUSTNING BEHÖVER DU?

Typer av förpackningar baserade på produkt

Varm/Färdiglagad mat (Catering/Hemkörning)

- Miljövänliga avhämtningsbehållare (kartong, komposterbar plast)
- Termopåsar eller foliefoder för värmehållning
- Säkerhetsförseglade klistermärken för kundens förtroende
- Separata fack för såser, bröd, ris etc.

Bakverk

- Kartonger med insatser (för bakverk/kakor)
- Komposterbara påsar eller genomskinliga biologiskt nedbrytbara omslag
- Bakplåtspapper inuti för att förhindra oljefläckar
- Stark bas för stapling eller uppvisning

Kryddblandningar, torra blandningar, teer

- Återförslutningsbara kraftpapperspåsar med fönster
- Zip-lock foliepåsar
- Små glas- eller PET-burkar med skruvlock
- Etikettområdet ska vara plant och synligt

Sylt, chutney, såser

- Glasburkar med lufttäta lock
- Värmeförseglade lock för säkerhet på hyllan
- Säkerhetsetiketter/manipulationssäkra förseglingar

3. Var du kan få tag på ingredienser och förnödenheter

Lokala, hållbara eller kulturella inköp

Vad du lagar mat formas av vad du har tillgång till och hur du väljer att hämta det. Oavsett om du lagar mat från ditt hemland eller skapar en blandning av lokala och traditionella ingredienser, är hur och var du handlar en del av ditt företags historia.

Viktiga mål vid sourcing:

- Pålitlig kvalitet - Färsk, säker och konsekvent
- Rättvis prissättning – Prisvärd nu och skalbar i takt med att du växer
- Äkthet och pålitliga leverantörer – Trogna dina kulturella rötter eller valda kök
- Hållbarhet — Om möjligt, minska avfall och stödja lokala ekosystem



3. Var du kan få tag på ingredienser och förnödenheter

Typer av leverantörer du kan överväga

1. Lokala marknader och bönder

- Perfekt för färska råvaror, örter, ägg och till och med honung eller spannmål
- Ofta mer flexibel för små beställningar
- Bygger kontakter i ditt närområde
- Fråga om bulkrabatter eller "ofullkomliga" varor till ett lägre pris

2. Etniska livsmedelsbutiker

- Viktigt för kulturella ingredienser (t.ex. injeramjöl, tamarindpasta, kokbananer)
- Hjälp till att hålla dina recept autentiska
- Många levererar även förpackningar eller kryddor i bulk

3. Grossistbutiker för kontanter

- Större kvantiteter till lägre priser (som Metro, Makro, Suma, etc.)
- Behöver en företagsregistrering för att få tillgång till vissa
- Bra för torrvaror, oljor, bakingredienser, förpackningar

4. Leverantörer av mat online

- Användbart om lokal tillgång är begränsad (särskilt för sällsynta ingredienser)
- Håll koll på fraktkostnaderna – stora mängder kan spara pengar
- Kontrollera alltid EU-godkända livsmedelssäkerhetspraxis

3. Var du kan få tag på ingredienser och förnödenheter

Frågor att ställa när du väljer leverantörer

- Är den här produkten säker och tillåten att användas för återförsäljning i mitt land?
- Kommer kvaliteten att vara jämn (smak, konsistens, färskhet)?
- Vilka är minsta beställningsbelopp? Finns det i små mängder, eller måste jag köpa stora kvantiteter?
- Kan de beställa specifika produkter åt dig på begäran?
- Matchar den här ingrediensen den berättelse jag vill berätta med min mat?
- Kan jag lita på den här leverantören vad gäller leverans och pålitlighet?
- Är priserna rimliga – och stabila över tid?
- Erbjuder de kreditvillkor eller betalningsflexibilitet? (Kan man betala en vecka senare om det behövs? Är de öppna för småföretagsarrangemang?)
- Är de vänliga och stödjande mot små, migrantledda företag? Kommer de att behandla er med respekt och vara öppna för att lära sig om era ingredienser?
- Kan man bygga upp en bra relation över tid?

4. Hur kommer du att förbli laglig och säker?

När människor äter din mat litar de på dig med sin hälsa. Ditt jobb är att hålla maten säker, från ditt kök till deras händer. Du måste förbereda dig för

Utbildning i livsmedelshygien och -säkerhet

De flesta EU-länder kräver att du genomför en grundläggande kurs i livsmedelssäkerhet, ofta kallad "Food Handler's Certificate" eller "HACCP-utbildning". Dessa är vanligtvis tillgängliga online, billiga eller gratis, och på flera språk. Vissa kommuner eller migrantcenter erbjuder dem till och med gratis till småföretagare.

Sök efter "livsmedelssäkerhetskurs + din stad/ditt land" för att hitta lokala alternativ

Registrering av ditt livsmedelsföretag

Du måste registrera ditt livsmedelsföretag hos kommunen, även om du arbetar hemifrån eller gör det deltid. Detta är vanligtvis gratis eller billigt men måste göras innan du börjar sälja. Myndigheterna kan inspektera ditt kök, det är inte för att avslöja dig, det är för att skydda dig och vägleda dig.

I Sverige görs detta genom **Livsmedelsverket**, Frankrike genom **DDPP**, Irland genom **HSE** och Nederländerna genom **Livsmedels- och konsumentproduktsäkerhetsmyndigheten (NVWA)**.

4. Hur kommer du att förbli laglig och säker?

När människor äter din mat litar de på dig med sin hälsa. Ditt jobb är att hålla maten säker, från ditt kök till deras händer. Du måste förbereda dig för

Utbildning i livsmedelshygien och -säkerhet

De flesta EU-länder kräver att du genomför en grundläggande kurs i livsmedelssäkerhet, ofta kallad "Food Handler's Certificate" eller "HACCP-utbildning". Dessa är vanligtvis tillgängliga online, billiga eller gratis, och på flera språk. Vissa kommuner eller migrantcenter erbjuder dem till och med gratis till småföretagare.

Sök efter "livsmedelssäkerhetskurs + din stad/ditt land" för att hitta lokala alternativ

Registrering av ditt livsmedelsföretag

Du måste registrera ditt livsmedelsföretag hos kommunen, även om du arbetar hemifrån eller gör det deltid. Detta är vanligtvis gratis eller billigt men måste göras innan du börjar sälja. Myndigheterna kan inspektera ditt kök, det är inte för att avslöja dig, det är för att skydda dig och vägleda dig.

I Sverige görs detta genom **Livsmedelsverket**, Frankrike genom **DDPP**, Irland genom **HSE** och Nederländerna genom **Livsmedels- och konsumentproduktsäkerhetsmyndigheten (NVWA)**.

4. Hur kommer du att förbli laglig och säker?

Regler för livsmedelsmärkning

Om du förpackar din mat (burkar, påsar, lådor) måste din etikett innehålla:

- Produktnamn
- Fullständig lista över ingredienser (i mängdordning)
- Allergener tydligt markerade (t.ex. *innehåller: mjölk, vete*)
- Bäst före-datum eller bäst före-datum
- Nettovikt
- Ditt namn/företagsnamn och kontaktuppgifter
- Ursprungsland (om inte lokalt)

Valfritt men användbart: förvaringsinstruktioner, uppvärmningstips, en liten kulturell berättelse.

5. Hur kommer du att förpacka och förvara din mat

När din mat är färdiglagad måste den skyddas, presenteras och konserveras, oavsett om den säljs på en marknad, levereras till en granne eller skickas över gränser. Rätt förpacknings- och förvaringsplan hjälper din mat att förbli säker, laglig och tilltalande för kunderna.

Varför det är viktigt:

- Skydd — Förhindrar förstöring, spill och skador
- Efterlevnad — Uppfyller EU:s lagar om livsmedelssäkerhet och m
- Varumärkesbyggande — Får din produkt att se professionell och
- Förvaring — Håller din mat färsk och organiserad tills den säljs

Förpackningsöverväganden Välj en förpackning som är:

- Livsmedelssäker, robust nog för hantering och leverans
- Attraktiv och varumärkesanpassad
- Lämplig för typen av mat (torr, flytande, ömtålig, etc.)
- Miljömedveten om möjligt (återvinningsbar, komposterbar)



6. Hur din process fungerar

Planera din livsmedelsförsörjningskedja och dagliga verksamhet

När du väl vet vad du säljer och var du säljer det behöver du en tydlig plan för hur allt går till, steg för steg. Detta är din leveranskedja och produktionsplan, från att anskaffa ingredienser till tillagning, förpackning och leverans. Det här avsnittet hjälper dig att hålla dig organiserad, spara tid och förbereda dig på överraskningar.

Din livsmedelsförsörjningskedja

Inkluderar **allt som händer** från det ögonblick du köper dina ingredienser till det ögonblick din kund får slutprodukten. Ett enkelt exempel:

1. Köp ingredienser från en leverantör
2. Förbered maten i ditt kök
3. Packa och märk det säkert
4. Förvara den på en sval och ren plats
5. Leverera den till kunden eller dit du ska sälja den
6. Få feedback och betalning

Fråga dig själv:

- Vilka steg sker varje dag/vecka?
- Var kan det finnas förseningar eller flaskhalsar?
- Förlitar du dig för mycket på någon specifik leverantör eller ett verktyg?

Produktionstidslinje

Hur lång tid tar det att producera din mat? Detta inkluderar:

- Ingrediensinköp (1–2 dagar?)
- Förberedelse- och tillagningstid (2 timmar? 8 timmar?)
- Kylning, förpackning och märkning
- Leverans eller lagring

Du bör också planera för:

- **Expressorder** : Kan ni öka produktionen snabbt?
- **Förseningar** : Vad händer om din viktigaste ingrediens är slut i lager?
- **Uppskalning** : Tänk om du får en stor order, kan du hantera den?

6. Hur din process fungerar

Planera din livsmedelsförsörjningskedja och dagliga verksamhet

Produktionsgenomförbarhet

Länka detta till din marknadsundersökning:

- Matchar produkten vad kunderna sa att de ville ha?
- Kan du tjäna tillräckligt för att möta efterfrågan utan att bli utbränd?
- Är er prissättning realistisk med tanke på er produktionstid och kostnader?

Om något tar för lång tid eller kostar för mycket att tillverka kanske det inte är genomförbart, eller så kan du behöva förenkla.

Sårbarhet: Vad kan gå fel?

Tänk i förväg på potentiella problem:

- Leverantören levererar inte i tid
- Ugn eller kylskåp går sönder
- Förpackningen tar slut
- En personlig nödsituation hindrar dig från att laga mat

Fråga dig själv:

- Hur skulle jag hantera risken?
(Reservleverantör? Nödbatch?)
- Skulle det stoppa mig helt eller bara sakta ner mig?
- Hur kan jag förklara förseningar professionellt för kunderna?

💡 *Ha en enkel plan B redo för dina viktigaste steg.*

LAGER OCH MATERIAL – VAD DU BEHÖVER TÄNKA PÅ

1. **Lageromsättning:** I vilken takt behöver du fylla på dina varor? Detta är en viktig siffra som används för att bedöma ditt företags försäljningsstyrka.
2. **Särskilda lagerbehov:** Har ni en plan för att hantera lagerbehovet säsongvis? Detta inkluderar en plan för ledtid för beställningar.
3. **Lagerkontroll:** Du måste upprätta en plan för att övervaka och kontrollera lagret. Glöm inte att lager = dina kontanter, så var mycket noga med att hantera detta noggrant.
4. **Betalningsvillkor:** Var mycket tydlig med grunden för leverantörsköparrelationen. Vilka är deras betalningsvillkor? Vilka är deras leveransvillkor?
5. **Reservplan:** Det är viktigt att ha en reservplan ifall man förlorar en leverantören eller leverantören kan inte uppfylla dina krav. Detta kan inkludera alternativa leverantörer.

KVALITET – HÖG PRIORITERING

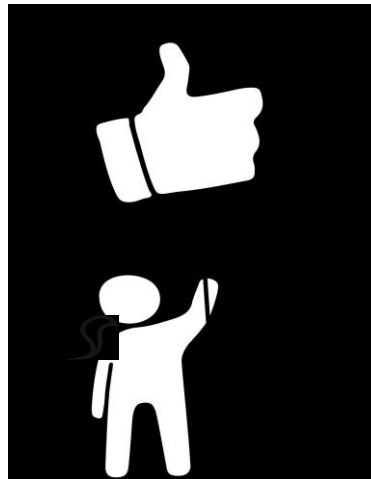
För din mat är ditt rykte.

*I ett litet livsmedelsföretag är **kvalitet allt**. Folk kommer inte bara ihåg hur maten smakar – de kommer ihåg hur den fick dem att känna sig.*

När kunderna känner att de kan lita på den jämna kvaliteten på dina produkter är det mer sannolikt att de återkommer till dig.

Konsekvent kvalitet kräver hårt arbete, noggrannhet och system för att övervaka och bedöma om dina produkter uppfyller de standarder du har satt.

Kvalitetskontroll är en pågående process som berör allt från inköp till produktion till distribution.



AFFÄRSVILLKOR – VAD DU BEHÖVER TÄNKA IGENOM

Detta är ett mycket viktigt område att göra rätt från början. Era affärsvillkor beskriver de viktiga detaljer som ni delar med kunderna innan de köper för att säkerställa ömsesidig förståelse.

*Ibland kallade
T&C (villkor) -
de täcker*

- **BETALNINGSVILLKOR** – era beslut om när en kund betalar – är det förskottsbetalning, kontant vid leverans, 15 eller 30 dagars kredit, eventuella förseningsavgifter?
- **LEVERANSVILLKOR** - fri leverans eller leveranskostnader?
- **GARANTI** - på ditt arbete ger trygghet, även om den är bred. Vi erbjuder till exempel 30 dagars pengarna-tillbaka-garanti på alla icke-fördärliga varor. Fördärliga varor kan inte returneras.

AFFÄRSVILLKOR – VAD DU BEHÖVER TÄNKA IGENOM

Ibland kallade T&C (villkor)

- **LEVERANSTIDER** – Ange dina förväntade leveransdatum från beställningstillfället
- **ÅTERBETALNINGS- ELLER RETURPOLICY** –
 - E-handelswebbplatser ger vanligtvis denna policy en egen webbsida. Om du säljer produkter online kan du även inkludera dessa policyer i dina villkor.
 - Återförsäljare har normalt separata retur- eller återbetalningspolicyer.
 - För serviceföretag beror en returpolicy eller returpolicy på din tjänst
- **INTEGRITETSPOLICY** – Om du hanterar personligt identifierbar information behöver du en integritetspolicy. Det rekommenderas fortfarande att hänvisa till sekretess i dina villkor, men du behöver fortfarande en separat integritetspolicy. Detta avsnitt behöver inte vara långt.

BEHÖVER DU HJÄLP?

Även om du kanske startar ditt företag som en ensamföreställning kan du behöva planera för att anställa nyckelpersoner som kan hjälpa dig i verksamheten. Det kan vara en anställd, en frilansare eller oberoende entreprenörer som kan hjälpa dig att utföra affärsfunktioner.

Om du behöver personal från början, tänk på ditt startupteam:

- Vilka är en del av ert startup-team?
- Vad kommer att vara deras primära ansvarsområde? Beskriv vad du uppfattar som deras roll och uppgifter och förklara hur de är kvalificerade eller kompetenta för dessa uppgifter.
- Vad kommer de att kosta ditt företag och har du råd att ta dig an dem?

05

Den juridiska delen av att starta företag

ATT VÄLJA HUR DU SKA STARTA DITT FÖRETAG ÄR ETT VIKTIGT STEG..

I det här avsnittet presenterar vi viktiga företagsstrukturer och dina alternativ. Det är viktigt att du förstår lagarna på lokal, statlig och federal nivå när du startar ditt nya företag.

Affärsföretag kan struktureras på flera sätt, men vanligtvis finns det tre juridiska former .

- Enskild firma
- Partnerskap
- Aktiebolag

Sedan introducerar vi dig till några intressanta och framväxande affärsstrukturer.

ENMAN FÖRETAGARE

De flesta kvinnor som startar ett livsmedelsföretag börjar som enskild näringsidkare – den enklaste och mest flexibla juridiska strukturen. Du kan driva ditt företag på egen hand, från ditt kök eller ett marknadsstånd, utan att behöva partners eller en företagsstruktur.

Vad är en enskild näringsidkare?

Att vara enskild näringsidkare innebär:

- Du äger och driver verksamheten själv
- Du behåller vinsten
- Du är personligen ansvarig för verksamheten (skulder, skatter etc.)

Vad du behöver göra (beroende på ditt land)

Du behöver vanligtvis:

- Registrera dig som enskild näringsidkare hos din lokala näringslivsmyndighet
- Ansök om ett skattenummer eller momsregistreringsnummer (om din inkomst överstiger gränsen)
- Registrera ditt livsmedelsföretag hos din lokala livsmedelssäkerhetsmyndighet
- Håll koll på dina inkomster och utgifter
- Rapportera inkomster en gång om året (enkel skattedeklaration)

REGISTRERA ..

Sverige : verksamt.se

Nederländerna :

www.kvk.nl

Irland: [ROS-
registrering](https://ros-registering.gov.ie)

Frankrike: [Guichet des
formalités des
entreprises | Service-
Public.fr](https://service-public.fr)

ENMAN FÖRETAGARE

Vad gäller skatter?

Som enskild näringsidkare:

- Du betalar skatt på din vinst (inte på din totala försäljning)
- Du kan dra av företagskostnader (ingredienser, förpackningar, etiketter etc.)
- Du kan behöva debitera moms om du överstiger inkomstgränsen
- Du ansvarar för att förvara kvitton och register

Risker att känna till

- Om ditt företag har skulder eller problem är du personligen ansvarig – det finns ingen juridisk separation som med ett aktiebolag.
- Du bör hålla företagets pengar separerade från dina privata pengar
- Skaffa produktansvarsförsäkring

ETT AFFÄRSPARTNERSKAP

Ett partnerskap är när två eller fler personer driver ett företag tillsammans och delar vinsten. Du kan överväga att starta ett livsmedelsföretag med en vän, en släkting eller någon som har färdigheter som du inte har. Till exempel:

- En av er älskar att laga mat, den andra är bra på att hantera pengar
- Den ena talar flytande lokalt språk, den andra kan recepten och traditionerna
- En vill sälja personligen, den andra bygger en webbutik

När det fungerar bra kan ett partnerskap ge stöd, energi och gemensam framgång.

Varför starta ett partnerskap?

- Ni kan dela kostnaderna, riskerna och ansvaret
- Du sammanför olika talanger (t.ex. marknadsföring, matlagning, design)
- Du behöver inte göra allt ensam, det kan kännas tryggare och starkare
- Du kanske kan växa snabbare med två personers tid och idéer

ETT AFFÄRSPARTNERSKAP

Men välj noggrant. Inte alla partnerskap är en bra idé.

Många småföretag misslyckas på grund av att parterna inte kom överens om pengar, riktning eller ansträngning. Fråga dig själv:

- Har vi samma värderingar och mål?
- Kan vi prata ärligt när det uppstår problem?
- Är vi båda redo att jobba hårt och engagera oss?
- Vad händer om en person vill lämna?

Skydda dig själv med ett partnerskapsavtal

Innan du börjar, skriv ner:

- Vem gör vad
- Hur vinster (och kostnader) delas
- Vem bestämmer över prissättning, leverantörer eller stora förändringar
- Vad händer om en person vill sluta eller om verksamheten stänger?

Detta kallas ett partnerskapsavtal. Du behöver ingen advokat, men det är klokt att skriva ner avtalet, även för vänner eller familj.



AKTIEBOLAG - en separat juridisk person

Ett aktiebolag är en typ av företag som är juridiskt skilt från dig som person. Det innebär att företaget har ett eget namn, ett eget bankkonto och sina egna ansvarsområden. Om något går fel, som att företaget är skyldig pengar eller blir stämt, är det bara företagets tillgångar som står i riskzonen, *inte dina personliga pengar eller tillhörigheter* (så länge du följde lagen och inte ställde någon personlig borgen).

Varför välja ett aktiebolag?

- Dina personliga pengar, ditt hus eller dina tillhörigheter är skyddade
- Det kan få ditt företag att se mer professionellt och pålitligt ut
- Vissa stora kunder eller butiker kommer bara att arbeta med företag
- Det kan vara till hjälp om du vill växa, anställa personal eller attrahera investerare.

Vad du behöver veta

- Det är mer arbete än att vara enskild näringsidkare; du måste lämna in bokslut varje år och följa fler regler.
- Du måste registrera företaget officiellt (i ditt lands företagsregister)
- Du måste öppna ett företagsbankkonto
- Du kan behöva hjälp av en bokförare eller revisor

ANDRA INTRESSANTA SÄTT ATT KOMMA IGÅNG I FÖRETAG

Här är några intressanta affärsstrukturer som kan stödja din företagsstart på ett mer kreativt sätt:

- Socialt företagande
- Samhällsföretag
- Kollektiver
- Social innovation

1. Socialt företagande

Ett företag som säljer varor eller tjänster (som alla andra företag) men använder sina vinster för att göra gott i samhället eller för en social sak.

Exempel på livsmedel:

- Ett cateringföretag som utbildar migrantkvinnor t.ex. [Marie Curry - Traiteur et Restaurant Solidaire](#)
- Ett matstånd som donerar mat till behövande familjer
- Ett företag som stöder jordbrukskooperativ i ditt hemland

2. Samhällsföretagande

Drivs ofta **av en grupp människor** för att tillgodose behoven i deras grannskap eller stad. Det kan handla om mat, tjänster eller lokala evenemang, och vinsterna återinvesteras vanligtvis i närområdet.

Exempel inom mat:

- Ett gemensamt kök för lokala kockar
- Ett matnav som kopplar samman migrantproducenter med köpare
- Ett billigt lokalt café som drivs av volontärer

ANDRA INTRESSANTA SÄTT ATT KOMMA IGÅNG I FÖRETAG

Här är några intressanta affärsstrukturer som kan stödja din företagsstart på ett mer kreativt sätt:

- Socialt företagande
- Samhällsföretag
- Kollektiver
- Social innovation

3. Kollektiv

En grupp människor som arbetar tillsammans med **gemensamma värderingar och lika inflytande**, inga chefer, bara gemensamma beslut.

I mat kan det se ut så här:

- Ett team av kvinnor från olika kulturer som delar ett marknadsstånd
- Ett gruppkök med gemensamma verktyg och bokning av tider
- Ett popup-evenemang med berättande och mat skapat av många röster

4. Social innovation

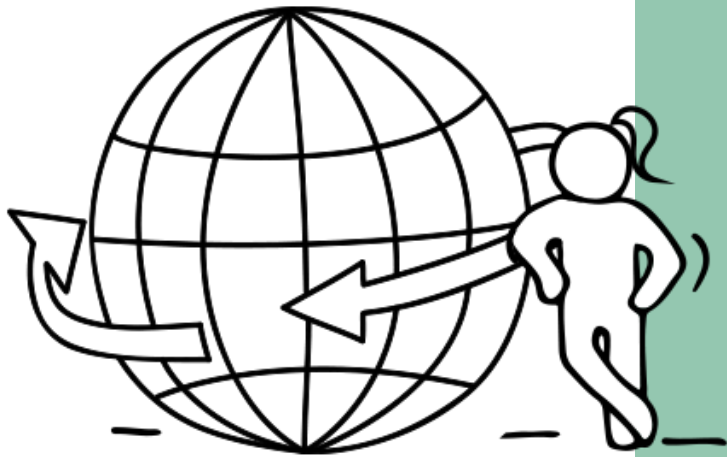
Social innovation innebär att använda nya idéer för att lösa gamla problem, särskilt på kreativa eller kulturella sätt.

I livsmedel kan detta vara:

- En matlåda där man kan betala vad man vill
- En receptklubb som lär ut språk och matlagning samtidigt

02

Börja via online- marknadsplatser



BÖRJA GENOM ONLINE-MARKNADSPLATSER

Vi lever i en spännande tid för matentreprenörer. Sättet människor köper och upptäcker mat på har utvecklats, **fler kunder letar online efter unika, hemlagade och kulturellt rika matupplevelser.**

Det betyder att du inte behöver en butik eller ett marknadsstånd för att börja. Från ditt eget kök kan du börja i liten skala och nå kunder både lokalt och i hela EU.

Plattformer gör det möjligt för en kvinna i Portugal att sälja sin handgjorda heta sås eller kryddblandningar till en kund i Belgien – allt hemifrån.

Se till att följa ditt lands föreskrifter för livsmedelssäkerhet och märkning .

Dessa plattformer fungerar bra för:

Konserverade livsmedelsprodukter – varor som är hållbara, lätta att förpacka och säkra att frakta, såsom:

- Sylt och konserver, pickles och fermenterade grönsaker
- Kryddblandningar och torra kryddblandningar
- Bakmixer eller traditionella torra snacks

Online matlagningskurser eller virtuella matupplevelser.

Sälj din kunskap istället för en produkt! Dessa kan vara:

- Engångs- eller återkommande matlagningskurser online
- Workshops inriktade på en rätt eller festivalmat
- Virtuella kulturella matupplevelser – berättande, recept och matlagning tillsammans

Kulturell berättande genom mat

Plattformer som Etsy och Instagram är perfekta för:

- Dela ditt arv genom receptkort, digitala kokböcker eller nedladdningsbara måltidsplaner
- Sälja matrelaterade hantverk eller presenter (t.ex. kryddkit + recept)

ONLINE-MARKNADSPLATSER

I det här avsnittet kommer du att:

- Lär dig vad en online-marknadsplats är
- Utforska fördelarna med online-marknadsplatser och hur de skiljer sig från oberoende e-handelssajter.
- Fokus på de viktigaste online-marknadsplatserna och för- och nackdelarna med varje
- Vad du behöver för att sälja via en online-marknadsplats

VAD ÄR EN ONLINE-MARKNADSPLATS OCH VARFÖR KAN DEN FUNGERA FÖR DIG?

En online-marknadsplats är en webbplats där många olika säljare kan lista och sälja sina produkter eller tjänster, som en digital version av en marknad eller basar. Du behöver inte din egen webbplats eller tekniska kunskaper. Du skapar helt enkelt en profil, listar din produkt och plattformen kopplar dig till potentiella köpare.

Varför använda en online-marknadsplats?

Fördelar:

- Låg kostnad för att komma igång — du behöver inte bygga din egen webbplats
- Tillgång till färdiga målgrupper som redan surfar och handlar
- Inbyggda verktyg för frakt, betalningar och kundmeddelanden
- Du kan börja i liten skala och växa i din egen takt

Jämfört med oberoende e-handelssajter:

- Online-marknadsplatser ger dig synlighet direkt, medan en personlig webbplats tar tid (och pengar) att locka besökare
- Marknadsplatser hanterar en del av de tekniska detaljerna åt dig (betalning, listningar etc.)
- Din butik är en del av ett större ekosystem, vilket hjälper till att bygga förtroende hos kunderna

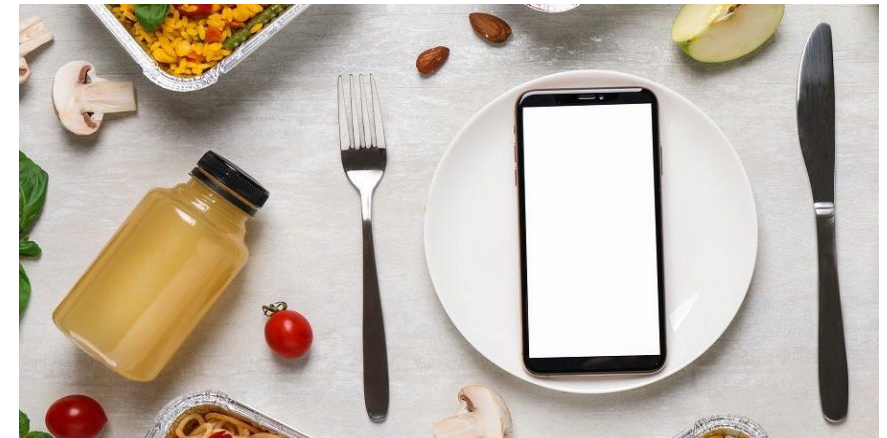
I FOKUS PÅ MARKNADSPLATSER ATT ÖVERVÄGA

Plattform	Bra för	Fördelar	Nackdelar
Etsy	Handgjorda och specialiserade livsmedelsprodukter	Lätt att använda, stark community, bra för historieberättande	Avgifter, begränsade till vissa livsmedelstyper
Amazon Handmade/FBA	Skalbara, hållbara förpackade livsmedel	Stor kundbas, valfri fraktsupport	Hög konkurrens, strikta livsmedelskrav
Facebook Marketplace	Lokala torrvaror eller marknadsföring av matupplevelser	Gratis att lista, perfekt för att testa idéer lokalt	Begränsat till din region, självhanterade beställningar/logistik
eBay	Icke-fördärliga livsmedel	Välkänd plattform, global räckvidd	Mindre fokus på hantverksmässig mat, köparnas förtroende kan variera
Lokala/nationella webbplatser	Regionala specialprodukter	Kan stödja lokala mattillverkare (t.ex. Marktplaats NL)	Varierar beroende på land och livsmedelslagar

FÖRSÄLJNING PÅ MARKNADSPLATSER

Innan du listar din produkt eller tjänst, se till att du har:

- ✓ En produkt som är laglig och säker att skicka (kontrollera lokala livsmedelslagar!)
- ✓ Tydliga **etiketter** med ingredienser, allergener och utgångsdatum
- ✓ Bra **foton** som visar din produkt på ett tilltalande sätt
- ✓ En kort men varm **berättelse eller beskrivning** — folk älskar att veta var maten kommer ifrån och vem som har tillverkat den
- ✓ Ett sätt att **paketera och skicka** din produkt säkert och prisvärt



Etsy

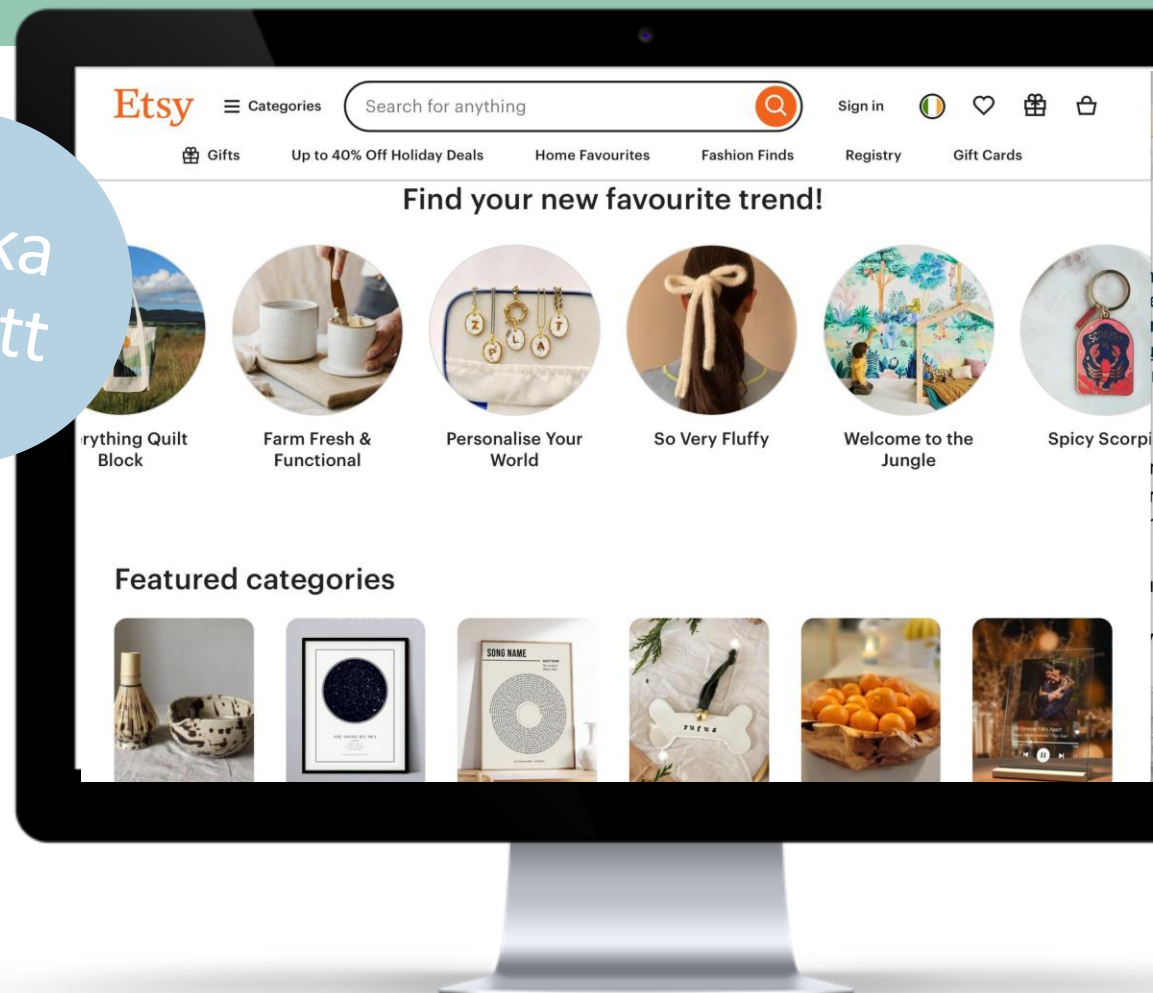
Etsy är en global online-marknadsplats som hyllar handgjorda, småskaliga och kreativa varor. Den är utformad för människor som vill köpa och sälja produkter med mening, berättelser, kultur och personlig kontakt.

För kvinnor som börjar inom matbranschen kan Etsy bli själva kärnan i er verksamhet. Etsy uttrycker det bäst: "Vi hjälper vår community av säljare att förvandla sina idéer till framgångsrika företag."

Miljontals köpare besöker Etsy i jakt på något unikt, något som är omsorgsfullt tillverkat, inte massproducerat. De vill ha:

- Smaker med en historia
- Handmärkta burkar och kryddkit
- Vackra matpresenter som känns personliga och omtänksamma

Klicka
för att
visa



Esty-fördelar

- **Stöder handgjorda och kulturella produkter** - Perfekt för sylt, kryddblandningar, teer, bakverk och torra snacks som speglar kulturella rötter.
- **Låg startkostnad** – Listningsavgifterna är minimala (cirka 0,20 € per objekt).
- **Inget behov av att bygga en webbplats** – Etsy tillhandahåller butiksfronten.
- **Din berättelse spelar roll** – Etsy är byggt för kreatörer och historieberättare, din mats ursprung, familjerecept eller tradition blir en del av produkten.
- **Nischpublik** – Som värdesätter kvalitet framför massproduktion. Folk handlar på Etsy för att hitta saker de inte kan få tag på i stora butiker. Du kan sälja inom hela EU, så länge du följer livsmedels- och fraktreglerna.

Etsy Nackdelar

- **Livsmedel måste vara hållbara** – Färska, frysta eller lättfördärliga livsmedel är inte tillåtna. Endast torkade eller konserverade varor accepteras. Du måste kontrollera om din produkt uppfyller kraven.
- **Du hanterar frakt och förpackning** - Du ansvarar för säker, attraktiv och regelmässigt kompatibel förpackning.
- **Fraktkostnader** kan påverka dina vinstmarginaler.
- **Avgifterna läggs till** – Etsy tar ut listavgifter, transaktionsavgifter och betalningsavgifter, det är viktigt att prissätta noggrant.
- **EU:s lagar om livsmedelssäkerhet, hygien och märkning** (ingredienser, allergener, hållbarhet etc.). Detta kan variera något beroende på ditt land.
- **Synlighet kan vara en utmaning till en början** – Som ny säljare måste du sticka ut.

Etsy - Ett exempel

Portugisisk piri- piri -kryddblandning

Denna handgjorda kryddblandning ger de starka portugisiska smakerna till kök över hela Europa. Tillverkad med traditionella ingredienser är den perfekt för att krydda kött, grönsaker eller för att ge såser en extra smakrik smak.

[Portugisiska kryddkryddor, piri piri kycklingkryddblandning, kryddig portugisisk blandning, portugisiska kryddor, europeiska kryddor, portugisisk diskhandduk – Etsy](#)

LÄS : [Hur man säljer kryddor på Etsy - Marketsy](#)



Afghanska flyktingkvinnor – Etsy Uplift Makers-programmet

Även om det inte är mat, är detta väldigt intressant. Etsys Uplift Makers-program har stöttat afghanska flyktingkvinnor i att lansera över 20 Etsy-butiker med hemtextilier skapade med traditionella afghanska handarbetstekniker. Asila, tvåbarnsmamma och medlem i kollektivet, uttryckte sin tacksamhet: "Jag är så tacksam för den här möjligheten att sälja mina produkter online. Allt eftersom mitt företag växer hoppas jag kunna lära och anställa andra flyktingkvinnor för att tillverka sina egna produkter och försörja sig själva."

LÄS MER [Etsy välkomnar afghanska flyktingar till Uplift Makers-programmet](#)

AMAZON MARKNADSPLATS

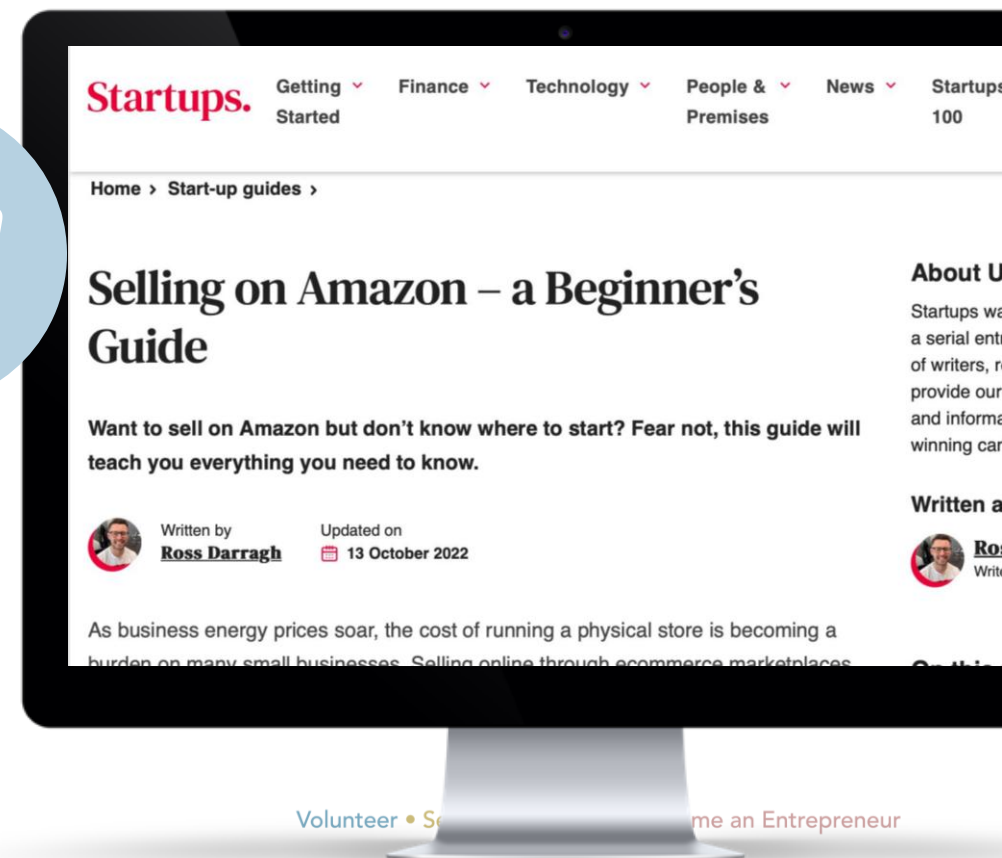
Kraften i e-handelsplattformen Amazon.com är svår att absorbera. Miljontals tredjepartssäljare använder Amazon Marketplace som en plattform för att underlätta för vem som helst att sälja direkt till slutanvändaren eller onlinekunden.

Amazon tar ut en hänvisningsavgift från varje försäljning. Säljaren tar på sig ansvaret för varuförsäljningen och hanterar sina priser.

TIPS – Amazon passar bäst för dig som vill skala upp. Om du precis har börjat, överväg att testa din produkt på lokala plattformar eller Etsy först.

LÄS MER – *Hur man startar ett företag på Amazon Marketplace*

Klicka
för att
visa



AMAZON MARKNADSPLATS

Amazons fördelar

- **Massiv kundräckvidd** – Amazon har miljontals aktiva användare över hela EU. Perfekt för hyllstabila eller skalbara livsmedelsprodukter (t.ex. teblandningar, såser, torra snacks).
- **Fulfilment by Amazon (FBA)** hanterar packning, frakt och kundservice. Sparar tid och eliminerar pressen av att ensam hantera logistiken.
- **Inbyggt förtroende och infrastruktur** – Kunder litar på Amazon för snabb och pålitlig service. Plattformen tillhandahåller säljarens dashboards, data och verktyg för att spåra försäljning och prestanda.
- **Internationell räckvidd** – Din livsmedelsprodukt kan säljas i olika EU-länder (med korrekt märkning och efterlevnad).

Amazons utmaningar

- Funktionerna för gratis medlemskap är **begränsade** och har **höga listningsavgifter**
- Stor konkurrens. Amazon har många handlare som du måste konkurrera med.
- Beroende på situationen får du inte dina pengar förrän 14 till 90 dagar efter att du har sålt en vara.
- Brist på varumärkesutveckling - Enskilda säljarnamn betonas inte vid köp av varor på Amazon

SHOPIFY, en alternativ väg

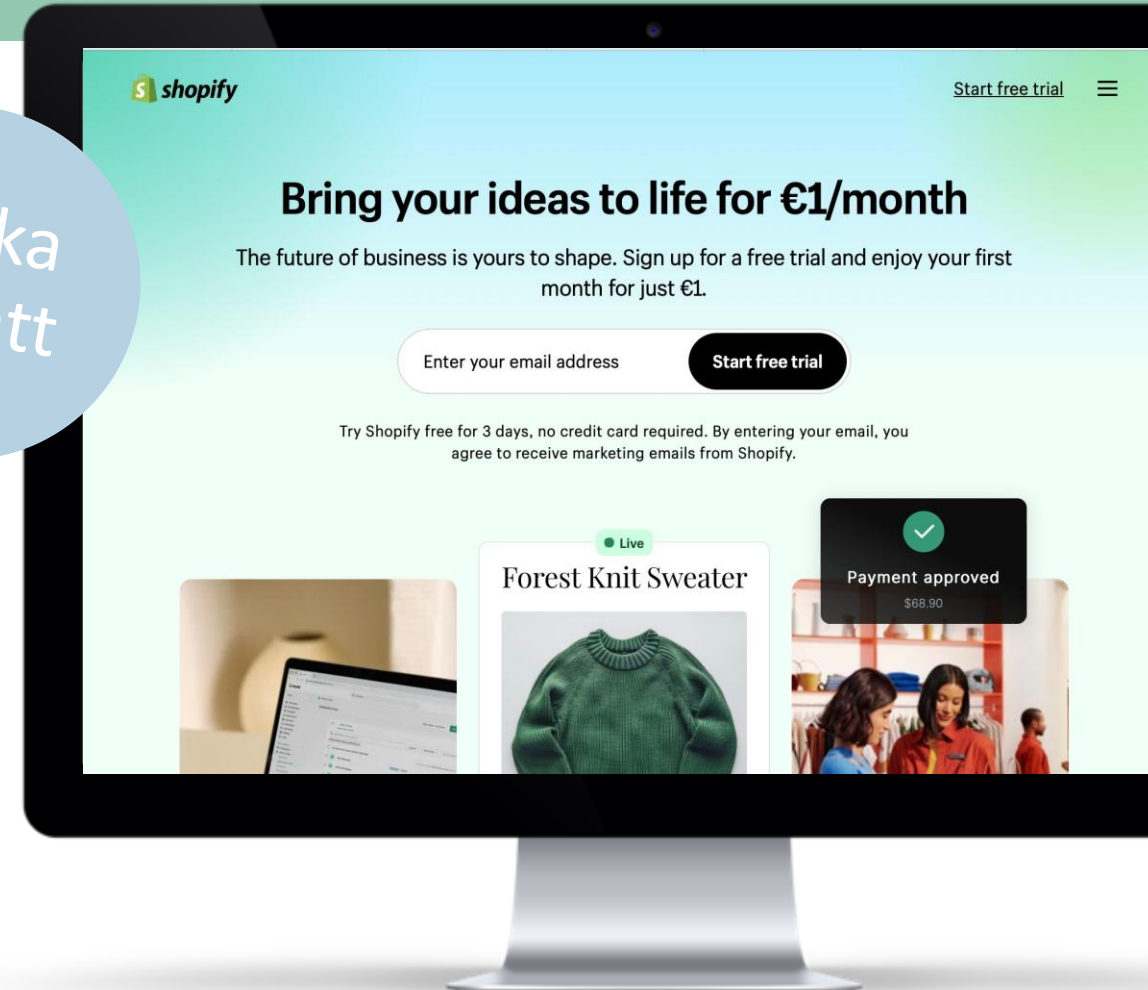
Om du är redo att bygga din egen märkesbutik för mat online är Shopify en unik marknadsplats online eftersom det är en hemsidesbyggare, men för företag som vill sälja direkt till konsumenter.

Med Shopify kan du:

- Sälj **direkt till dina kunder** utan konkurrerande säljare
- Designa din egen butik med mallar (ingen kodning behövs)
- Hantera **betalningar, marknadsföring, utcheckning och leverans** på ett ställe
- Börja från cirka **9 €/månad**

Utforska exempel på riktiga matbutiker på:
 www.shopify.com/examples och klicka på mat och dryck

Klicka
för att
visa



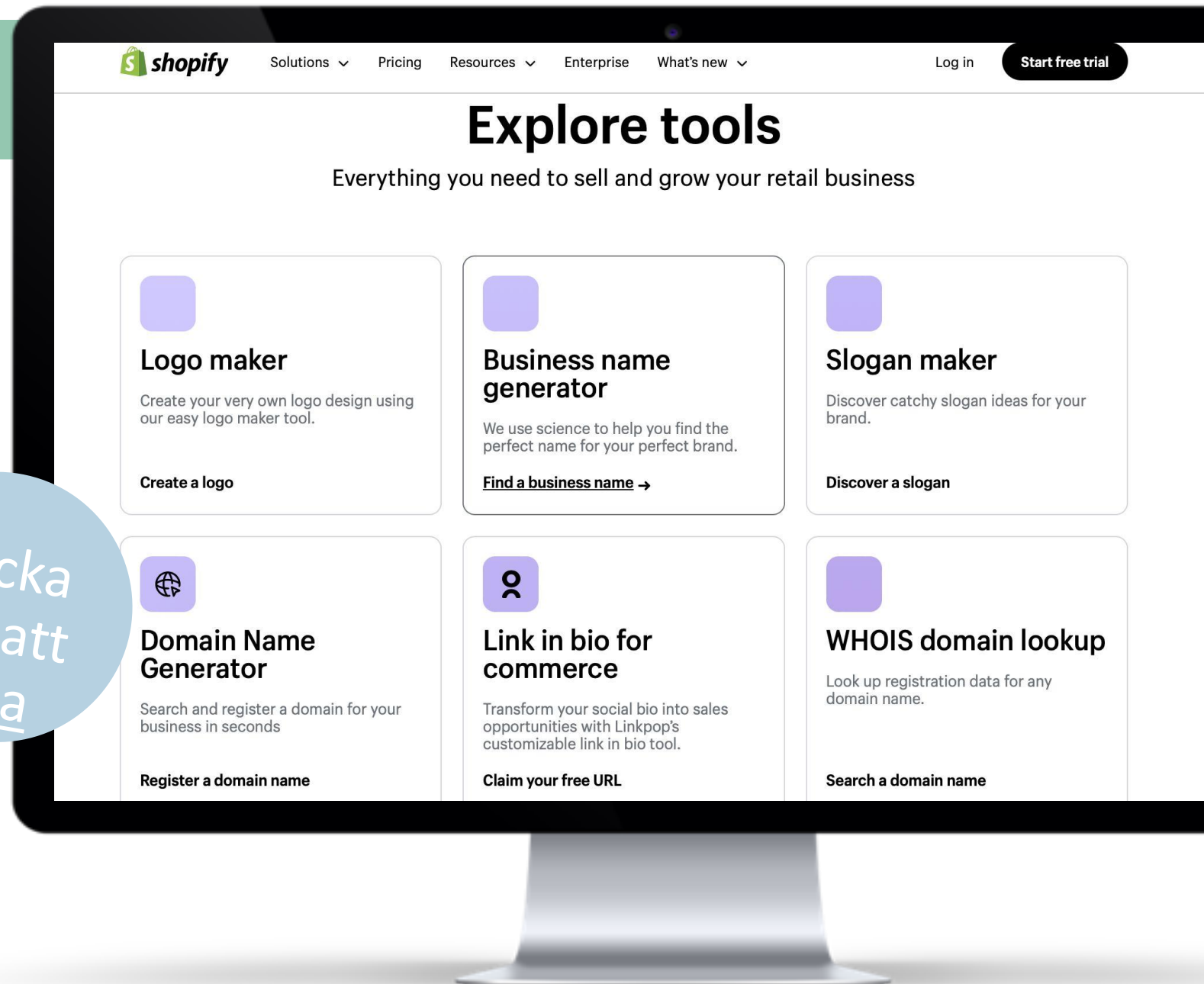
Fördelarna med att sälja på Shopify mot en månadsavgift är:

- **Sälj på din webbplats istället för en marknadsplats**
Med Shopify får du en webbplats byggd för e-handelsföretag. Du kan till exempel välja mellan webbdesignmallar för e-handel, vilket gör det enklare att skapa en webbplats och övergå till att sälja din webbplats.
- **Skapa en webbutik snabbt, utan utvecklingsbakgrund**
Designmallarna, både gratis och betalda, som finns tillgängliga från Shopify gör det möjligt för vem som helst att starta en webbutik. Även om du inte har någon bakgrund inom utveckling kan du tryggt skapa och publicera en butik för ditt företag.
- **Lansera Google- och Facebook-annonser inifrån plattformen**
Shopify har även en inbyggd funktion för att annonsera dina produkter. Oavsett om du vill lansera annonser på Facebook eller Google kan du göra det inifrån Shopify.

SHOPIFY

Det finns många verktyg i Shopify som hjälper dig att starta ditt företag.

Klicka
för att
visa



FACEBOOK-MARKNADSPLATS FÖR FÖRETAG

Har potential – men med begränsningar.

Varför det skulle kunna fungera:

- Det är **gratis, lokalt** och **lätt att använda**.
- Bra för att marknadsföra **matlagningsworkshops** eller **måltidskit** (inom lagliga gränser).
- Du kan börja med bara en telefon och ett Facebook-konto.



Begränsningar:

- **Ingen inbyggd utcheckning** – du måste hantera betalningar och frakt själv.
- Inte utformad specifikt för mat – mer generell.
- **Förtroende och synlighet** är lägre jämfört med Etsy eller Amazon.

3 Kitchens Omdöme:

En bra *testplats* för lokalt intresse eller för att marknadsföra erbjudanden. Kan vara en del av en multiplattformstrategi, särskilt för kvinnor som är mer bekväma med att använda Facebook.

03

Starta företag med din egen webbplats

VIKTEN AV DIN EGEN WEBBPLATS

Allt eftersom din livsmedelsverksamhet växer blir det ett kraftfullt steg att ha **en egen webbplats**. Till en början kanske du säljer på Etsy, använder Instagram eller levererar till din community. Men med tiden innebär det att ha en egen webbplats:

- **Du äger ditt utrymme:** Inga algoritmer, ingen konkurrens från andra säljare på samma sida. Ditt namn, din berättelse, din mat, på ett ställe.
- **Bygger förtroende:** Kunder känner sig mer säkra när de kan besöka en professionellt utseende webbplats. Det visar att du är seriös, organiserad och lätt att kontakta.
- **Berättar din historia:** Du kan dela din kultur, recept, foton och resa, inte bara ett pris och en produkt. Detta är särskilt kraftfullt när man säljer kulturell eller arvsmat.
- **Ger dig mer kontroll:** Du bestämmer designen, prissättningen, frakten och hur kunderna köper. Du kan länka din webbplats till andra plattformar, som sociala medier eller Etsy, eller använda den som din huvudsakliga butik.
- **Bättre vinstmarginaler:** Att sälja via din webbplats innebär inga mellanplattformsavgifter (som Etsy- eller Amazon-avgifter). Du behåller mer av pengarna från varje försäljning.
- **Flexibelt för framtiden:** Vill du lägga till en matlagningskurs online? En blogg? En receptavdelning? Du kan utöka din webbplats i takt med att ditt företag växer.

ATT SKAPA DIN EGEN WEBBPLATS

*Det finns
tre
huvudsakliga
sätt att
konfigurera din
webbplats*

1. Använd en hemsidebyggare (gör-det-självt – nybörjarvänlig)

Skapa din egen webbplats eller webbutik med dra-och-släpp-verktyg, ingen kodning behövs. Perfekt för nybörjare eller de med en begränsad budget.

Exempel:

- **Shopify** (utmärkt för att sälja livsmedelsprodukter)
- **Wix**
- **Squarespace**
- **WordPress.com**

Det erbjuder

- Lågkostnadsstartup
- Kontrollera din design och ditt innehåll
- Steg-för-steg-handledningar tillgängliga

LÄS: [Toppwebbplatsbyggare för nybörjare](#)

ATT SKAPA DIN EGEN WEBBPLATS

*Det finns
tre
huvudsakliga
sätt att
konfigurera din
webbplats*

Tips: Börja där du känner dig bekväm. Du kan alltid bygga ut den till en komplett webbplats senare.

2. Anlita en expert

Om du har en budget kan du betala en webbdesigner för att bygga en anpassad webbplats åt dig. Det här alternativet ger en elegant och varumärkesvänlig webbplats utan att du behöver lära dig de tekniska aspekterna. Det kan vara

- Tidsbesparande
- Skräddarsydd efter dina affärsmål
- Utmärkt för växande varumärken

LÄS: [Hur man anlitar en webbdesigner: Guiden "Allt du behöver veta"](#)

3. Börja med en webbplats för sociala medier

Instagram- eller Facebook-sidor kan fungera som en mini-webbplats, en plats att marknadsföra din mat, ta emot beställningar och länka till andra plattformar som Etsy.

- Gratis att installera
- Utmärkt för att testa din idé
- Bygger synlighet medan du förbereder en komplett webbplats

6 VIKTIGA AVSNITT PÅ DIN WEBBPLATS

Den här checklistan är utformad för att du ska kunna förbereda innehåll för en varm, effektiv och kulturellt rik webbplats för livsmedelsföretag.

1. Hemsida

- ✓ Tydligt företagsnamn och logotyp
- ✓ Ett varmt och vänligt välkomstmeddelande
- ✓ En kort sammanfattning av vilka ni är och vad ni erbjuder
- ✓ En eller två vackra bilder på mat eller produkter

2. Om mig/oss

- ✓ Din berättelse — varför du lagar mat, vad din mat betyder för dig
- ✓ Kulturell eller personlig bakgrund
- ✓ Vad gör ditt företag speciellt eller annorlunda
- ✓ Ett vänligt foto på dig (valfritt, men bygger förtroende)

6 VIKTIGA AVSNITT PÅ DIN WEBBPLATS

3. Produkter eller tjänster

- ✓ Lista över vad du säljer (t.ex. kryddblandningar, sylt, te)
- ✓ Kort beskrivning av varje vara eller tjänst
- ✓ Priser och hur man beställer
- ✓ Produktbilder — rent, klart och naturligt ljus

4. Kontaktinformation

- ✓ WhatsApp, e-post eller kontaktformulär
- ✓ Länkar till sociala medier (Instagram, Facebook)
- ✓ Kort svarstidslofte (t.ex. "Jag svarar inom 24 timmar")

5. Referenser eller recensioner

- ✓ Citat från nöjda kunder
- ✓ En sektion "Vad kunderna säger om oss"

6 VIKTIGA AVSNITT PÅ DIN WEBBPLATS

6. Öka värdet

- ✓ Blogg eller receptsida som delar kulturella matberättelser
- ✓ Kalender för evenemang, marknader eller kurser
- ✓ FAQ-sektion (t.ex. "Skickar ni inom EU?" "Är er mat halal/vegansk?")

Nästa.. Steg 4



3 Kitchens

Volunteer • Seek Employment • Become an Entrepreneur

www.3kitchens.eu



Co-funded by
the European Union