

# Design af no show- gebyr

Rapport

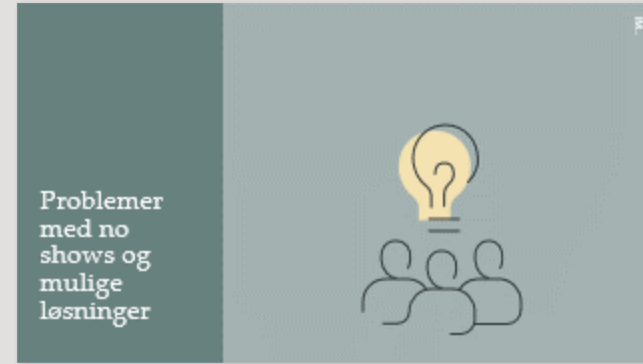
Januar 2024



## 1 Opsummering



## 2 Problemer med no shows og mulige løsninger



## 3 Guide til design af no show-gebyrer



# Sammenfatning | Udeblivelser er et problem for mange restauranter, men kan afhjælpes ved at indføre no show-gebyrer

## Baggrund og formål

Københavns restauranter oplever i stigende grad udfordringer med gæster, der udebliver fra deres reservation - såkaldte no shows.

No shows giver en række negative konsekvenser for restauranten og andre gæster: madspild, afvisning af andre gæster, tabt indtjening og dårligere mulighed for vagtplanlægning.

Én mulig løsning er at indføre no show-gebyrer, så gæsterne skal betale, hvis de udebliver fra deres reservationer eller aflyser med meget kort varsel.

Wonderful Copenhagen har bedt Implement Consulting Group om at udvikle en guide til, hvordan restauranter kan designe no show-gebyrer, der passer til netop deres forretning.

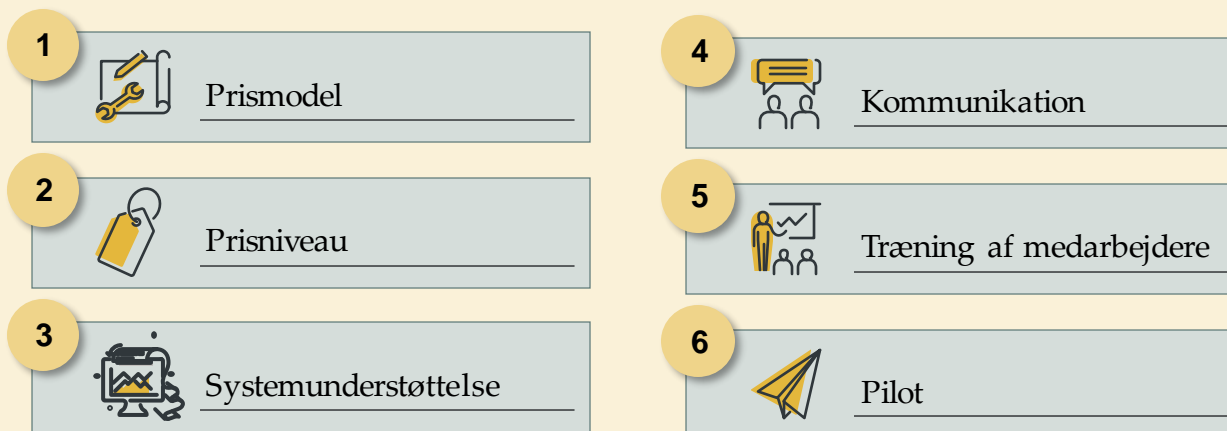
Projektet er gennemført i samarbejde med Sovino Brands, der har leveret relevante data, og som har deltaget i workshops om, hvordan no show-gebyrer kan fungere i deres restauranter.

*Projektet er en del af "Comeback Copenhagen 2023; Erhvervsministeriet, Københavns Kommune og Wonderful Copenhagen har i fællesskab lanceret genopretningsplanen for hovedstadens turisme.*

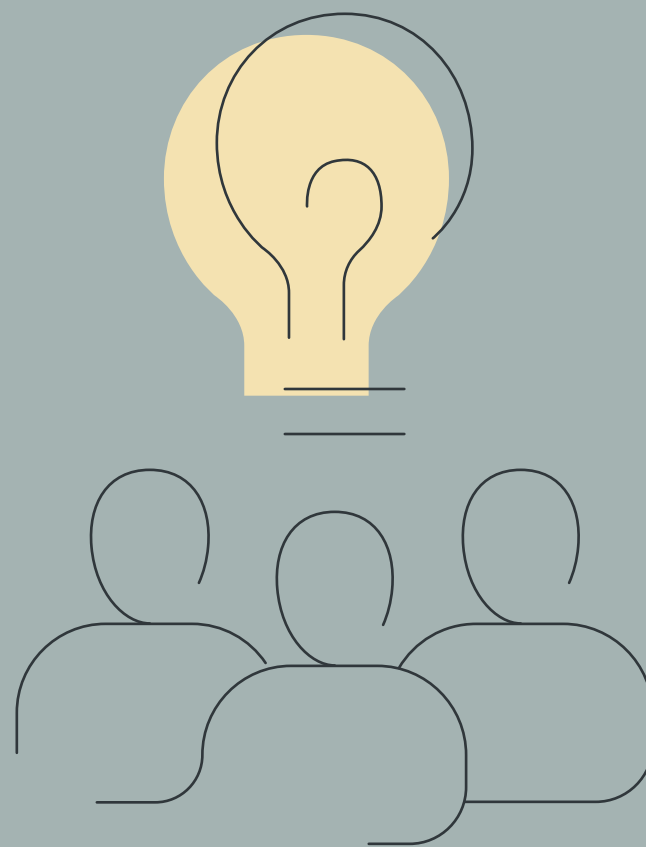
## Opsummering

### Design no show-gebyrer vha. seks trin

Ved at forholde sig til følgende seks trin i denne guide kan restauratører designe og implementere no show-gebyrer med høj sandsynlighed for succes:



Problemer  
med no  
shows og  
mulige  
løsninger



# Intro | Restaurantgæster bliver væk fra deres reservationer, og disse no shows er en stor udfordring for branchen

No shows har negative konsekvenser for både restauranter og gæster



Madspild



Overbemanding



Afviste gæster

Problemet er nu så stort, at restauranterne reagerer med nye tiltag og løsninger

Gæster bliver væk fra deres reservationer. Men restauranter har fundet en løsning – og den virker faktisk

11 restauranter bødte, men så blev pludselig op. Det betød, at restauranterne havde, og nu tager flere ejerskaber sætter i brug, der har været brug på high-end restauranter og i udlandet i Sverige.



Restauranter er i deres gode ret til at opkræve penge uden mad

Forbrugerstyrelsen er på restauranternes side, når de udskriver regninger til udeblevne gæster.



**Spisesteder er trætte af uopdragne gæster:** Hvis du bliver væk fra din bordbestilling på denne restaurant, bliver dit navn skrevet på væggen

Byens restauranter er trætte af no-shows. På Barabba ryger uopdragne gæsters navne på væggen, mens andre restauranter bevidst overbooker eller kræver betaling på forhånd.

FOR ABONNENTER

# Intro | Der er flere måder at håndtere problemet med no shows på – og gebyrer er en af dem

I denne rapport er fokus på no show-gebyrer.

## Fortsætte som nu



- Ingen forandring for kunder

- Fortsat tab i forbindelse med no shows
- Ingen økonomisk forbedring

## Overbooking



- Lavere risiko for tomme borde
- Forbedret økonomi på kort sigt

- Risiko for flere gæster end ledige borde
- Risiko for dårlig omtale
- Forværrer kundens oplevelse

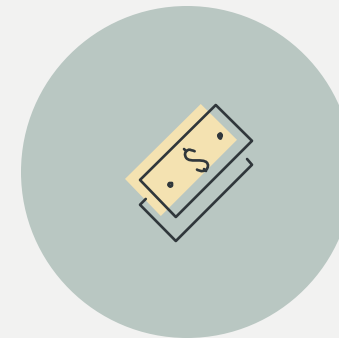
## Hel eller delvis forudbetaling



- Lavere risiko for tomme borde
- Undgår overbemanding
- Mindre madspild

- Væsentlig risiko for at afskrække kunder
- Vanskeligt på a la carte restauranter, hvor gæsterne ikke på forhånd ved, hvad de skal have

## No show-gebyr



- Lavere risiko for tomme borde
- Undgår overbemanding
- Mindre madspild

- Risiko for at afskrække kunder (typisk lavere end ved forudbetaling)

 **Fordele**

 **Ulemper**

# Intro | Branchen har allerede gjort sig erfaringer med no show-gebyrer, og særligt i udlandet er det meget benyttet

## Fordele og ulemper ved no show-gebyrer

### + Fordele

- Reducerer antallet af **no-shows**
- Kan øge restauranters **omsætning**
- **Hjælper** i forhold til **planlægning** af vagtplaner og indkøb (begrænser madspild)
- Giver kunder med faktisk intention **mulighed for at besøge restauranten**

### — Ulemper

- Skaber **finansiel risiko** for kunden
- Gør det **mere besværligt at** booke bord
- Giver risiko for, at kunderne **fravælger** restauranten
- **Flere spørgsmål** fra kunder, hvilket tager tid for personalet

## Hvor er der no show-gebyrer allerede?



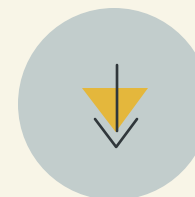
### Faktaboks: Succes med gebyrer på restaurant Goldfinch

Et no show-gebyr på 60 kroner pr. gæst er blevet indført på restauranten Goldfinch, som er en del af Sovino Brands.

Beløbets størrelse er bevidst fastsat lavt for ikke at afskrække gæsterne fra at booke.

På Goldfinch kommer der få walk-in gæster, og no shows er derfor et ekstra stort problem, fordi de tomme borde ikke bliver fyldt op af andre gæster.

### Resultater



Intet målbart fald i antallet af bookinger



Udelukkende positiv økonomisk effekt

# Gebyrets størrelse | No show-gebyrerne varierer fra 60 – 200 kr. på restauranter i mellempriksen

## Eksempler på no show-gebyrer fra København

Restaurant	Gebyrstørrelse / person <sup>1</sup>
Goldfinch	60 DKK
Mæxico	150 DKK
Pluto Group	200 DKK
Kødbyens Fiskebar	200 DKK
Punk Royale	1000 DKK
JATAK	1550 DKK

Det mest almindelige no show-gebyr ligger på mellem 60 DKK og 200 DKK

Nogle high-end restauranter tager betydeligt højere gebyrer for no show

## Key take aways



Der er for få restauranter, der har no show-gebyrer, til at der for alvor har tegnet sig et generelt billede af gebyrets størrelse. Men de eksempler, vi har kendskab til, peger på no show-gebyrer på mellem 60-200 DKK.



Nogle restauranter i den høje prisklasse tager højere no show-gebyrer.

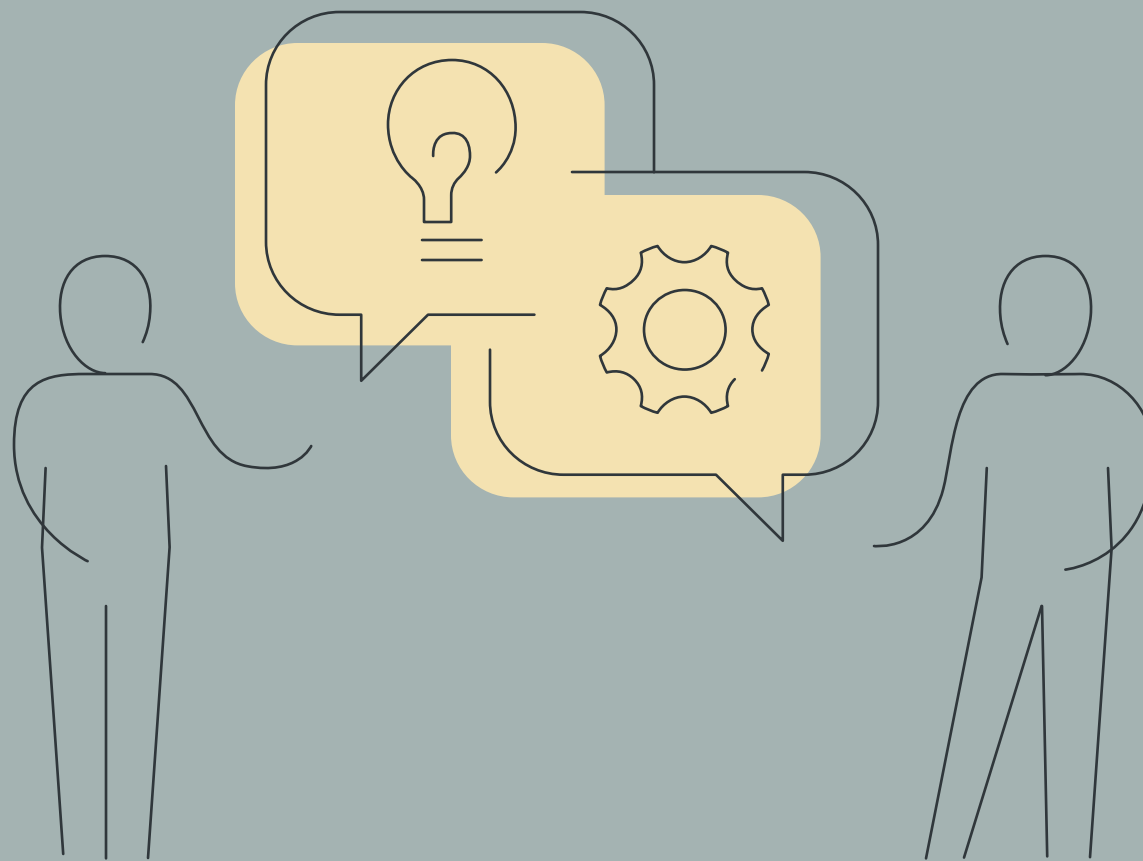


Størrelsen på no show-gebyret skal passe sammen med restaurantens prisniveau og dermed typen af gæster.

1) No-show gebyrets størrelse per person,

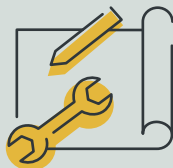


# Guide til design af no show- gebyrer



1

## Prismodel



Hvilke overvejelser skal man gøre sig, når man skal sammensætte/konfigurere et no show-gebyr?

2

## Prisniveau



Hvad er tommelfingerreglerne for at finde frem til den rigtige gebyrstørrelse?

3

## Systemunderstøttelse



Hvilke begrænsninger sætter bookingsystemet?

4

## Kommunikation



Hvordan skal man kommunikere til gæsten om no show-gebyret?

5

## Træning af medarbejdere



Hvordan oplærer man bedst sine medarbejdere til at kunne forklare no show-gebyret og håndtere eventuel utilfredshed?

6

## Pilot



Hvor og hvordan tester man bedst gebyr og kommunikation og implementerer rettelser?

# Prismodel | No show-gebyret er relevant i situationer med høj belægning og få walk-in gæster

## Indførelse af et no show-gebyr er ikke "enten eller" men "hvornår" og "for hvem"

Der er ingen grund til at risikere at skræmme gæsterne væk med et no show-gebyr, hvis kun få bliver væk, eller hvis udeblivelserne ikke er et væsentligt problem. Der er derfor gode argumenter for kun at indføre gebyret i travle perioder, hvor hvert ledig bord betyder tabt indtjening. I travle perioder vil gæsterne også være mere tilbøjelige til at booke på trods af gebyret. Hvis no show-gebyrer i fremtiden bliver normen snarere end undtagelsen, er det mindre risikofyldt at indføre på alle bookinger.

## Template til brug for design af no show gebyr

Design- beslutninger	Hvilke restauranter	Alle		Høj efterspørgsel		Høj efterspørgsel og få walk-ins	
	Hvornår på ugen	Alle dage		Torsdag-Lørdag		Ugedage	
	Hvornår på dagen	Under hele åbningstiden		Morgen	Middag	Aften (Efter 17:30)	
	Antal gæster (gruppestørrelser)	Alle	1-2	3-4	5-6	>6	
	Opkrævning	Gebyr opkrævet hvis no show		Forudbetalt depositum		Fuld forudbetaling	
	Størrelse af gebyret	Fast gebyr (symbolsk)		Andel af forventet beløb		Fuldt forventet beløb	
	Definition af no show	Ikke mødt op	annullering af booking inden for 6 timer	Mere end 15 minutter forsinket		Færre end 80% af selskabet dukker op	

## Hypotesetjekliste



**Hvor** skal et gebyr indføres?



**Hvornår** på dagen eller ugen skal der indføres gebyr?



**Hvilke** gruppestørrelser?

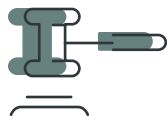


**Hvordan** skal et gebyr opkræves?



**Hvor meget** skal gebyret være på?

# Prisniveau | Gebyret skal være højt nok til, at gæsterne møder op, men må ikke overstige de faktiske omkostninger ved, at gæsten bliver væk



## Juridiske begrænsninger

Ifølge forbrugerombudsmanden skal et gebyr opfylde følgende:

**Saglighed:** Et gebyr skal være ens for alle gæster på samme restaurant.

**Rimelighed:** Et gebyrs størrelse skal være rimeligt i forhold til værdien af serviceydelsen. Det betyder, at det ikke må overstige det tab, som virksomheden lider ved, at gæsten bliver væk.

**Tydelighed:** Et gebyr skal tydeligt kommunikeres til gæsten i passende tid.



## Best Practice

- Et **symbolsk beløb**, der er højt nok til, at gæsterne kommer, men samtidig ikke skræmmer gæsterne væk på forhånd.
- Baseret på erfaringerne fra Goldfinch vurderer vi, at et gebyr på mellem 50 og 150 kr. pr. person for restauranter i mellempriksklassen vil være højt nok til at reducere antallet af udeblivelser markant. Et gebyr i denne størrelse vil for langt de fleste restauranter være under de faktiske omkostninger.
- Et gebyr i den lavere ende har også den fordel, at medarbejderne skal bruge mindre tid på gæster, der henvender sig for at forsøge at få pengene retur, hvis de er blevet forhindret i at møde op uden at have aflyst.



**Eksempel:** Hvis gebyret er for lavt, er der risiko for, at flere bliver væk

En børnehave i Haifa, Israel oplevede, at mange forældre hentede deres børn for sent. Derfor indførte de et gebyr på 3\$ for at hente børn for sent.

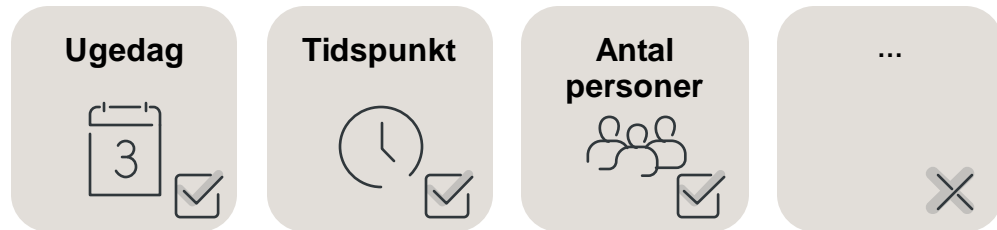
Mod al forventning steg antallet af sene afhentninger med over 100%! Forældrene anså det nu som moralsk legalt at hente for sent, fordi de jo betalte for det. Om dette er en relevant bekymring i forbindelse med no show-gebyrer er uklart.

# Systemunderstøttelse | Design gebyret, så det kan lade sig gøre i jeres systemer



## Systembegrænsninger

Et gebyr skal kun differentieres på dimensioner, der kan håndteres af jeres bookingsystem.



## Bekvemmelighed for kunden

Det skal være hurtigt, ukompliceret og sikkert for kunder at acceptere et no show-gebyr i reservationsportalen. Betalingsløsninger har en indflydelse på dette:



## Faktaboks: Mest benyttede systemer og understøttede betalingsløsninger

	Kreditkort	ApplePay/ GooglePay	Paypal	Andre
SevenRooms	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Easytablebooking	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Formitable	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	iDeal
Dinnerbooking	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Book et bord	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Bord i byen	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

# Kommunikation | Hvordan I kommunikerer gebyret har stor betydning for kundernes opfattelse af det



## Eksempel på no show-kommunikation til gæsten<sup>1</sup>

[Emnefelt]

Vi glæder os til at se jer torsdag den [Dato] på [Restaurant] 😊

[Preheader]

Tjek menuen ud her.

[Indhold]

Hej venner,

Vi glæder os rigtig meget til at se jer på [Restaurant]!

Dato: [Dato]

Tid: [Tid]

Antal: [Antal]

Tjek menuen ud allerede nu: [\[link til menu\]](#)

Og hey, hvis nogen af jer har allergier eller specifikke madønsker, så ring endelig til os. Vi sørger selvfølgelig for, at maden er perfekt tilpasset jeres ønsker. Her er vores nummer: [XX XX XX XX]. 📞

Hvis I er nødt til at aflyse, er det helt i orden – bare gør det minimum 6 timer før. Så kan andre gæster få glæde af jeres bord, og vi undgår madspild.

Hvis du udebliver fra dit bord uden at afbestille, opkræver vi [beløb] pr. person. Det gør vi for at få dækket en del af de omkostninger, som vi har uanset om du møder op eller ej.

[Annullering- Ombook]

Vi kan næsten ikke vente med at byde jer velkommen på [Restaurant]. 😊

Bedste hilsner,  
[Restaurant]

## Checkliste for kommunikation af no show-gebyr



Gebyret skal kommunikeres **tidligt**



Gebyrets omstændigheder skal kommunikeres **tydeligt**



Der skal kommunikeres **gentagne gange**



Kommunikationen skal passe til **kundegruppen**

# Træning af medarbejdere | Sørg for at medarbejderne er klædt på til at svare på spørgsmål fra gæsterne

## Eksempler på typisk forventede spørgsmål og svar



*Hvorfor har I indført gebyrer?*



*Det har vi, fordi vi gerne vil sikre, at gæster, der gerne vil, har mulighed for at få bord på vores restauranter, og for, at vi får dækket et minimum af vores udgifter.*



*Hvorfor skal jeg registrere mine betalingsoplysninger, når jeg ikke har tænkt mig at blive væk?*



*Fordi vi ikke kan eller må skelne mellem vores gæster, skal alle registrere deres betalingsoplysninger. Vi trækker ikke noget, hvis du kommer til din reservation, og alt foregår sikkert og trygt.*



*Hvad hvis jeg bliver syg på dagen, skal jeg så også betale?*



*Vi har fuld forståelse for, at der kan opstå uforudsete situationer, som gør, at du ikke kan komme til din reservation. Hvis du afbestiller senest 6 timer inden, skal du ikke betale. Og hvis det er sket noget helt ekstraordinært, skal jeg se, hvad jeg kan gøre.*

## Best practice checkliste for kommunikation af no show-gebyr



Alle medarbejdere forstår no show-gebyr politikken (*hvad, hvor, hvornår*)



Alle medarbejdere forstår og kan kommunikere *hvorfor*, vi indfører gebyrer



Oplæring i klar, tydelig og venlig kommunikation med kunderne



Klagehåndteringstræning med de medarbejdere, der snakker mest med kunderne

# Pilot | Ved at teste jeres løsning er der mulighed for at justere, før I implementerer bredt

For **restaurantkæder** er det vigtigt at udvælge en repræsentativ restaurant til testen, så I har et godt udgangspunkt for at træffe beslutninger om no show-gebyret for kædens andre restauranter.

For **enkeltstående restauranter** er det vigtige at finde et godt tidspunkt at teste konceptet på.

## Checkliste til pilottest

1

### Vælg restaurant [kun relevant for restaurantkæder]

Den restaurant, I bruger til pilottest, bør være repræsentativ for de restauranter, hvor I overvejer at indføre et no show-gebyr. Derudover bør der være væsentlige no show-udfordringer på restauranten.

2

### Indfør gebyr og indsaml data

Det er vigtigt at have data for restaurantens no show-performance både før og i løbet af testperioden og på forhånd overveje, hvordan I vil måle, om testen er en succes.

3

### Analysér data og foretag ændringer

Den indsamlede data analyseres med henblik på at afklare om no show-udfordringerne er løst, og om I skal foretage ændringer i designet. Eventuelle ændringer kan testes ved ny pilot, hvis de er tilstrækkelig store.

4

### Implementer på andre restauranter [kun relevant for restaurantkæder]

Det endelige no show-design implementeres på restauranter, hvor no show-gebyrer er relevante baseret på andel af no shows, kapacitetsudnyttelse og andel af walk-ins.

## Typiske udfordringer ved pilottest



### Partiskhed

Ofte vil man pilotteste en ide, fordi den virker som løsningen på en udfordring, hvilket kan lede til partiskhed. Det er vigtigt at være objektiv, når man analyserer effekten af det indførte gebyr.



### Repræsentativitet

Det er vigtigt at vælge en restaurant, der minder om de andre restauranter, hvor gebyret skal indføres. Ellers er der risiko for, at en bred implementering ikke vil give lignende resultater.



### Datasammenlignelighed

For at kunne vurdere effekten af et no show-gebyr er det vigtigt, at data fra før og efter perioden er sammenlignelige. Hvis der fx er store sæsonudsving eller andet, der har betydning for efterspørgslen, bliver man nødt til at kunne korrigere for det.



### Is i maven

Det er vigtigt at have is i maven, da gæsterne muligvis vil reagere kraftigere i starten, før de har vænnet sig til gebyrerne. Forandringer tager tid, og derfor skal man undgå forhastede tilbagerulningsbeslutninger. Det er dog vigtigt at være klar til tilbagerulning, hvis antallet af bookinger og kapacitetsudnyttelsen forbliver på et lavere niveau end før.