



**Vlaanderen**  
is ondernemen

**STARTKOMPAS:**

**ONDERZOEK EN BEREKEN  
DE HAALBAARHEID VAN  
JE ZAAK**

AGENTSCHAP  
INNOVEREN &  
ONDERNEMEN

vlaio.be

# Inhoud

<b>VOORWOORD</b>	<b>3</b>
Als je wil slagen	3
Doe de proef	3
Het Startkompas - schema	4
Het Startkompas - samenvatting	5
<b>1. PROJECTVOORSTELLING</b>	<b>6</b>
1.1. Persoonlijke gegevens	6
1.2. Administratieve gegevens	6
1.3. Basisidee	7
<b>2. OMGEVINGSANALYSE</b>	<b>9</b>
2.1. Bespreking van de markt/sector	9
2.2. Klanten	10
2.3. Concurrenten	12
2.4. Leveranciers	15
2.5. Partners	15
2.6. Trends	16
<b>3. COMMERCIEEL PLAN</b>	<b>17</b>
3.1. Product	17
3.2. Prijs	18
3.3. Plaats	20
3.4. Promotie	22
<b>4. ORGANISATIEPLAN</b>	<b>24</b>
4.1. Algemene organisatie	24
4.2. Juridische vorm	26
4.3. Administratieve formaliteiten	26
<b>5. FINANCIËEL LUIK</b>	<b>27</b>
5.1. Investeringen	27
5.2. Financiering	28
5.3. Vaste kosten	30
5.4. Marges	33
5.5. Doodpuntomzet	34
5.6. Haalbaarheidstoets	34
5.6.1. Interne haalbaarheid	34
5.6.2. Externe haalbaarheid	34
5.6.3. Omzetprognose	35
<b>NOTITIES</b>	<b>36</b>

## Voorwoord

### Als je wil slagen

Misschien is je eerste reactie: "Waarom zou ik mijn plannen uitschrijven? Is dat geen verloren tijd?" Helemaal niet. De praktijk leert dat het neerschrijven van je plannen je verplicht elk facet te overdenken. Je houdt jezelf als het ware een spiegel voor. Met het Startkompas kan je het risico beter inschatten. Dankzij het Startkompas ga je goed doordacht en beter voorbereid van start en verhoog je je slaagkansen. Bovendien kan het Startkompas dienen als basis voor een ondernemingsplan. Je kan hiervoor gebruik maken van de brochure "Gids voor het opstellen van een ondernemingsplan".

Ook na de opstartfase blijft het Startkompas een bruikbaar instrument. Als ondernemer hou je best een vinger aan de pols en sta je tijdig stil bij de positie van je onderneming in een voortdurend veranderende omgeving. Bij nieuwe strategische keuzes kan je het Startkompas gebruiken voor de inschatting van de haalbaarheid.

### Doe de proef

Voor je met invullen begint, geven wij je graag wat meer uitleg over de opbouw van dit instrument. Het Startkompas bestaat uit vijf bouwstenen: projectvoorstelling, omgevingsanalyse, commercieel plan, organisatieplan en financieel luik. In de eerste 4 bouwstenen beschrijf je je project, in het financiële luik vul je alle cijfergegevens in om een zicht te krijgen op de financiële haalbaarheid. Probeer het Startkompas zo volledig en concreet mogelijk in te vullen! Zo krijg je zicht op de uiteindelijke haalbaarheid van je project.

Op [www.vlaio.be/startkompas](http://www.vlaio.be/startkompas) vind je de digitale versie van het Startkompas terug en instructiefilmpjes voor het invullen ervan. Deze digitale versie biedt het voordeel dat bepaalde berekeningen automatisch gemaakt worden.

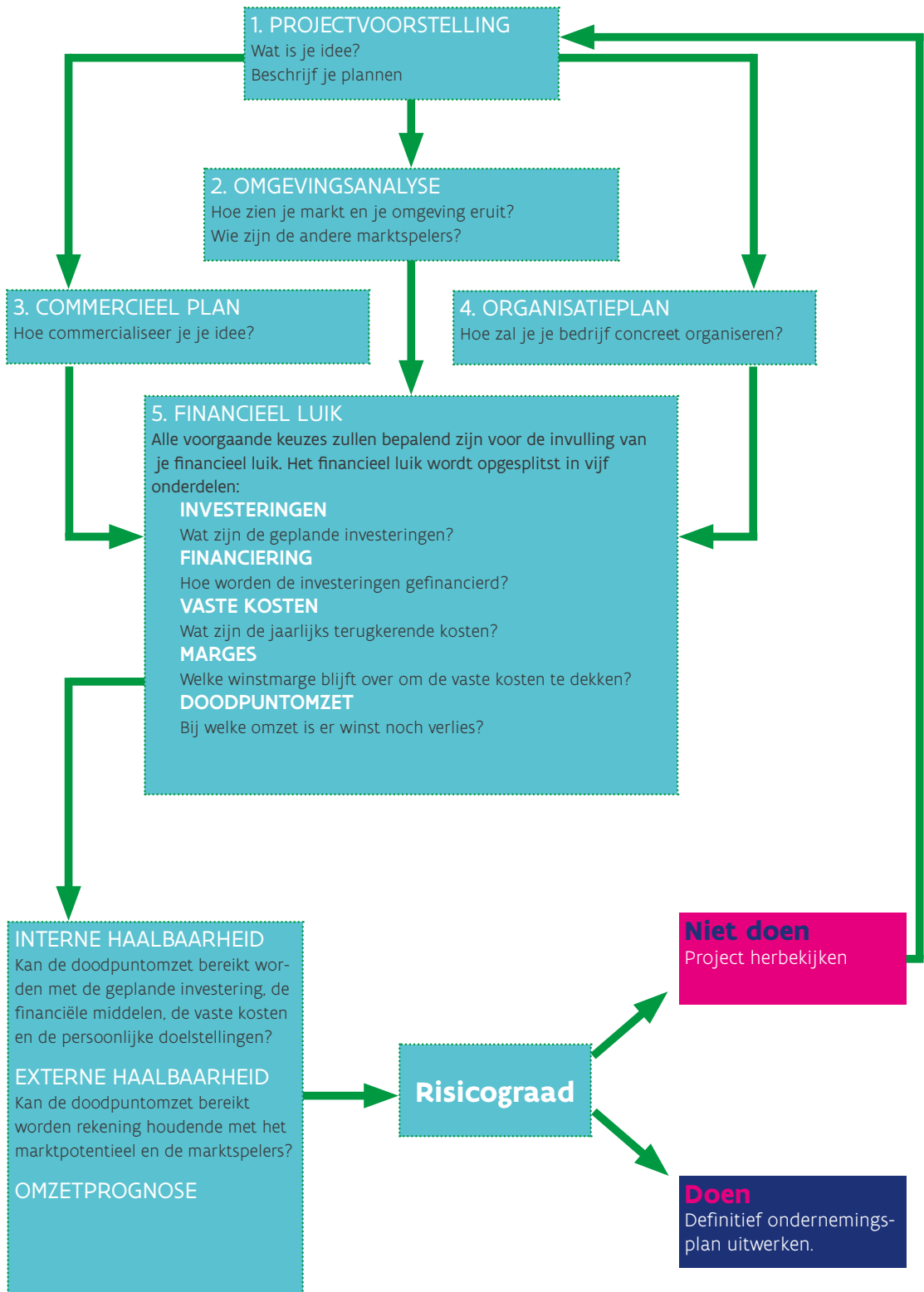
Als je vragen hebt bij de resultaten van het Startkompas kan je terecht bij je accountant of adviseur. Je bespreekt de resultaten sowieso best met een adviseur. Hij/zij kan je een spiegel voorhouden, de cijfers aftoetsen aan de projectbeschrijving en zo samen met jou lacunes en eventuele tegenstrijdigheden detecteren en aanpassen.

Als je extra begeleiding wenst bij het invullen van het Startkompas en het onderzoek van de haalbaarheid van je idee, kan je als prestarter terecht bij Unizo of Starterslabo voor een haalbaarheidsadvies. Dankzij de Vlaamse overheid (VLAIO) krijg je een voordelig tarief. Meer informatie vind je op [www.vlaio.be/expertisedatabank](http://www.vlaio.be/expertisedatabank).



DEZE GEDRUKTE VERSIE IS EEN VEREENVOUDIGDE VERSIE VAN DE DIGITALE TOOL. DIE TOOL BEREKENT DE DOODPUNTOMZET AUTOMATISCH OP BASIS VAN DE INGEVULDE GEGEVENS. HET DIGITALE STARTKOMPAS VIND JE TERUG VIA [WWW.VLAIO.BE/STARTKOMPAS](http://WWW.VLAIO.BE/STARTKOMPAS).

# Het Startkompas - schema



# Het Startkompas - samenvatting

In dit schema kan je kort je project weergeven. Je kan dit ook gebruiken als samenvatting om een eerste gesprek met een adviseur voor te bereiden of om je eerste ideeën op papier te zetten die je verder in dit document kan uitwerken.

## 1. Projectvoorstelling

## 2. Omgevingsanalyse

## 3. Commercieel plan

## 4. Organisatieplan

## 5. Financieel luik

Investeringen:

Financiering:

Vaste kosten:

Marges:

## 6. Haalbaarheid

# 1. Projectvoorstelling

## 1.1. Persoonlijke gegevens

Naam + voornaam:

---

Straat + huisnummer:

---

Postcode + gemeente:

---

Telefoon:

---

GSM:

---

E-mail:

---

Digitaal profiel (LinkedIn, Facebook, ...):

---

Studies/opleiding:

---

---

Professionele ervaring:

---

---

Gezinssituatie:

---

Geboortedatum:

---

## 1.2. Administratieve gegevens van de onderneming

Naam van de zaak:

---

Straat + huisnummer:

---

Postcode + gemeente:

---

Telefoon:

---

Website:

---

Digitaal profiel (LinkedIn, Facebook, ...):

---

---

E-mail:

---

### 1.3. Basisidee

Beschrijf uitvoerig wat je van plan bent te gaan doen.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Omschrijf nauwkeurig je verschillende producten en diensten met hun belangrijkste kenmerken.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Waarom denk je dat je zal slagen (persoonlijke troeven, kennis, ervaring, ...)?

---

---

---

---

---

---

---

---

Waarom denk je dat je project zal slagen (vernieuwend concept, origineel concept, "het gat in de markt", ...)?

---

---

---

---

---

---

---

---

Hoe zie je je onderneming evolueren de komende 5 jaren? (uitbreiding activiteit, personeel, ...)?

---

---

---

---

---

---

---

---

Wat houdt je eventueel nog tegen om te starten (nodige opleiding, zwakke punten, financiële middelen, ...)?

---

---

---

---

---

---

---

---



JE ONDERNEMERSTALENTEN KAN JE ZELF ONDERZOEKEN.  
IN HET DIGITALE STARTKOMPAS VIND JE INTERESSANTE LINKS.



## 2. Omgevingsanalyse

### 2.1. Bespreking van de markt/sector

Geef de voornaamste kenmerken (grootte, structuur, conjunctuurgevoeligheid, seizoensgebondenheid, toegankelijkheid voor nieuwkomers...) van de markt/sector.

---

---

---

---

---

---

---

---

Welke evoluties en trends van de afgelopen jaren lijken zich de komende jaren meer en meer te manifesteren?

---

---

---

---

---

---

---

---

Hoe ga je inspelen op deze trends?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Hoe blijf je in de toekomst op de hoogte van alle trends en ontwikkelingen (federatie, vakliteratuur, beurzen, ...)?

---

---

---

---

---

## 2.2. Klanten

Bepaal en omschrijf zo nauwkeurig mogelijk aan wie je je producten of diensten zal aanbieden. Dit zijn je doelgroepen. Zijn je klanten particulieren, bedrijven of beiden? Vul in volgorde van belangheid in (1 = meest belangrijk).

Bespreek hun aankoopgedrag (behoeften, koopkracht, bestedingspatroon,...) Wat kan hun aankoopgedrag beïnvloeden? Bijvoorbeeld: interesse voor vormgeving, dienst na verkoop, gebruiksvriendelijkheid, snelheid van levering, ...

Doelgroep	
1	Doelgroep:
	Aankoopgedrag:
2	Doelgroep:
	Aankoopgedrag:
3	Doelgroep:
	Aankoopgedrag:
4	Doelgroep:
	Aankoopgedrag:

Van waar zullen je klanten komen (gemeente, provincie, land, ...)? Vul dit in volgorde van belangrijkheid in (1 = meest belangrijk).

Gebied	
1	
2	
3	
4	

Welke informatie heb je nodig over potentiële klanten?

.....

Hoe zal je deze informatie verzamelen?

.....

Waarvoor zal je deze info gebruiken?

.....

Hoe zal je de tevredenheid van je klanten meten?

.....

.....

.....

Hoe zal je een klacht behandelen?

.....

.....

.....

Hoe zal je je klantentrouw verhogen?

---

---

---

## 2.3. Concurrenten

Het is belangrijk je concurrenten goed te kennen. Je kan van hen heel wat leren en misschien zelfs met hen samenwerken. Directe concurrenten zijn bedrijven die gelijksoortige producten aanbieden. Indirecte concurrenten zijn ondernemers die andere producten verkopen die in dezelfde behoeften voorzien.

Wie zijn je concurrenten? Geef een korte beschrijving (uitstraling, aanbod/assortiment, prijszetting, ligging, ...) van elke concurrent, wat is zijn potentieel of welk aandeel in de markt heeft hij?

Concurrenten	
1	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
	Potentieel:
	Sterkte:
	Zwakte:
2	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
	Potentieel:
	Sterkte:
	Zwakte:

## Concurrenten

3	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
	Potentieel:
	Sterkte:
	Zwakte:
4	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
	Potentieel:
	Sterkte:
	Zwakte:
5	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
	Potentieel:
	Sterkte:
	Zwakte:

Waarom zou de klant jouw producten/diensten aankopen en niet die van je concurrenten? Welke elementen maken jouw zaak en/of producten voor de klant uniek?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Aan welke onderneming(en) spiegel je je en waarom?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 2.4. Leveranciers

Bij welke leveranciers zal je je producten of diensten aankopen? Geef een korte beschrijving (product/dienst, betalingstermijnen, service, imago, kwaliteit, prijs, kortingen, ligging, leveringsvoorwaarden, ...)?

Leveranciers	
<b>1</b>	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:

Leveranciers	
<b>2</b>	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
<b>3</b>	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:
<b>4</b>	Naam:
	Adres:
	Beschrijving:

## 2.5. Partners

Met welke partners zal je samenwerken? En wat ga je samen doen? Partners zijn ondernemers-, sector- of beroepsorganisaties, consumentengroepen, concurrenten, complementaire aanbieders, ...

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---

## 2.6. Trends

Welke evoluties in omgevingsfactoren kunnen een invloed hebben op je sector en dus op je onderneming? Omgevingsfactoren zijn politiek, overheid, wetgeving, reglementering, sociale factoren, economische factoren, technologische evolutie, ecologische factoren, bevolkingsevolutie, ...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



OP ZOEK NAAR BESTEDINGSCIJFERS?  
IN HET DIGITALE STARTKOMPAS VIND JE INTERESSANTE LINKS.



### 3. Commercieel plan

Wat zal je precies aanbieden, tegen welke prijs en op welke manier, opdat je je klanten optimaal kan bereiken?

#### 3.1. Product

Bepaal en omschrijf je producten en diensten. Vul in volgorde van belangrijkheid in (1 = meest belangrijk).

Product/dienst en omschrijving	
1	
2	
3	
4	
5	

Is het toegelaten om je product of dienst aan te bieden?

---

---

Met welke wetten en reglementen moet je rekening houden?

---

---

Zal je je product of dienst beschermen? Zo ja, op welke manier?

---

---

---

---

Met hoeveel voorraad zal je starten? Splits op naar productgroep.

---

---

---

---

---

Hoe zal je je voorraad beheren (opslag, minimumvoorwaarden, overstock, opvolging, automatisering, ...)?

---

---

---

---

---

---

Hoe zal je de kwaliteit van je producten/diensten garanderen (garantie, service, dienst na verkoop, ...)?

---

---

---

---

Hoe zal je de levering van je producten en diensten aan de klant organiseren (bestelling, transport, verkoopsvoorwaarden, verpakking, leveringsvoorwaarden, ...)?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3.2. Prijs

Welk prijsniveau zal je hanteren (goedkoop, middenklasse, duurder segment,...)? Hoe liggen je prijzen ten opzichte van je concurrenten?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Hoe zal je je prijzen berekenen? Je kan rekening houden met: aankooprijzen, kosten, marges, uren, advies leverancier, concurrenten, ...

---

---

---

---

Zal je een bepaald kortingssysteem of getrouwheidssysteem toepassen? Zo ja, welk?

---

---

---

---

---

Welke betalingsmogelijkheden (contant, Bancontact, kredietkaart, overschrijving, PayPal, ...) zal je voorzien?

---

---

---

---

---

Werk je met betalingsuitstel voor klanten? Zo ja, verklaar.

---

---

---

---

---

Zal je met facturen werken?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Hoe zal je optreden tegen wanbetalers?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3.3. Plaats

Aan welke criteria moet je vestigingsplaats voldoen op vlak van bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, passage, uitbreidingsmogelijkheden, toegankelijkheid voor rolstoelgebruikers, zichtbaarheid, sfeer en inrichting, uitstraling, ...?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Heb je al een vestigingsplaats gevonden die aan deze criteria voldoet? Zo ja, beschrijf.

---

---

---

---

---

Mag je de activiteit uitoefenen op deze plaats, rekening houdend met wetten en reglementen (milieuwetgeving, ruimtelijke ordening, ...)?

---

---

---

---

---

Hoe zal je je pand beveiligen (brand, diefstal, inbraak, ...)?

---

---

---

---

---

---

---

---

Zal je verkopen via het internet? Aan welke criteria moet de website voldoen? Criteria zijn: lay-out website, backoffice, betaalmodule, beeldmateriaal, bezoekersstatistieken, toegankelijkheid, veiligheid, ...

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

### 3.4. Promotie

Onder welke naam ga je je activiteit uitoefenen?

---

Mag je deze naam gebruiken (intellectueel eigendom)?

---

Is de domeinnaam nog beschikbaar?

---

Welk imago wil je uitstralen en hoe zal je dit bereiken?

---

---

---

---

---

Heb je al een huisstijl (logo, slogan, eenvormige lay-out en kleurgebruik, inrichting, stijl van omgang met klanten, ...)?

---

---

---

---

---

Ga je voor de ontwikkeling van je huisstijl beroep doen op externen? Welk budget voorzie je?

---

---

---

---

Hoe ga je je bekendmaken bij je klanten? Internet, eigen website, beurzen, mailings, flyers, advertenties, via partners, discussiefora, social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, ...)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Welke promotionele acties zal je ondernemen bij de start van de zaak en tijdens de volgende twee jaren? Welk budget voorzie je hiervoor?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



IS JE MERK(NAAM) BESCHERMD?  
IN HET DIGITALE STARTKOMPAS VIND JE INTERESSANTE LINKS.



## 4. Organisatieplan

### 4.1. Algemene organisatie

Geef een overzicht van alle taken die in de onderneming moeten worden opgenomen. Geef aan welke taak jij of je medewerker opneemt. Taken zijn bijvoorbeeld: bestellingen, leveringen, administratie, prospectie, onderhoud, verkoop, klachtenbehandeling, ...

Taak	Wie voert uit?	Wanneer

Heb je personeel nodig? Hoeveel personen? In welk regime zullen zij werken (voltijds, deeltijds). Doe je ook beroep op jobstudenten, flexi-jobbers, ...?

---

---

Wanneer plan je de aanwerving van je medewerkers?

---

Heb je een functiebeschrijving voor je medewerkers?

---

Voorzie je opleidingen voor jezelf en je personeel?

---

---

---

---

---

Hoe zal je je personeel verlonen, motiveren en evalueren?

---

---

---

Wat zijn je openingsuren? Wanneer is je sluitingsdag of werk je niet?

---

---

Is er vervanging als je ziek bent of vakantie neemt?

---

---

Geef een overzicht van alle taken die je uitbesteedt (accountant, sociaal secretariaat, vormgevers, webdesigner, communicatiebureaus, advocaten,...).

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 4.2. Juridische vorm

Kies je voor:  eenmanszaak  vennootschap (vennootschapsvorm: \_\_\_\_\_ )

Waarom?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 4.3. Administratieve formaliteiten

Ben je in orde met alle administratieve formaliteiten om te kunnen starten?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---



HEB JE EEN GOEDE JURIDISCHE VORM GEKOZEN VOOR JE BEDRIJFSACTIVITEIT?  
IN HET DIGITALE STARTKOMPAS VIND JE INTERESSANTE LINKS.

## 5. Financieel luik

Een belangrijk onderdeel van het Startkompas is het financieel luik. Hiermee onderzoek je immers de financiële haalbaarheid van je bedrijf. Eerst is het de bedoeling om een zicht te krijgen op de investeringen die je moet doen om je zaak op te starten. Dan weet je hoeveel middelen nodig zijn om je project te financieren. Dit kan met eigen middelen en vreemde middelen.

Op basis van de vaste en de variabele kosten kan je onderzoeken welke omzet je minimaal moet realiseren om uit de kosten te geraken (doodpuntomzet). Tot slot kan je de met de haalbaarheidstoets nagaan of deze doodpuntomzet haalbaar is.

Opgelet: dit is een haalbaarheidsstudie, geen boekhouding. Het gebruik van de digitale versie van het Startkompas (te vinden op [www.vlaio.be/startkompas](http://www.vlaio.be/startkompas)) kan je berekeningen vergemakkelijken. Je vindt in de digitale versie ook tal van interessante links.

Noteer zeker de contactgegevens van de experts die je geholpen hebben om dit financiële luik in te vullen.

### 5.1. Investerings

Hier vul je alle geplande investeringen in gedurende het eerste (startjaar) en tweede jaar van je activiteit. Let wel, het gaat hier om duurdere aankopen die meerdere jaren zullen meegaan. Vul alle bedragen exclusief btw in. De waarde van reeds aangekochte goederen vul je in bij de betreffende rubriek aan de huidige waarde.

	Jaar 1	Jaar 2
<b>Oprichtingskosten</b>		
<b>Immateriële vaste activa</b> (bv. octrooien)		
<b>Materiële vaste activa</b>		
Aankoop terreinen		
Aankoop gebouwen		
Inrichting gebouwen		
Machines en toestellen		
Meubilair		
Gereedschap en klein materiaal		

Hardware en software		
Rollend materiaal		
<b>Financiële vaste activa</b> (vb. huurwaarborg)		
<b>Vlottende activa</b>		
Voorraad grondstoffen		
Voorraad handelsgoederen		
Vorderingen op klanten		
Bank (inclusief opstartkosten)		
Kas		
Voor te financieren btw		X
<b>Totaal investeringen</b>		

HET DIGITALE STARTKOMPAS BEREKENT AUTOMATISCH DE AFSCHRIJVINGEN.

## 5.2. Financiering

Vul alle geplande financieringen in gedurende het eerste en tweede jaar van je activiteit. Het totaal van de financieringen moet minstens evenveel bedragen als de totale investeringen.

	Jaar 1	Jaar 2
<b>Eigen inbreng</b>		
Geld		
In natura (reeds aangekochte en betaalde investeringen)		
In nijverheid		
<b>Schulden op lange termijn (&gt;1jaar)</b>		
Lening 1:		
Lening 2:		
Lening 3:		
Lening 4:		

<b>Schulden op korte termijn (&lt; 1 jaar)</b>		
Kaskrediet		
Leverancierskrediet		
Overige		
<b>Totaal financiering</b>		

<b>Detail Leningen</b>	<b>Jaar 1</b>	<b>Jaar 2</b>
<b>Lening 1</b>		
Totaal bedrag		
Looptijd in jaren		
Intrestvoet		
Aflossingsritme (maandelijks, driemaandelijks, jaarlijks)		
Waarborg		
<b>Lening 2</b>		
Totaal bedrag		
Looptijd in jaren		
Intrestvoet		
Aflossingsritme (maandelijks, driemaandelijks, jaarlijks)		
Waarborg		
<b>Lening 3</b>		
Totaal bedrag		
Looptijd in jaren		
Intrestvoet		
Aflossingsritme (maandelijks, driemaandelijks, jaarlijks)		
Waarborg		
<b>Lening 4</b>		

Totaal bedrag		
Looptijd in jaren		
Intrestvoet		
Aflossingsritme (maandelijks, driemaandelijks, jaarlijks)		
Waarborg		



HET DIGITALE STARTKOMPAS BEREKENT TOTALEN AUTOMATISCH. IN HET DIGITALE STARTKOMPAS VIND JE INTERESSANTE LINKS VOOR DE BEREKENING VAN JE JAARLIJKSE AFLOSSING

### 5.3. Vaste kosten

Vul de geplande vaste kosten op jaarbasis in. Let op! Vaste kosten zijn maandelijks/jaarlijks wederkerende kosten. In deze tabel mogen geen investeringen noch variabele kosten. Investeringsplanning horen thuis in het investeringsplan. Bedragen zijn exclusief btw.

	Jaar 1	Jaar 2
<b>Huisvestingskosten</b>		
Huur		
Onroerende voorheffing		
Gas, water, elektriciteit, verwarming		
Verzekeringen (brand, diefstal, ...)		
Verfraaiing, onderhoud en herstellingen (vb. onderhoudsproducten)		
Brandveiligheid		
Overige		
<b>Administratieve kosten</b>		
Telefoon, gsm, internet, post		
Boekhouding		
Bureelbenodigdheden		
Extern advies (consultancy)		

Erelonen (advocaten, architect)		
Vennootschapsbijdrage		
Kosten neerlegging jaarrekening		
Provinciebelasting - gemeentebelasting		
Overige		
<b>Marketingkosten</b>		
Publiciteit en reclame (mailings, folders, advertenties, ...)		
Huisstijl (logo, visitekaartjes, briefpapier, ...)		
Sponsoring		
PR/representatiekosten		
Etalage/showroom		
Beurzen		
Website		
Stalen, relatiegeschenken, reclameartikelen		
Verpakking		
Overige		
<b>Exploitatie- en productiekosten</b>		
Onderhoud en herstelling van machines en materiaal		
Huur machines/materieel		
Specifieke vergunningen (FAVV, registratie aannemer, erkenningen, ...)		
Aankoop en reiniging beroepskledij		
Bedrijfsafval (afvalzakken en belasting)		
Gereedschap en klein materiaal		
Verzekeringen (burgerlijke aansprakelijkheid, lichamelijke ongevallen)		
Abonnementen en lidgelden		
Unisono, muziekgebruik in bedrijven, verenigingen en openbare diensten		



Billijke vergoeding		
Overige		
<b>Personeelskosten</b>		
Ondernemersloon (incl. personenbelasting)		
Sociale bijdragen zelfstandige		
Verzekeringen ondernemer		
Totale loonkost personeel		
Verzekeringen personeel (arbeidsongevallen, hospitalisatieverzekering)		
Geneeskundige dienst		
Sociaal secretariaat		
Vorming en opleiding		
Overige		
<b>Verplaatsingskosten</b>		
Verzekering en taksen		
Brandstof		
Onderhoud en herstellingen		
Verkeersbelasting		
Parking - openbaar vervoer - taxi		
Overige		
<b>Financiële kosten</b>		
Bankkosten (beheer rekeningen, kaarten, ...)		
Intresten		
Intresten kaskrediet		
Leasingkosten		
Betaalsystemen (bancontact, ...)		
Overige		

<b>Totaal</b>		
Kapitaalflossingen		
Afschrijvingen		
<b>Totaal vaste kosten bedrijfseconomische benadering</b> (totaal + afschrijvingen)		
<b>Totaal vaste kosten kasstroombenadering</b> (totaal + kapitaalflossingen)		

HET DIGITALE STARTKOMPAS BEREKENT TOTALEN EN ENKELE ANDERE POSTEN AUTOMATISCH.

## 5.4. Marges

Geef een overzicht van de verschillende assortimentsgroepen (producten of diensten) en vul per assortimentsgroep de gevraagde getallen in. Op basis hiervan kunnen de gewogen brutowinstmarge en de doodpuntomzet berekend worden.

Omschrijving product of dienst	Aankoop- of kostprijs excl. btw (Ap)	Verkoop-prijs excl. btw (Vp)	Bruto-winstmarge % (Vp-Ap)/Vp	Aandeel in de omzet
<b>Totaal producten en diensten (samen 100%)</b>				<b>100%</b>
<b>Gewogen brutowinstmarge van alle producten en diensten</b>				<b>%</b>



KIJK ZEKER NAAR HET DIGITALE STARTKOMPAS: DE BRUTOWINST WORDT ER AUTOMATISCH BEREKEND.

## 5.5. Doodpuntomzet

De doodpuntomzet wordt in het digitale startkompas voor je berekend. De breakeven- of doodpuntomzet is de omzet noodzakelijk om alle kosten te dekken. Er wordt dan noch winst noch verlies gemaakt. Dit bereken je door middel van volgende formule:

**Doodpuntomzet = vaste kosten/gewogen brutowinstmarge**

	jaar 1 (excl. btw)	jaar 2 (excl. btw)
Doodpuntomzet bedrijfseconomische benadering		
Doodpuntomzet kasstroombenadering		

## 5.6. Haalbaarheidstoets

### 5.6.1. Interne haalbaarheid

Voor de berekening van de interne haalbaarheid nemen we de hoogste doodpuntomzet (bedrijfseconomische of kasstroomberekening). Vertaal de omzet per dag naar het aantal klanten en/of het aantal werkuren.

---

---

---

---

---

---

---

---

Is de doodpuntomzet haalbaar rekening houdend met infrastructuur, mankracht, productiecapaciteit, werkuren, ...?

ja  neen

Indien neen, herbekijk je project.

## 5.6.2. Externe haalbaarheid

Het bepalen van je marktpotentieel is een complexe oefening waarbij je rekening moet houden met veel factoren. Je kan een raming van je marktpotentieel maken op basis van: gezinsbestedingen, aantrekkingszone, distributiekanaal, welvaart, marktaandeel concurrenten, sectorstudies, leveranciersinfo, omzet concurrenten,... Toets vervolgens je marktpotentieel aan je doodpuntomzet.

Je kan hiervoor ook een beroep doen op een deskundige externe adviseur.

Is je doodpuntomzet realiseerbaar rekening houdend met het marktpotentieel? Kan je de doodpuntomzet bereiken rekening houdend met het marktpotentieel en de marktspelers? Indien neen, herbekijk je project.

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

## 5.6.3. Omzetprognose

Hoeveel omzet verwacht je te behalen in het 1ste en 2de jaar?

Verwachte omzet jaar 1:	
Verwachte omzet jaar 2:	

Detailleer de samenstelling van deze omzet per gamma van producten of diensten. (vb. aantal klanten/producten/m<sup>2</sup> per dag, per type van klanten/producten/m<sup>2</sup> x aantal openingdagen/werkdagen)

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

.....  
.....  
.....  
.....

Is je omzetprognose hoger dan je doerpuntomzet?

ja           neen

Indien neen, in welk jaar verwacht je je doerpuntopzet te behalen?

.....  
.....

Proficiat, je hebt je plan uitgeschreven. Is het haalbaar? Moet je je project herbekijken? Is het project definitief niet haalbaar? Bespreek de resultaten met je adviseur.

Een haalbaar project werk je verder uit tot een ondernemingsplan. Het ondernemingsplan is de basis voor contact met investeerders en de bank. Een goed businessplan en een financieel plan zijn noodzakelijk voor de toekenning van een krediet. Onze brochure "Gids voor het opstellen van een ondernemingsplan" is een handig instrument om na de haalbaarheidsstudie tot een ondernemingsplan te komen.

De subsidiedatabank ([vlaio.be/subsidi databank](http://vlaio.be/subsidi databank)) is een handige tool om te bekijken hoe je je project kan financieren. De belangrijkste steunmaatregelen van de provinciale, Vlaamse, federale en Europese overheden vind je hierin terug.

## Notities

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

© 2022, Agentschap Innoveren & Ondernemen, Koning Albert II-laan, 35, bus 12, 1030 Brussel. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvuldigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën of enig andere manier, zonder de schriftelijke toestemming van het Agentschap Innoveren & Ondernemen.

“Startkompas. Onderzoek en bereken de haalbaarheid van je zaak” is een uitgave van:  
Agentschap Innoveren & Ondernemen,  
Koning Albert II-laan, 35, bus 12,  
1030 Brussel.  
info@vlaio.be  
www.vlaio.be

D/2022/3241/217  
Versie juli 2022



Agentschap Innoveren & Ondernemen  
Koning Albert II-laan 35 bus 12  
1030 Brussel  
[info@vlaio.be](mailto:info@vlaio.be)  
Bel gratis 0800 20 555