



Investeren in kansrijke groene initiatieven rondom de Waddenzee

Eindrapportage
ordernr. 1400010665

projectnummer 0458176.100
definitief
15 december 2020

Investeren in kansrijke groene initiatieven rondom de Waddenzee

Eindrapportage

ordernr. 1400010665

projectnummer 0458176.100

definitief
15 december 2020

Auteurs

Jordi Grolleman
Ilona Duursma


Opdrachtgever

Ministerie van LNV
Bezuidenhoutseweg 73
2594 AC 's-Gravenhage

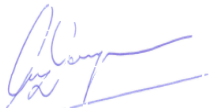
datum vrijgave
15-12-2020

beschrijving revisie
definitief

goedkeuring
T. Vleeschouwer



vrijgave
A. Van Dongen



Inhoudsopgave

Blz.

| | | |
|----------|---|----------|
| 1 | Inleiding | 1 |
| 2 | Doel | 2 |
| 3 | ‘Naar een rijke Waddenzee: Adopteer een pilot’ | 3 |
| 4 | Procesbeschrijving | 4 |
| 5 | Bevindingen | 5 |
| 6 | Advies | 5 |

Bijlage 1 Handreiking opstellen bedrijfsplan en business case

1 Inleiding

In 2019 en 2020 heeft het Programma naar een Rijke Waddenzee (hierna: PRW), binnen het thema 'Randen van het Wad' onderzoek verricht naar kansrijke, groene initiatieven die ontplooit kunnen worden rondom het Wad. Daarbij gaat het met name om teelt van zoutadaptieve gewassen. Deze initiatieven dragen bij aan de missie van het Programma Rijke Waddenzee: een duurzame Waddenzee van Werelderfgoedklasse. Daar hoort een duurzaam economisch gebruik van het waddengebied bij. In het kader van het financieringsvraagstuk van deze initiatieven heeft Antea Group opdracht gekregen ondersteuning te bieden in het leggen van de verbinding met potentiële financiers en het begeleiden van dit proces. Voorliggende eindrapportage geeft inzicht in het doel, verloop van de opdracht, de resultaten en vervolgstappen.

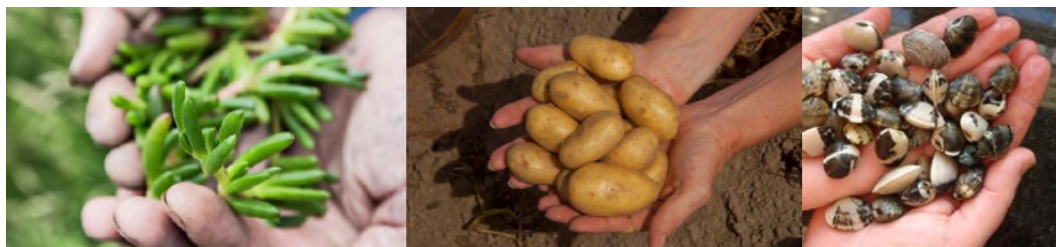


2 Doel

Door de klimaatverandering dreigt een toenemende verzilting van de landbouwgronden in het noordelijk kustgebied. Daarnaast is sprake van een afnemende beschikbaarheid van zoet water in de zomerperiode. Deze verziltingsproblematiek en beperking van de zoetwatervoorraden maakt het noodzakelijk in te zetten op een strategie van 'zoutadaptatie'. Dit leidt enerzijds tot een betere benutting van het beschikbare zoetwater en het terugdringen van de verzilting en anderzijds tot de ontwikkeling van landbouwproducten die beter bestand zijn tegen water met een hoger zoutgehalte. Dit biedt de gangbare landbouw kansen om langer te overleven, maar tegelijkertijd ook de kans om initiatieven te ontplooien waarmee optimaal kan worden ingespeeld op de toenemende verzilting in de grond rondom het Wad.

In het kader van het thema 'Randen van het Wad' heeft het Programma naar een rijke Waddenzee het project 'Investeren in kansrijke, groene initiatieven rondom de Waddenzee' gestart. Dit met als doel om initiatiefnemers uit te dagen en initiatieven aan te jagen waarmee ingespeeld wordt op de verziltingsproblematiek, maar vooral ook de kansen die de verzilting met zich meebrengen.

PRW heeft ten behoeve hiervan Acacia Water opdracht gegeven om een analyse uit te voeren naar bestaande en in ontwikkeling zijnde initiatieven die meebewegen met verzilting. Het gaat om initiatieven rond zilte teelten, zout tolerante teelten en zilte aquaculturen. Met de resultaten van dit onderzoek is inzicht verkregen in de haalbaarheid voor pilots op korte, midden en lange termijn. Ten tijde van het onderzoek van Acacia Water is opdracht gegeven aan Antea Group om ondersteuning te bieden bij het verbinden van groene investeerders met de initiatiefnemers van kansrijke pilots met als doel het zoeken naar een 'match' tussen initiatiefnemer en investeerder voor een verdere verkenning, ontwikkeling en uiteindelijk ook financiering van het initiatief.



3 ‘Naar een rijke Waddenzee: Adopteer een pilot’

De initiatieven zijn gericht op specifieke teelten waarmee ingespeeld kan worden op de toenemende verzilting in het noordelijk kustgebied, zoals bijvoorbeeld zouttolerante teelten, zilte teelten en zilte aquaculturen. Deze initiatieven vragen om een groene investeerders die naast rendement ook een andere doelstelling nastreven: het bijdragen aan duurzame, groene ontwikkelingen. Antea Group is gevraagd om passende investeerders te benaderen, te enthousiasmeren, bijeen te brengen en het proces te begeleiden om te komen tot ‘adoptie’ van een initiatief. Onderstaand stappenplan is hiertoe met PRW afgestemd.

Stap 0: Startoverleg

Tijdens het startoverleg wordt alle relevantie informatie besproken en worden verwachtingen afgestemd en afspraken gemaakt over het beoogde tijdsplan en de hiervoor benodigde overleggen.

Stap 1: Longlist

Een longlist van partijen wordt opgesteld die mogelijk geschikt en geïnteresseerd zijn in de initiatieven. Daarbij worden zowel direct investerende partijen geïdentificeerd als tussenpersonen zoals banken en investeringsfondsen. Deze partijen worden benaderd en de kansrijke initiatieven/pilots worden voorgelegd.

Stap 2: Interviews/gesprekken

De partijen die op de longlist staan en die interesse tonen in één van de initiatieven, worden uitgenodigd voor een gesprek. In dat gesprek wordt nader getoetst of deze partij geschikt is om het vervolgotraject mee in te gaan. De partij moet de doelstelling begrijpen en onderschrijven.

Stap 3: Shortlist

Op basis van de gesprekken wordt in overleg een shortlist samengesteld. Die shortlist bevat partijen die interesse hebben getoond en waarvan is vastgesteld dat deze het gewenste profiel hebben. De partijen op de shortlist wordt uitgenodigd voor de bijeenkomst ‘Naar een Rijke Waddenzee: Adopteer een pilot’.

Stap 4: Naar een Rijke Waddenzee: Adopteer een pilot’

De partijen op de shortlist worden uitgenodigd voor het event ‘Naar een rijke Waddenzee: Adopteer een pilot’. Tijdens dit event vindt een ontmoeting plaats tussen de initiatiefnemers en (mogelijke) investeerders met groene ambities op een nader te bepalen inspirerende locatie. Het event inspireert zowel de initiatiefnemers als potentiële financiers. Onderdeel van het evenement is de ‘Pilot Library’, waarbij investeerders kiezen welke verhalen van potentiële pilots (initiatiefnemers) zij willen horen, alsof ze een boek uit de kast nemen. Het is een informele, actieve vorm om elkaar te leren kennen. Aan het einde van het event geven investeerders via een digitale tool aan welke initiatieven zij eventueel willen adopteren. Op een groot scherm wordt zichtbaar welke initiatieven (voorlopig) geadopteerd zijn. De achterliggende investeerders zijn daarbij nog niet zichtbaar. Na het evenement worden de initiatiefnemers gekoppeld aan de geïnteresseerde investeerder(s) en wordt het proces begeleid waarin de voorwaarden van investeerders, en de wensen en belangen van de initiatiefnemers bij elkaar worden gebracht.

Stap 5: Conclusie en eindrapportage

De resultaten van het proces en de bijeenkomst worden vervat in een eindrapportage.

4 Procesbeschrijving

Begin november 2019 heeft het startoverleg plaatsgevonden zoals beschreven onder 'stap 0' in het stappenplan in hoofdstuk 3. Tijdens dit overleg is uitgebreid stilgestaan bij de doelstellingen van het Programma naar een rijke Waddenzee in het kader van het thema 'Randen van het wad'. Besproken is dat het wenselijk is om uiterlijk voor het einde van het jaar de bijeenkomst te laten plaatsvinden waarbij potentiële investeerders een initiatief kunnen 'adopteren'. Er is een doorkijk gemaakt naar het proces en de rollen van de verschillende betrokken partijen in het proces. Acacia Water was ten tijde van het startoverleg reeds gestart met de inventarisatie van de kansrijke initiatieven voor de korte, middellange en lange termijn, met als doel om een aantal pilots/initiatieven vast te kunnen stellen en voor te kunnen leggen aan de potentiële (groene) investeerders.

Ten tijde van het opstellen van de longlist en het leggen van de eerste contacten met potentiële investeerders, zijn door Acacia Water de eerste bevindingen gepresenteerd. Hierbij is inzicht verschaft in de verkregen en aanwezige informatie op het gebied van zilte teelten, zoutadaptieve teelten en zilte aquaculturen. Tevens is beschouwd in welk stadium initiatieven zich moeten bevinden, welke schaal initiatieven minimaal moeten hebben en welke informatie op het niveau van een bedrijfsplan met businesscase aanwezig moet zijn om potentiële investeerders te benaderen om een initiatief te 'adopteren'.

Op basis van hiervan is geconcludeerd dat er in de afgelopen jaren diverse initiatieven zijn geweest of nog gaande zijn, maar dat dit over het algemeen wetenschappelijk praktijkonderzoek of lokale initiatieven van een individuele ondernemer betrof. Weinig informatie hierover is vastgelegd en veelal betreft het pionierende activiteiten zonder concreet bedrijfsplan. Daarnaast blijkt veel kennis niet beschikbaar voor derden of zit het in de hoofden van de ondernemers. Informatie bij het geen doorgang vinden van een initiatief valt vrijwel niet te achterhalen. Geconcludeerd wordt dat pilotprojecten welke voorgelegd kunnen worden aan potentiële investeerders op dit moment nog niet voorhanden zijn.

Februari 2020 heeft Acacia Water de eindrapportage naar aanleiding van de inventarisatie opgeleverd.¹ In dit rapport is inzichtelijk gemaakt welke initiatieven kansrijk zijn op basis van een analyse van geschikte teelten of aquaculturen, fysische omstandigheden, belemmeringen met betrekking tot wet- en regelgeving en de mate waarin er uitzicht is op een goede markt en gezond verdienmodel. Concluderend is gesteld dat er veel mogelijkheden zijn met verschillende teelten, maar dat het maken van een verdiepingsslag met potentiële ondernemers noodzakelijk is om te komen tot één of meerdere pilotprojecten.

Gezien de inventarisatie van Acacia Water en de mogelijkheden met verschillende teelten, is onderzocht in hoeverre het 'adoptietraject' zou kunnen worden ingezet bij het project 'Dubbele Dijken' in Groningen. Dit is een pilotproject wat nog in uitvoering is, maar veel kansen biedt om door innovatief kustbeheer het tussengebied innovatief te gebruiken voor bijvoorbeeld zilte teelten, zoutadaptieve teelten of aquaculturen. Op basis van de voor dit gebied lopende initiatieven is vastgesteld dat deze nog niet het stadium hebben bereikt op basis waarvan een bedrijfsplan en businesscase kan worden voorgelegd aan potentiële investeerders.

¹ "Zilte kansen Waddenregio, Kansrijke initiatieven zouttolerante teelten, zilte teelten en zilte aquacultuur", Acacia Water, 24 februari 2020

5 Bevindingen

Zoals beschreven in hoofdstuk 4 heeft het onderzoek van Acacia Water meer inzicht gegeven in de kansrijkheid van initiatieven op het gebied van zouttolerante teelten, zilte teelten en zilte aquaculturen. Ten tijde van de uitvoering van de werkzaamheden zijn geen pilots/ initiatieven naar voren gekomen welke zouden kunnen worden voorgelegd aan potentiële investeerders. Gezien de verziltingsproblematiek en hiermee de noodzaak om tot initiatieven te komen waarmee optimaal kan worden ingespeeld op de toenemende verzilting in de gronden rondom het Wad, kan wel worden gesteld dat de verwachting is dat kansrijke pilots op dit gebied in de nabije toekomst wel aan de orde zullen zijn. Een verdiepingsslag met initiatiefnemers en betrokken partijen is benodigd om te komen tot één of meerdere pilotprojecten om eventueel in een later stadium te komen tot de bijeenkomst 'Naar een Rijke Waddenzee: Adopteer een pilot'. In hoofdstuk 6 wordt aanvullende informatie en advies gegeven voor initiatiefnemers en betrokken partijen om de kans van slagen te vergroten.

6 Advies

Om met initiatieven/ pilots een vervolgstap te kunnen zetten naar investeerders, is het van belang dat door de initiatiefnemer(s) inzicht wordt verkregen in de wijze waarop investeerders een investeringskans beoordelen. Tevens is van belang dat initiatiefnemers potentiële investeerders goed kunnen informeren én ook enthousiasmeren over het initiatief. Ter informatie en ondersteuning van initiatiefnemers wordt hieronder een beknopte beschrijving gegeven van investeerders en hun afwegingskader. Tevens wordt stil gestaan bij het belang van een gedegen bedrijfsplan met bijbehorende businesscase waarvoor een handreiking als bijlage bij dit rapport is gevoegd.

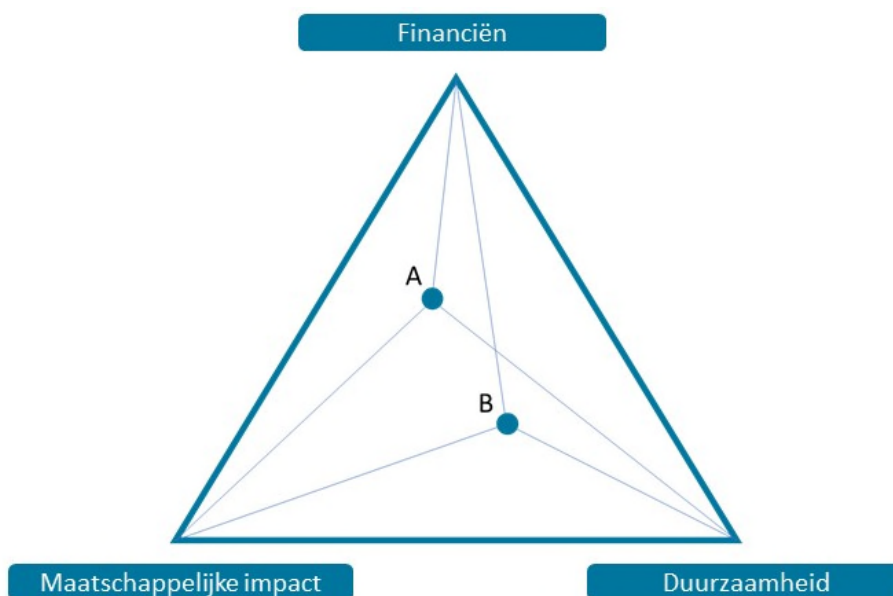
Investeerders en hun afwegingskader

Investeerders zijn bedrijven of vermogende particulieren die onder voorwaarden bereid zijn kapitaal beschikbaar te stellen. Deze investeerders kunnen succesvolle ondernemers zijn die graag met het opgebouwde kapitaal andere bijvoorbeeld jonge, startende of snelgroeiende ondernemers willen helpen. Of beursgenoteerde bedrijven die met hun vermogen participeren in andere niet beursgenoteerde bedrijven. In hoeverre een investeerder bereid is kapitaal beschikbaar te stellen hangt af van diverse factoren. Kennis van een specifieke branche, het type ondernemer/ onderneming, de overtuigingskracht of pitch waarmee de ondernemer zijn/haar initiatief weet over te brengen, het maatschappelijk belang, zijn onder andere elementen die voor een investeerder meespelen in het afwegingskader. Uiteraard spelen de financiën (benodigd vermogen en rendement) en de toekomst (risicoperspectief) hierin ook een rol, maar de afweging die investeerders maken in al deze elementen is zeer divers waardoor op voorhand geen minimale randvoorwaarden kunnen worden bepaald.

Traditionele 'old school' investeerders zijn voornamelijk geïnteresseerd in investeringen welke voor hen geld opleveren. Voor hen is met name de business case uit het bedrijfsplan interessant. Wanneer en hoe winstgevend wordt het op te zetten bedrijf? Steeds meer investeerders kijken niet alleen naar het rendement en het risico in relatie tot de hoogte van de investering, maar ook naar de toegevoegde waarde van het op te zetten bedrijf op andere vlakken. Voor bepaalde investeerders kunnen dit ook elementen als maatschappelijke impact en duurzaamheid die van 'waarde' zijn in het maken van een investeringsafweging.

Elke investeerder afzonderlijk zal een eigen afweging maken tussen alle componenten en op basis hiervan onder andere bepalen tot welk bedrag hij/zij bereid is (start)kapitaal te verschaffen/ te investeren, welke rendement behaalt dient te worden, welke termijnen van toepassing zijn, en welk eigendomsbelang hij/zij eventueel in ruil voor de financiële middelen wil verkrijgen.

In onderstaande figuur 2 is een afwegingskader tussen drie waarde toevoegende componenten weergegeven. Dit afwegingskader is een versimpelde voorbeeldweergave op basis van drie componenten, te weten financiën, maatschappelijke impact en duurzaamheid. In dit voorbeeld wenst Investeerder A, die meer gericht is op financiële waarde, dat het op te zetten bedrijf binnen twee jaar winstgevend is. Investeerder B, die meer gericht is op duurzaamheid, wenst een winstgevendheid binnen vijf jaar, maar stelt daar wel een wens tegenover die meer waarde toevoegt op het gebied van duurzaamheid.



Figuur 1: Afwegingskader investeerders (bron: Antea Group)

Als ondernemer is het dus van belang om bij het opstellen van het bedrijfsplan de visie, ambities en toegevoegde waarde van het bedrijf zo goed mogelijk te beschrijven. Het bedrijfsplan draagt dan zowel bij aan het formuleren en zoeken van het gewenste type investeerder, als aan het overtuigen van de potentiële investeerder(s). Bij een gedegen bedrijfsplan kan de investeerder een goede afweging maken over de voor hem/ haar belangrijkste componenten.

Bij het zoeken naar een investeerder voor een initiatief op het gebied van zilte teelten, zoutadaptieve teelten, en aquaculturen zal een investeerder met kennis van natuur, landbouw, klimaat en/of duurzaamheid het bedrijfsplan en de businesscase beter kunnen beoordelen en op waarde schatten. Het Nationaal Groenfonds, Triodos Groenfonds en het ASN Groenprojectenfonds zijn voorbeelden van een aantal grote beleggende/ investerende partijen waar de focus ligt op één of meerdere van deze aspecten. Ook zijn er diverse banken met een groenfonds. Afhankelijk van het initiatief zal gekeken moeten worden welk type investeerder het meest passend is. Veelal worden op de website van dergelijke partijen de kernwaarden beschreven en voorbeelden gegeven van projecten waarbij ze betrokken zijn.

Bedrijfsplan en businesscase

Gezien het belang van een gedegen bedrijfsplan en bijbehorende business case om de kans van slagen te vergroten, is vastgesteld dat het voor de verdiepingsslag wenselijk is om initiatiefnemers/potentiële ondernemers een handreiking te bieden. Deze handreiking vormt een leidraad bij het uitwerken van het initiatief tot een bedrijfsplan en business case. Hiermee wordt inzicht verkregen in belangrijke elementen bij de uitwerking van het initiatief. Tevens wordt hiermee het inzicht vergroot in de kansen en risico's van het initiatief op basis waarvan de juiste afwegingen kunnen worden gemaakt. Een handreiking voor het opstellen van een bedrijfsplan en business case is als bijlage bij dit rapport gevoegd.

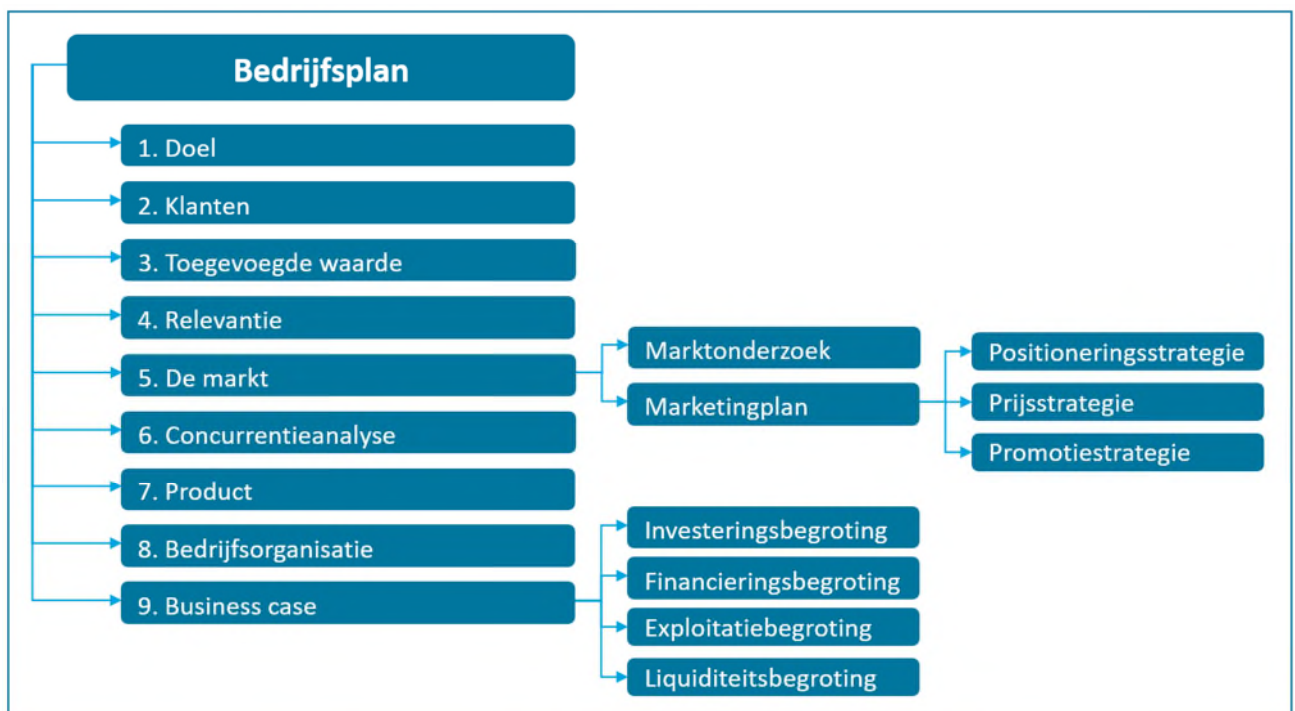
Bijlage 1

Handreiking opstellen bedrijfsplan en business case

Handreiking opstellen bedrijfsplan en business case

Bedrijfsplan

Een business case voor het produceren van een product moet gezien worden binnen het grotere geheel van een bedrijfsplan. In een bedrijfsplan vertelt u wat u gaat doen en hoe u dit gaat doen. Dit is de onderbouwing waarom het bedrijf een succes gaat worden. Potentiële investeerders zijn niet alleen geïnteresseerd in de business case (het financiële plan), maar ook naar de concurrenten en de toegevoegde waarde van het op te zetten bedrijf. Een overzicht van de onderdelen van een bedrijfsplan is weergegeven in figuur 1. Hieronder zullen de onderdelen van een bedrijfsplan kort worden toegelicht, waarna er dieper zal worden ingegaan op de business case van het bedrijfsplan. Het is daarnaast raadzaam om ook een samenvatting van het bedrijfsplan op te stellen.



Figuur 2: Onderdelen bedrijfsplan (bron: Antea Group)

1. Doel

Dit is de plek om de aandacht van de lezer te grijpen. Omschrijf hier het doel van het bedrijf/ het initiatief. Wees hierin kort maar krachtig, de uitleg van het hoe en waarom komt in latere onderdelen van het bedrijfsplan aan bod.

2. Klanten

In dit onderdeel beschrijft u de huidige situatie van uw toekomstige klanten en/of opdrachtgevers. Waar halen deze klanten hedendaags hun product en tegen welke problemen lopen zij aan? Indien u een geheel nieuw product op de markt brengt, beschrijf dan waar uw verwachte klanten zich bevinden en welk(e) product(en) uw product vervangt van de producten welke uw verwachte

klanten hedendaags aanschaffen. Probeer hierbij beweringen zo veel mogelijk met de juiste feiten, bijvoorbeeld van het CBS.

3. Toegevoegde waarde

Dit onderdeel borduurt voort op het voorgaande onderdeel 'klanten'. Hierin beschrijft u wat uw product toevoegt voor de klant of wat uw product of bedrijf uniek maakt. Uw product is bijvoorbeeld goedkoper, duurzamer of anders van smaak dan de huidige producten op de markt. Dit onderdeel is met name van belang wanneer u een onderneming gaat starten welke niet (direct) winstgevend is. In dat geval bevindt de toegevoegde waarde van uw product zich op een ander vlak, bijvoorbeeld duurzaamheid of social return. In dat geval moet deze toegevoegde waarde duidelijk omschreven worden om investeerders te trekken.

4. Relevantie

Dit onderdeel is gericht op het overtuigen van de lezer dat dit een goed moment is om het bedrijf op te richten. Plaats hierbij uw op te richten bedrijf en het product dat u wilt aanbieden binnen bredere (branche) ontwikkelingen en/of de regio waar u uw product wilt aanbieden. Welke ontwikkelingen maken uw onderneming juist nu relevant? Het aanbieden van producten voortkomend uit zilte teelten past bijvoorbeeld binnen de ontwikkeling van klimaatverandering en duurzaamheid. Onderbouw hierbij zo veel mogelijk met feiten.

5. De markt

Marktonderzoek

In een marktonderzoek onderzoekt en bedrijft u de markt waarin uw product zich gaat bevinden. Beschrijf hierbij de supply chain (productieketen) van uw product en dat van concurrenten. Een goede methode om te analyseren hoe uw toekomstige onderneming in de markt ligt is de SWOT analyse. Hierin omschrijft u de strengths (sterktes), weaknesses (zwaktes), opportunities (kansen) en threats (bedreigingen) van uw onderneming. Ook is dit de plek om aan te tonen dat u op de hoogte bent van de laatste ontwikkelingen binnen uw sector.

Marketingplan

De analyse van de toekomstige klanten, toegevoegde waarde, relevantie en het marktonderzoek bundelt u in een marketingplan om potentiële klanten aan u te binden. Houdt hierbij de vier P's van de marketingmix (Product, Prijs, Promotie en Plaats) in het achterhoofd. In het marketingplan behandelt u de positioneringsstrategie, de prijsstrategie en de promotiestrategie.

Positioneringsstrategie

Op basis van uw omschrijving van de toegevoegde waarde van uw product of onderneming en het marktonderzoek stelt u een positioneringsstrategie op. Hierin beschrijft u hoe u uw unieke product gaat presenteren aan de markt en aan uw toekomstige klanten. Een positioneringsstrategie helpt bij het vaststellen van de identiteit van uw product of onderneming door de ogen van de koper.

Prijsstrategie

Het bepalen van de juiste prijs is wellicht één van de belangrijkste afwegingen. Hiervoor zijn geen universele formules. In dit hoofdstuk beschrijft u de door u beoogde verkoopprijs en uw redenering hoe u tot deze prijs komt.

Promotiestrategie

In de promotiestrategie maakt u duidelijk hoe u communiceert met uw klantengroep en hoe u uw product op de markt zet. Belangrijke zaken om hierin mee te nemen zijn: reclame, verpakkingen, public relations, persoonlijke verkoop en verkooppromoties.

6. Concurrentieanalyse

Hier beschrijft u de gevestigde bedrijven binnen uw sector. Beschrijf ook wat uw bedrijf anders (en beter) zal gaan doen dan uw concurrenten.

7. Product

Dit onderdeel richt zich op het product dat u gaat ontwikkelen. Waar haalt u grondstoffen vandaag? Hoe wordt het product gemaakt en hoe lang duurt dit? Beschrijf stap voor stap hoe het productieproces straks in elkaar steekt.

8. Bedrijfsorganisatie

Beschrijf hier hoe u uw bedrijfsorganisatie vorm gaat geven. Richt u een eenmanszaak op, een onderneming met anderen of een BV/NV? Beschrijf ook wie waarvoor verantwoordelijk is. In dit hoofdstuk vermeldt u ook de persoonsgegevens (cv's) van de sleutelfiguren binnen de organisatie. Omschrijf hoe u uw ondernemingskwaliteiten en dat van de sleutelfiguren in gaat zetten om van de onderneming een succes te maken. Wees hierbij kritisch, ook naar eventuele ontwikkelpunten.

9. Business case

In de business case beschrijft u de financiële aspecten.

Business case

De business case stelt u vast door middel van vier begrotingen: investeringsbegroting, financieringsbegroting, exploitatiebegroting en liquiditeitsbegroting.

Investeringsbegroting

Zoals de naam als zegt is de investeringsbegroting de begroting van de investeringen welke benodigd zijn om het bedrijf op te starten. De investeringsbegroting is het bedrag dat minimaal benodigd is om van start te kunnen gaan. Veel voorkomende kosten zijn kosten van de KvK, de notaris, aankoop van gronden, bedrijfspand, boekhouder of accountant, telefoon, verzekeringen, marketing en communicatie. Voorvoorkomend wordt de investeringsbegroting onderverdeeld in vaste en vlottende activa. Vaste activa zijn de bedrijfsmiddelen die langer dan een jaar deel uitmaken van een bedrijf (bijvoorbeeld computers en de inventaris). Vlottende activa zijn de bedrijfsmiddelen die korter dan een jaar in een bedrijf aanwezig zijn (bijvoorbeeld de voorraden).

Tabel 1: Voorbeeld investeringsbegroting (bron: Antea Group)

| Investeringsbegroting | | | |
|-----------------------|-----|------------------|-----|
| Vaste activa | | Vlottende activa | |
| Bedrijfspand | €,- | Voorraden | €,- |
| Inschrijving KvK | €,- | | |
| Telefoon | €,- | | |
| | | | |
| Totaal | €,- | Totaal | €,- |

Financieringsbegroting

In de financieringsbegroting ligt u toe hoe de benodigde investeringen uit de investeringsbegroting gefinancierd worden. Financiering kan met eigen vermogen (eigen geld) of vreemd vermogen (investeringsgeld van banken of andere investeerders).

Tabel 2: Voorbeeld financieringsbegroting (bron: Antea Group)

| Financieringsbegroting | |
|------------------------|----------|
| Instantie | Vermogen |
| Eigen vermogen | €,- |
| Investeerder 1 | €,- |
| Investeerder 2 | €,- |
| Investeerder 3 | €,- |
| | |
| Totaal | €,- |

Exploitatiebegroting

Om te berekenen of er straks winst of verlies wordt gemaakt is het noodzakelijk om een exploitatiebegroting op te stellen. In een exploitatiebegroting staan de verwachte omzet en de verwachte kosten overzichtelijk onder elkaar. Door middel van een exploitatiebegroting is het mogelijk om het break-even point te berekenen, de benodigde omzet om alle lopende kosten te kunnen betalen.

In een exploitatiebegroting berekent u eerst de brutowinst. Dit is de verwacht omzet verminderd met de inkoopkosten. Vervolgens trekt u daar alle zakelijke kosten, bijvoorbeeld verzekerings- en personeelskosten, vanaf. Vervolgens vermindert u dit bedrag nog met eventuele te betalen belastingen.

Tabel 3: Voorbeeld exploitatiebegroting (bron: Antea Group)

| Exploitatiebegroting | | | | | |
|----------------------|------|--|---------------|------|--|
| Omzet | | | Kosten | | |
| Omzet 1 | € ,- | | Kosten 1 | € ,- | |
| Omzet 2 | € ,- | | Kosten 2 | € ,- | |
| | | | Kosten 3 | € ,- | |
| Totaal omzet | € ,- | | Totaal kosten | € ,- | |

Liquiditeitsbegroting

De liquiditeitsbegroting is het overzicht van hoeveel geld er maandelijks binnen komt en uit gaat. Het opstellen van een liquiditeitsbegroting begint met het bepalen van het beginsaldo (op de eerste dag van het jaar). Vervolgens zet u, maandelijks, alle verwachte inkomsten en uitgaven op een rijtje. Inkomsten en uitgaven kunnen maandelijks fluctueren door inkomsten uit de verkoop van seizoen afhankelijke producten of het betalen van vakantiegeld aan personeel in het voorjaar. Op deze manier maakt u inzichtelijk in welke maanden de inkomsten hoger zijn dan de uitgaven of vice versa. Dit kan u helpen bij het eventueel opbouwen van reserves en het bepalen wanneer u het beste nieuwe investeringen kunt doen.

Tabel 4: Voorbeeld liquiditeitsbegroting (bron: Antea Group)

| Liquiditeitsbegroting | | | | | |
|-----------------------|---------|----------|-------|-------|-------|
| Jaar | 2021 | 2021 | 2021 | 2021 | 2021 |
| Maand | Januari | Februari | Maart | April | Mei |
| Beginsaldo | € U,- | € V,- | € W,- | € X,- | € Y,- |
| Inkomend | € ,- | € ,- | € ,- | € ,- | € ,- |
| Uitgaand | € ,- | € ,- | € ,- | € ,- | € ,- |
| Eindsaldo | € V,- | € W,- | € X,- | € Y,- | € Z,- |

Over Antea Group

Van stad tot land, van water tot lucht; de adviseurs en ingenieurs van Antea Group dragen in Nederland sinds jaar en dag bij aan onze leefomgeving. We ontwerpen bruggen en wegen, realiseren woonwijken en waterwerken. Maar we zijn ook betrokken bij thema's zoals milieu, veiligheid, assetmanagement en energie. Onder de naam Oranjewoud groeiden we uit tot een allround en onafhankelijk partner voor bedrijfsleven en overheden. Als Antea Group zetten we deze expertise ook mondiaal in. Door hoogwaardige kennis te combineren met een pragmatische aanpak maken we oplossingen haalbaar én uitvoerbaar. Doelgericht, met oog voor duurzaamheid. Op deze manier anticiperen we op de vragen van vandaag en de oplossingen van de toekomst. Al meer dan 60 jaar.

Contactgegevens

Tolhuisweg 57
8443 DV HEERENVEEN
Postbus 24
8440 AA HEERENVEEN

E. info@anteagroup.com

www.anteagroup.nl

Copyright © 2020

Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd en/of openbaar worden gemaakt door middel van druk, fotokopie, elektronisch of op welke wijze dan ook, zonder schriftelijke toestemming van de auteurs.