



Vlaanderen
is ondernemen

SCALE-UP MONITOR

2026

HOE VLAANDEREN MEER INNOVATIEVE
START-UPS KAN LATEN SCHALEN TOT
INTERNATIONALE SCALE-UPS



Auteurs:

Xavier Walthoff-Borm
Pieter de Vreese

Verantwoordelijke uitgever:

Mark Andries, administrateur-generaal VLAIO
Simon Bolivarlaan 17
1000 Brussel

Augustus 2026

Inhoud

1. Inleiding	2
2. Vlaanderen in perspectief	3
2.1. Evolutie van het ecosysteem in Vlaanderen	3
2.2. België en Vlaanderen zijn geen homogene ecosystemen	3
2.3. De belangrijkste hotspots in Vlaanderen	6
3. Wat succesvolle scale-ups anders doen	8
3.1. Herkalibreer tijdig je positionering	8
3.2. Vroege tractie is geen bewijs van schaalbaarheid	9
3.3. Schaalbaarheid begint bij lage adoptiedrempels	10
3.4. Durf je oorspronkelijke aanbod los te laten	10
4. Conclusie	11
Bijlage: Methodologie	12

1. Inleiding

Onze jaarlijkse scale-up monitor heeft tot doel om inzicht te bieden in de evolutie van het ecosysteem van innovatieve en snelgroeiende ondernemingen. Het draagt bij aan de Vlaamse ambitie om uit te groeien tot een top 5 regio voor innoveren en ondernemen binnen Europa.

De eerste editie van de scale-up monitor verscheen in juli 2025. Deze tweede editie bouwt verder op het kompas dat we toen ontwikkelden, maar is meer verdiepend. Door de start-up data te koppelen aan hun investeringen en exits, brengen we de onderliggende investerings- en ecosysteemdynamieken beter in kaart. We onderzoeken onder meer hoe de belangrijkste hotspots zich sinds 2018 ontwikkelden.

Deze monitor toont aan dat het aantal innovatieve start-ups in Vlaanderen toeneemt, maar dat dit zich nog niet vertaalt in een hoger aandeel start-ups dat doorgroeit tot scale-up. De uitdaging is daarom niet alleen om meer start-ups te creëren, maar ook om beloftevolle start-ups sneller door kritieke groeifasen te loodsen zodat ze meer uitgroeien tot internationale scale-ups.

Daarnaast bevat de monitor de resultaten van een diepgaande kwalitatieve studie over het schalen van start-ups die VLAIO uitvoerde in samenwerking met ECOOM. Uit die studie blijkt dat succesvolle scale-ups zich niet alleen onderscheiden door meer kapitaal op te halen of door ambitieuzer te zijn. Het verschil ligt ook in het vermogen om hun positionering tijdig bij te sturen, meer controle op te bouwen over hun go-to-market en hun product eenvoudiger te maken om te begrijpen, aan te kopen en te gebruiken.

De voorgestelde beleidsacties steunen op drie pijlers: een gebundelde dienstverlening rond kritieke value inflection points, een betere financieringscapaciteit en het bouwen van een gemeenschappelijke portfolio van rising stars en hidden gems.

We hopen dat ook deze tweede editie bijdraagt aan een verdiepend debat over hoe Vlaanderen meer innovatieve start-ups kan laten schalen tot internationale scale-ups, en over de sprongen die noodzakelijk zijn om te evolueren van sterke innovatieleider naar Europese koploper in valorisatie.

2. Vlaanderen in perspectief

2.1. Evolutie van het ecosysteem in Vlaanderen

Tabel 1 bevat een update van de belangrijkste kernindicatoren in 2024 en een vergelijking met 2023. Daarbij valt op dat het aantal innovatieve start-ups van 11.274 naar 12.159 stijgt, een toename van bijna 8%. Het aantal nieuwe innovatieve start-ups daarentegen blijft nagenoeg constant. De groeiende start-up populatie wordt dus niet veroorzaakt door een sterkere instroom maar vooral door de cumul van innovatieve start-ups uit vorige jaren.

Tegelijk zien we nog geen duidelijke versnelling in de gemiddelde door-groei van start-up naar scale-up. De conversieratio daalt licht met één procentpunt van 14% naar 13%. Het aandeel scale-ups neemt af met 0,8 procentpunt en het aandeel snelgroeiende ondernemingen valt licht terug van 18% naar 17%.

Ook de overige indicatoren wijzen voorlopig niet op een uitgesproken versnelling. De gemiddelde snelheid waarmee innovatieve start-ups vijf miljoen euro bruto toegevoegde waarde bereiken, blijft nagenoeg stabiel. Het aandeel start-ups dat deze drempel binnen vijf jaar haalt, daalt zelfs licht.

Tabel 1. Start-upbasis en economische waardecreatie

Indicator	Vlaanderen 2024	Vlaanderen 2023	Brussel 2024	Wallonië 2024
Aantal innovatieve start-ups	12.159	11.274	3.428	3.487
Aantal nieuwe innovatieve start-ups	2.553	2.560	726	726
Snelheid tot €1 miljoen toegevoegde waarde	4 jaar	4 jaar	4 jaar	5 jaar
Aandeel start-ups dat €1 miljoen toegevoegde waarde bereikt binnen 3 jaar	3%	3%	3%	2%
Snelheid tot €5 miljoen toegevoegde waarde	4 jaar	4 jaar	3 jaar	5 jaar
Aandeel start-ups dat €5 miljoen toegevoegde waarde bereikt binnen 5 jaar	0,61%	0,69%	0,48%	0,22%

Tabel 2. Scale-updynamiek en maturiteit

Indicator	Vlaanderen 2024	Vlaanderen 2023	Brussel 2024	Wallonië 2024
Aandeel snelgroeiende ondernemingen t.o.v. bedrijven met >10 VTE	17%	18%	16%	15%
Aandeel scale-ups t.o.v. bedrijven met >10 VTE	6%	6,8%	5%	4%
Aandeel hypergroeiërs t.o.v. bedrijven met >10 VTE	1,6%	n.b.	0,9%	1,5%
Conversieratio start-up -> scale-up	13%	14%	11%	13%
Consistente scale-ups, ruime indicator	11	9	1	3

Een positieve uitzondering is het aantal consistente scale-ups dat stijgt van 9 naar 11. Een beperkte maar groeiende groep slaagt er dus in om hun groei vol te houden over een langere periode. Samen wijzen de indi-catoren op een duidelijke uitdaging: Vlaanderen beschikt over een groei-ende start-up pipeline, maar de doorgroei naar scale-up versnelt voorlopig niet.

2.2. België en Vlaanderen zijn geen homogene ecosystemen

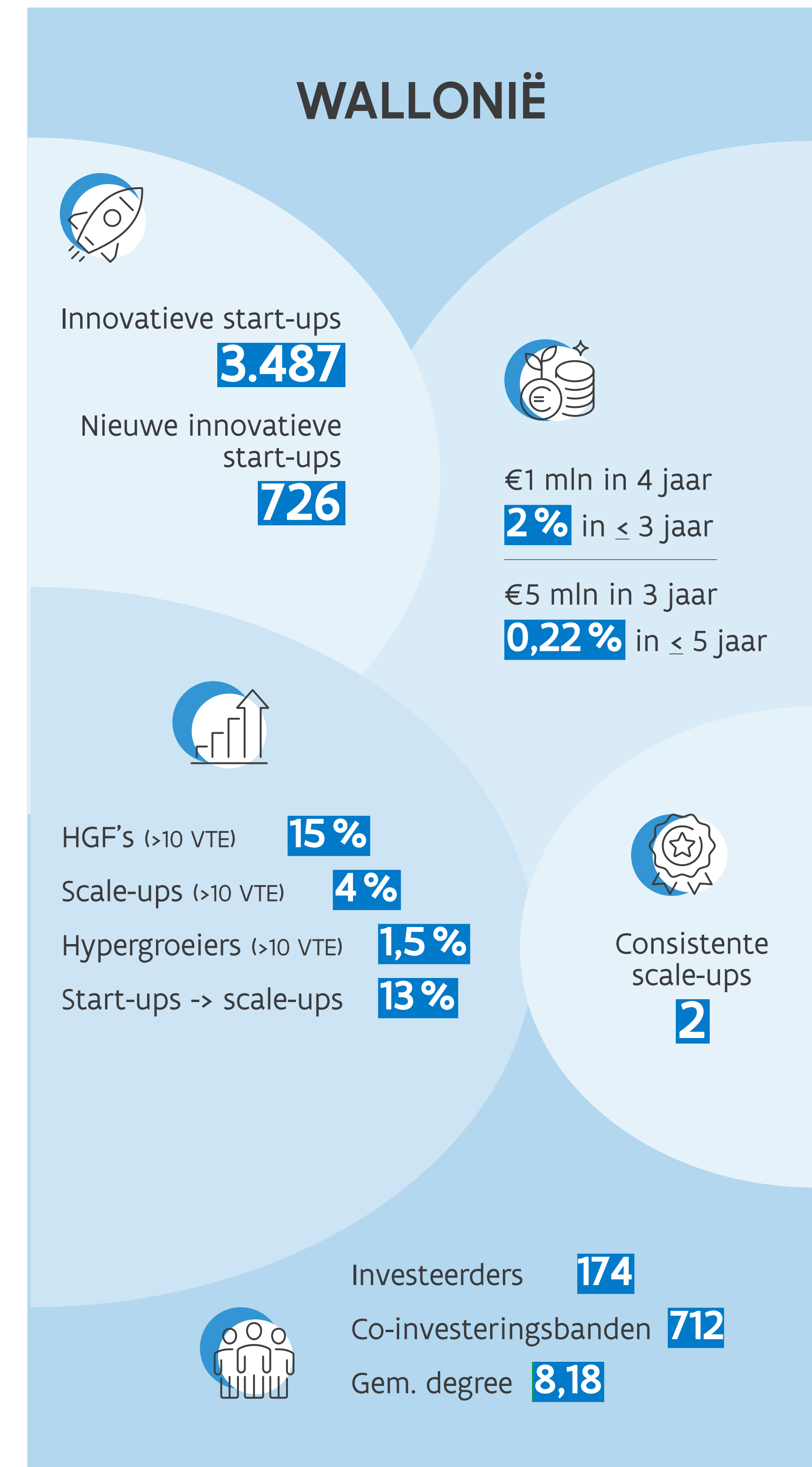
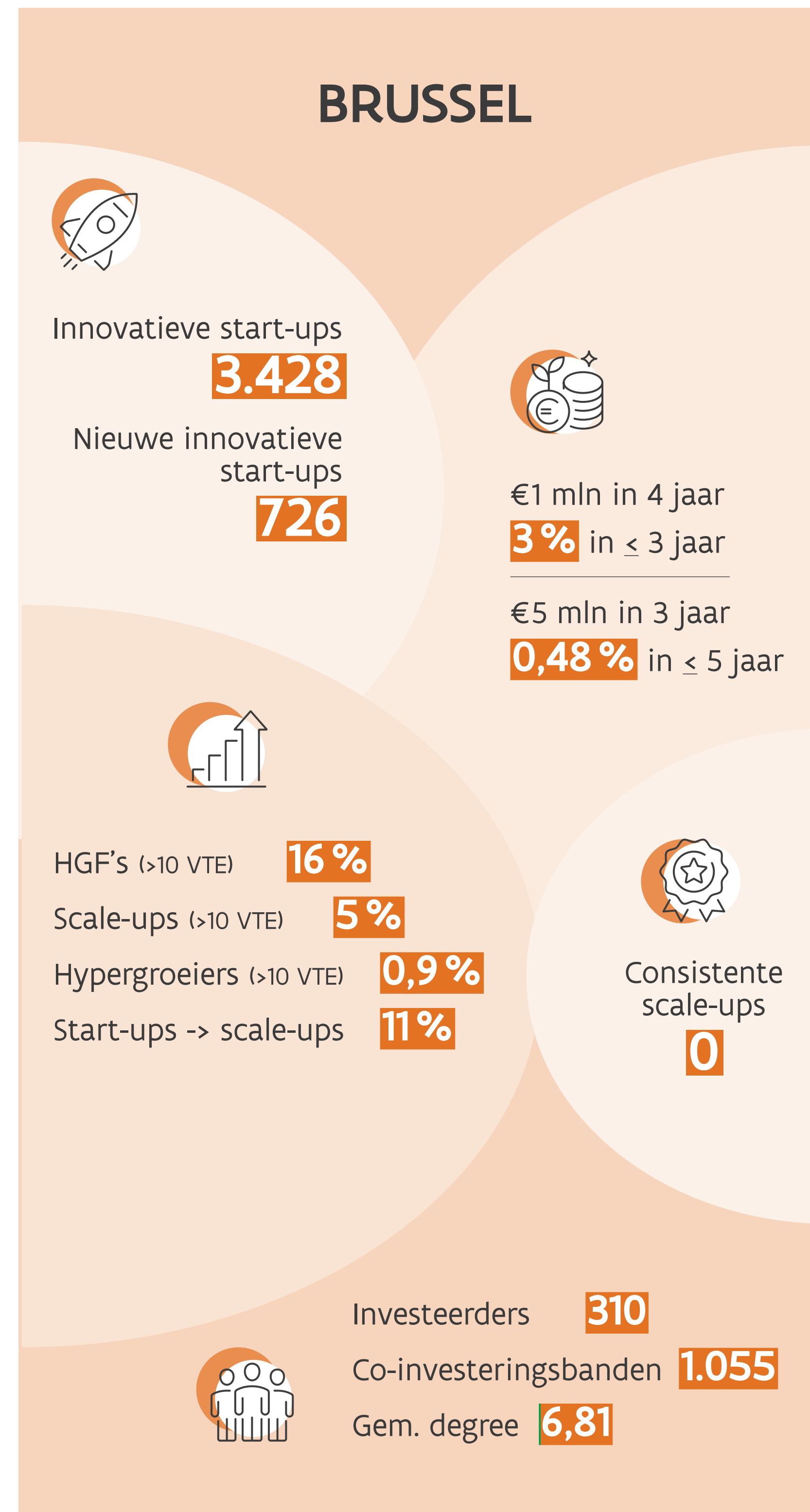
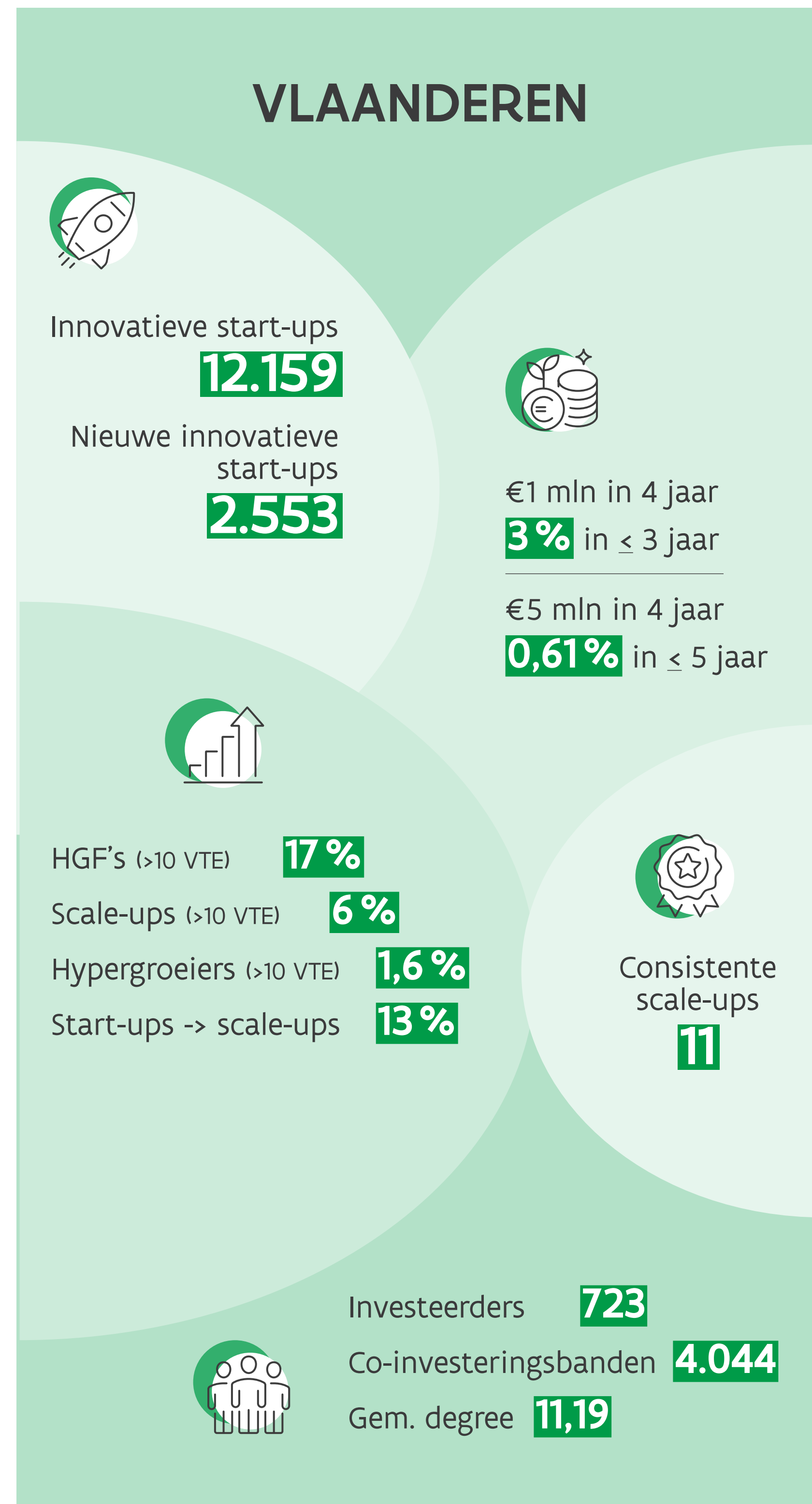
Europese statistieken tonen dat België relatief zwak scoort op het aandeel snelgroeiende jonge ondernemingen. Dat onderstreept het belang om de conversie van start-up naar scale-up te versterken. Tegelijk verhullen nati-onale gemiddelden belangrijke verschillen in de schaal en dynamiek van een ecosysteem. Ook binnen Vlaanderen ontwikkelen innovatieve en snel-groeiende ondernemingen zich niet overal in dezelfde context.

Innovatieve en snelgroeiende ondernemingen

Vlaanderen telde in 2024 12.159 innovatieve start-ups en 2.553 nieuwe innovatieve start-ups. Die brede pipeline vertaalt zich evenwel nog niet automatisch in een hogere conversie: 13% van de start-ups groeit door tot scale-up.

Ook het tempo waarmee start-ups economische waarde creëren, is rele-vant voor hun conversie naar scale-up. Het aandeel start-ups dat binnen vijf jaar de drempel van 5 miljoen euro bruto toegevoegde waarde bereikt, bedraagt 0,61%. Dat blijft een beperkte groep.

Een positief signaal is het aantal consistente scale-ups. Hypergroeiërs tonen dat intense groei mogelijk is, maar consistente scale-ups tonen vooral of scale-ups erin slagen hun versnelde groei over zes jaren vol te houden. Vlaanderen telt vandaag 11 consistente scale-ups. Dat wijst op een beperkte maar groeiende groep die hun groei kan bestendigen en in Vlaanderen verankerd blijft.



Investeerdernetwerk en
 co-investeringscapaciteit

Ook de ontwikkeling van het investeerdernetwerk wijst op een toene-
 mende maturiteit van het Vlaamse ecosysteem voor innovatieve en snel-
 groeiende ondernemingen. Figuur 1 toont dat Vlaanderen 723 actieve
 investeerders en 4.044 co-investeringsbanden telt in 2026. Dat wijst op
 een brede investeerdersbasis en een groeiende capaciteit om onderne-
 mingen via co-investeringen te ondersteunen.

Opvallend is dat de initiële groei van het aantal investeerders sinds 2014
 gevolgd wordt door een sterke toename van het aantal co-investerings-
 banden. Dat suggereert dat investeerders vaker samen investeren, dat
 syndicaatvorming toeneemt en dat start-ups toegang krijgen tot bredere
 financieringsnetwerken. De gemiddelde degree (i.e. het aantal andere
 investeerders waarmee een investeerder gemiddeld verbonden is via
 co-investeringen) bedraagt in Vlaanderen 11,19.

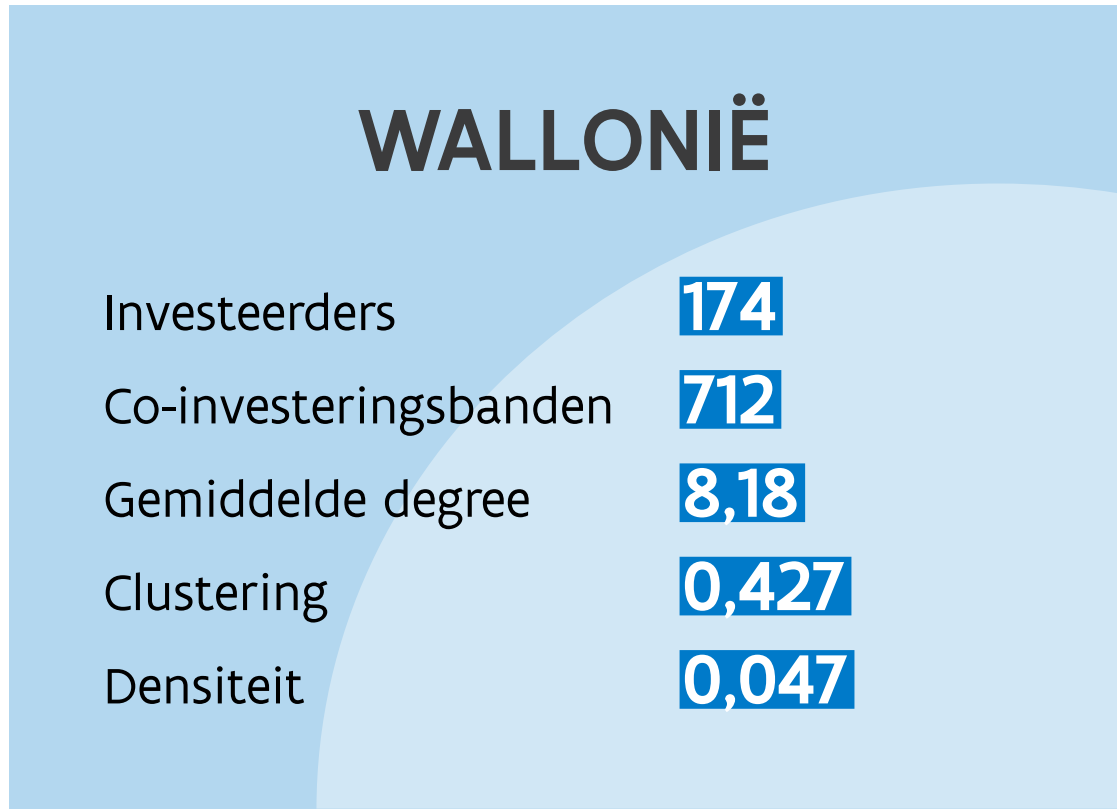
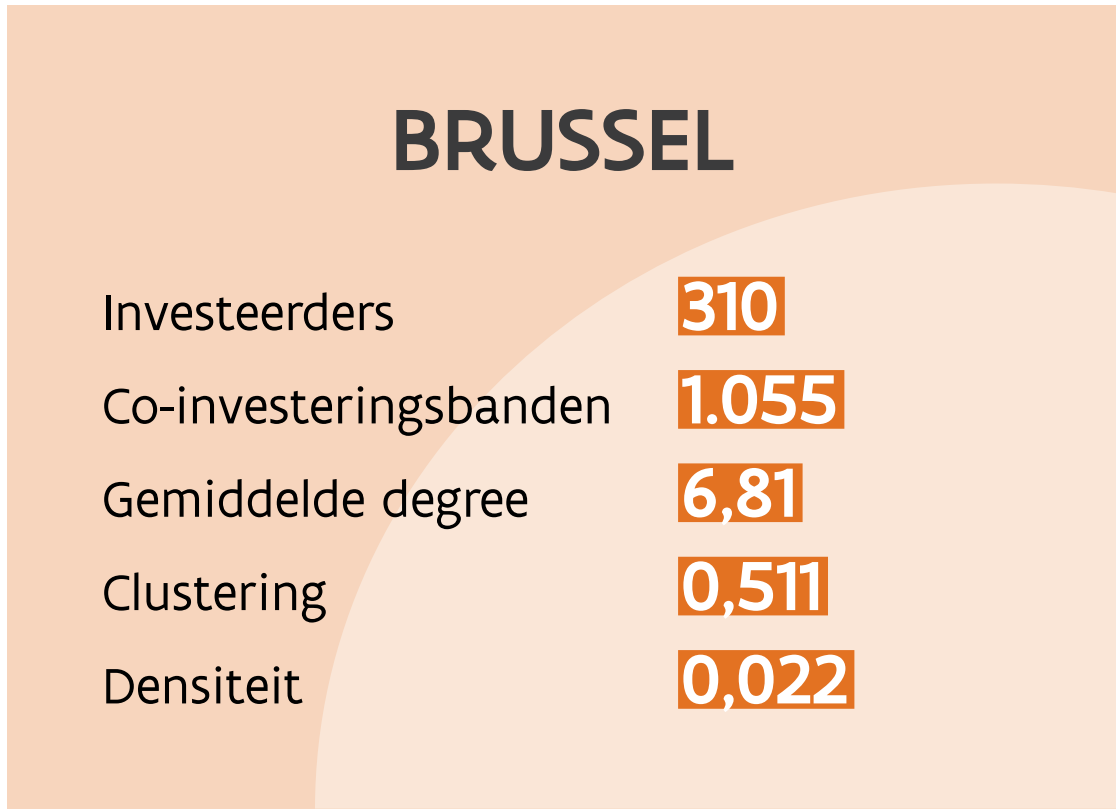
Tegelijk daalt de clustering in Vlaanderen. Die evolutie moet samen
 worden gelezen met de sterke groei van het netwerk. Ze suggereert niet
 noodzakelijk dat het netwerk zwakker wordt, maar eerder dat het meer
 open en breder wordt naarmate meer investeerders en co-investeringsre-
 laties ontstaan.

Die netwerkontwikkeling is belangrijk voor het vliegwieleffect van het
 ecosysteem. Een ecosysteem voor innovatieve en snelgroeiende onder-
 nemingen wordt sterker als succesvolle ondernemingen nieuwe inves-
 teerders aantrekken, nieuwe co-investeringsrelaties ontstaan en exit
 kapitaal en ervaring terug in omloop worden gebracht. Zo krijgen
 nieuwe start-ups sneller toegang tot financiering, expertise en relevante
 netwerken.

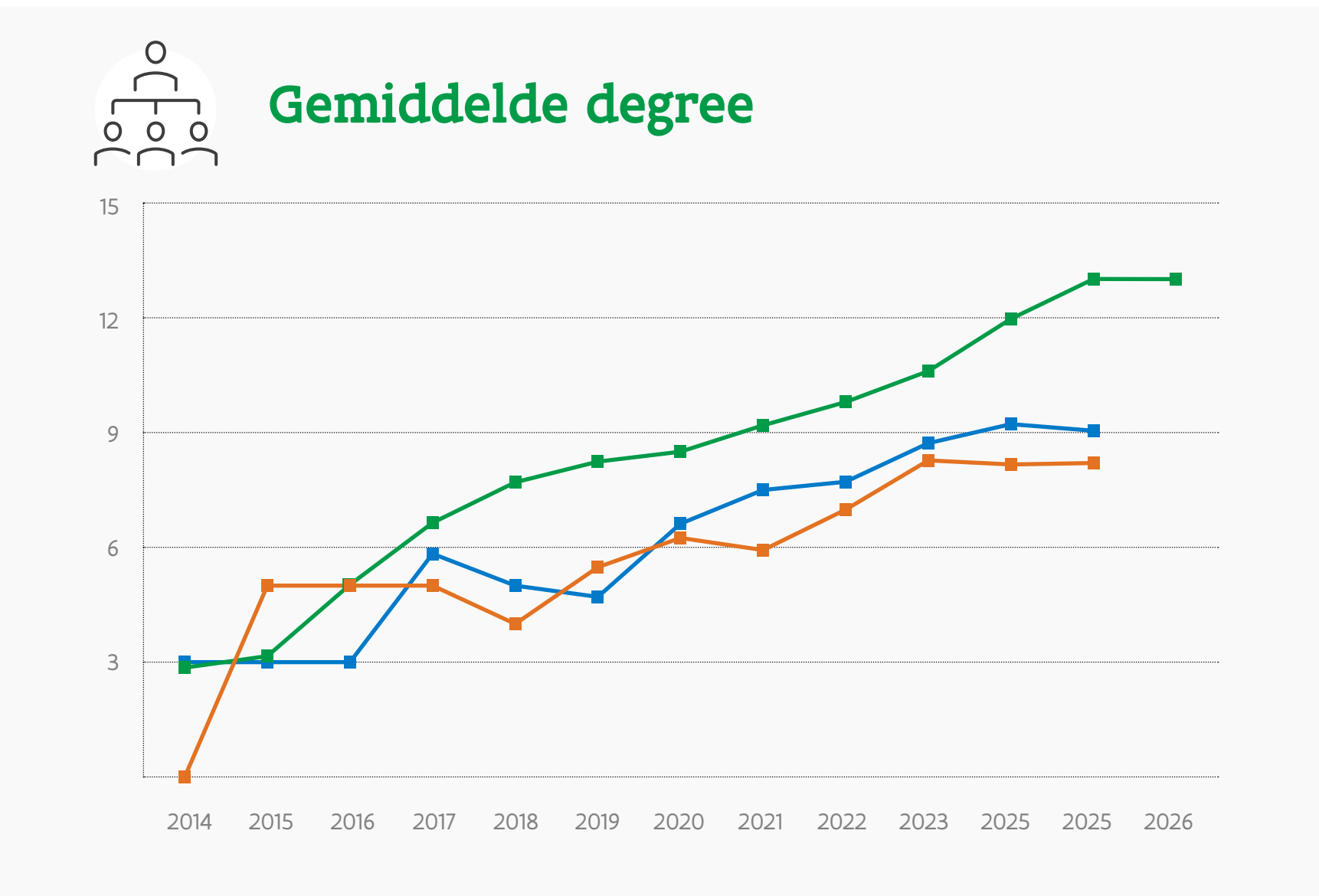
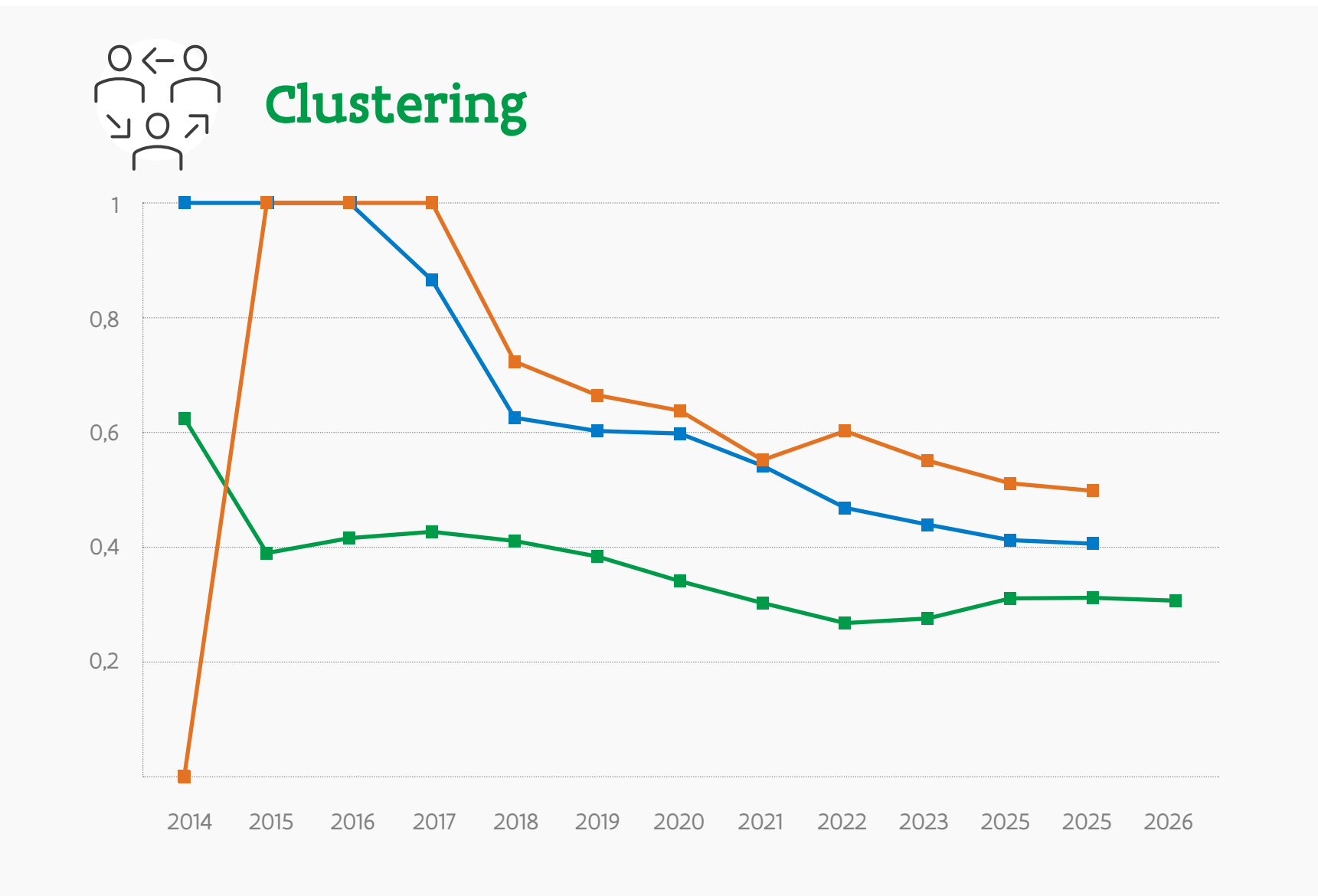
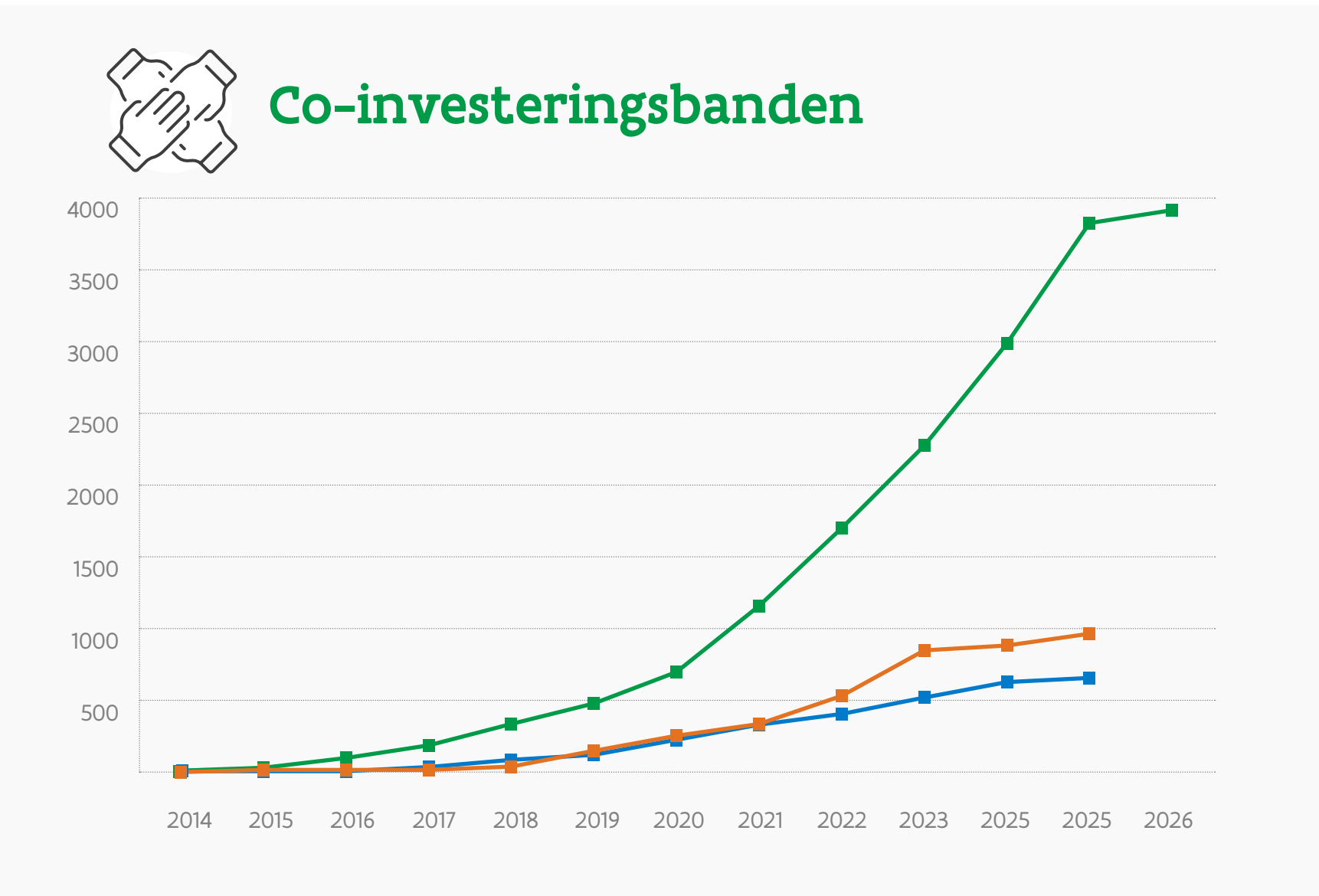
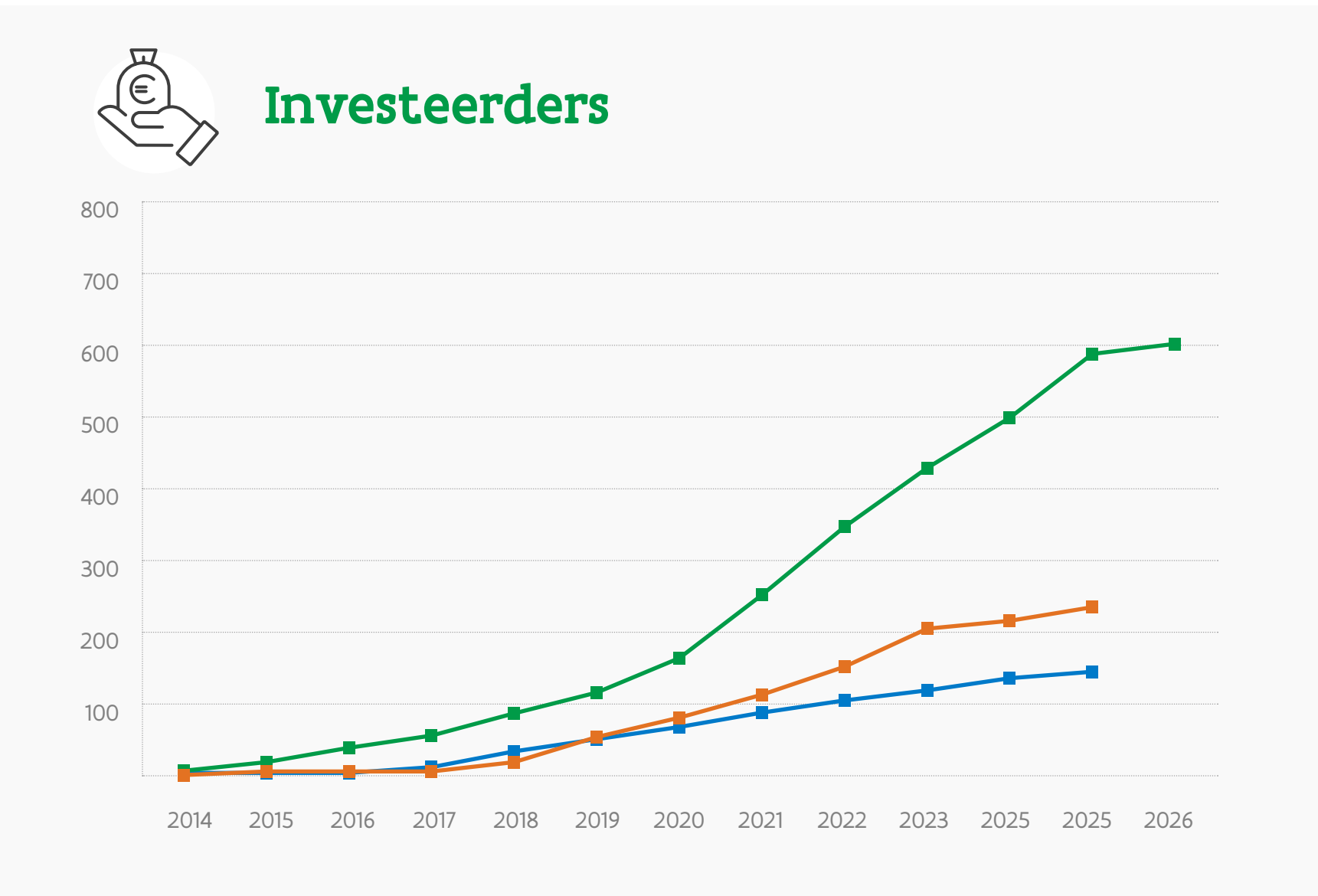
De groei van het netwerk vertaalt zich dus nog niet automatisch in
 meer scale-upconversie. Zolang voldoende vervolfinanciering ontbreekt,
 kunnen innovatieve start-ups alsnog vertragen op het moment waarop
 hun groei zou moeten versnellen.

Exitdynamiek en M&A als schaalstrategie

Ook de exitdynamiek biedt een bijkomend perspectief op de maturiteit
 van het Vlaamse ecosysteem. Vlaanderen vertrekt van een brede pipe-
 line van innovatieve start-ups en kent in bepaalde sectoren een actieve
 exitdynamiek. Onze analyseresultaten tonen bijvoorbeeld dat Vlaamse
 start-up exits in IT/Telecom zich vooral concentreren rond drie tot vijf
 jaar na oprichting. Dat suggereert dat digitale start-ups in Vlaanderen
 relatief snel overnamerijp worden of aansluiting vinden bij strategische
 kopers.



Bron: Full Bipartite



Bron: LCC

Die vaststelling vraagt nuance. Exits zijn niet automatisch een teken van duurzame scale-upmaturiteit. Ze versterken het ecosysteem vooral als kapitaal, ervaring, talent en ondernemerschap opnieuw in omloop worden gebracht. De robuustheid van een ecosysteem blijkt dus niet alleen uit het aantal ondernemingen dat wordt overgenomen, maar uit de mate waarin waarde wordt opgebouwd, vastgehouden en opnieuw gecirculeerd.

Recente voorbeelden tonen dat sommige Vlaamse scale-ups ook zelf een “buy and build” M&A (fusie en overname) strategie beginnen in te zetten als groeimodel. Lighthouse bijvoorbeeld deed de voorbije jaren meerdere strategische overnames om hun hospitalityplatform te verbreden. Ook Aikido Security bouwde via overnames verder aan hun positie in application security, autonome pentesting en software supply chain security. Dergelijke voorbeelden wijzen op een volgende fase in de ontwikkeling van het ecosysteem: succesvolle scale-ups worden niet alleen potentiële overnamedoelwitten, maar gebruiken acquisities ook zelf om hun marktpositie, productaanbod en technologische basis te versterken.

Vandaag blijft dat nog een beperkte groep, maar het signaal is belangrijk. De robuustheid van een ecosysteem blijkt uit de mate waarin innovatieve en snelgroeiende ondernemingen erin slagen om zelf te consolideren, internationaal te groeien en strategische posities uit te bouwen. Voor Vlaanderen ligt de uitdaging erin om die dynamiek te verbreden: meer ondernemingen moeten over voldoende financiering, managementcapaciteit en internationale netwerken beschikken om via gerichte acquisities verder te schalen en duurzaam verankerd te blijven.

2.3. De belangrijkste hotspots in Vlaanderen

De vergelijking tussen de drie belangrijkste hotspots in Vlaanderen toont dat Vlaanderen geen homogeen ecosysteem voor innovatieve en snelgroeiende ondernemingen kent.

Gent

Gent onderscheidt zich door de combinatie van een sterk SaaS-ecosysteem en een omvangrijke health tech cluster. De sectorale ontwikkeling toont dat health lange tijd het grootste domein was, terwijl enterprise software de voorbije jaren sterk is gegroeid en vandaag een vergelijkbare omvang bereikt. Daarnaast hebben food- en agritech zich verder ontwikkeld. Gent combineert een breed innovatieprofiel met duidelijke specialisaties.

De voorbije jaren kende Gent verschillende succesvolle exits waardoor ervaring, kapitaal en ondernemend talent opnieuw ingezet konden worden in een volgende generatie innovatieve start-ups. Dat vliegwielef-fect is vandaag zichtbaar in domeinen zoals software, artificiële intelligentie en cybersecurity.

Met 307 actieve investeerders beschikt Gent bovendien over het grootste investeringsnetwerk van de drie hotspots. Sinds 2018 is het aantal investeerders meer dan vervijfvoudigd, terwijl het aantal relaties tussen investeerders nog aanzienlijk sneller toenam. Tegelijk daalde de clustering in de groeifase om daarna te stabiliseren. De 1.985 co-investeringsrelaties en een gemiddelde degree van 12,87 wijzen op een relatief sterk (internationaal) verbonden investeerdersnetwerk. Gent telt bovendien 10 scale-ups en realiseert met 25 procent de hoogste conversieratio van start-up naar scale-up.

Maar Gent is meer dan een SaaS-hotspot of de ‘Netlog maffia’. De stad kent het sterkste health tech netwerk in Vlaanderen met 95 investeerders, 682 co-investeringsrelaties en een gemiddelde degree van 14,4. Met VIB, UGent, UZ Gent en Tech Lane beschikt de regio ook over sterke kennisinstellingen, onderzoekscentra en gespecialiseerde infrastructuur. Rond biotechnologie ontstond bijvoorbeeld een cluster met meer dan 1.000 medewerkers en toonaangevende spin-offs zoals Biotalys, Apha.Bio en Protealis.

De toekomst van Gent ligt in digitale expertise sterker verbinden met deze biotech-, healthtech- en foodtech cluster. De belangrijkste uitdaging is om de lange en kapitaalintensieve weg van labo naar markt te verkorten. Daarvoor volstaan seedkapitaal en wetenschappelijke excellentie niet.

In Gent is vooral nood aan gespecialiseerde infrastructuur, ervaren management, snellere klinische of industriële validatie en investeerders die opeenvolgende financieringsrondes kunnen dragen. Daarvoor is een sterkere inzet op venture building nodig, net als gespecialiseerde fondsen met voldoende slagkracht en betere toegang tot internationale investeerders en markten.

GENT

28 Aantal HGF's in 2024	10 Aantal scale-ups in 2024	2 Aantal hyper-groeiers in 2024	25% Van start-up naar scale-up	3 Aantal consistente scale-ups
-----------------------------------	---------------------------------------	---	--	--

EXITS / M&A

Exits voor 2015	157
Exits na 2015	51
Exits na 3 jaar	16
Scale-ups in exit na 2015	31%

STERKE DOMEINEN

1. Biotech & life sciences
2. Health & medtech
3. Foodtech
4. Digital & AI
5. Climate/cleantech

EVOLUTIE NETWERKPROFIEL INVESTEERDERS

	2018	2021	2026
Investeerders	56	128	307
Co-investeringsbanden	167	513	1890
Gemiddelde degree / diepte	5,96	8,02	12,31
Clustering	0,61	0,46	0,46
Densiteit	0,108	0,063	0,040

EVOLUTIE GEFINANCIERDE DOMEINEN

	2018	2021	2026
1. Health	Health 19 start-ups 56,2 mln	Health 30 start-ups 200,6 mln	Enterprise software 40 start-ups 436,8 mln
2. Enterprise software	Enterprise software 15 start-ups 6,6 mln	Enterprise software 23 start-ups 79,4 mln	Health 39 start-ups 464,6 mln
3. Marketing	Marketing 9 start-ups 2,4 mln	Food 13 start-ups 133,2 mln	Food 20 start-ups 390,5 mln
4. Media	Media 7 start-ups 1,2 mln	Media 10 start-ups 4,4 mln	Transportation 14 start-ups 21,2 mln
5. Transportation	Transportation 5 start-ups 0,173 mln	Marketing 10 start-ups 17,9 mln	Marketing 14 start-ups 32 mln

ANTWERPEN

27	8	2	17%	0
Aantal HGF's in 2024	Aantal scale-ups in 2024	Aantal hyper-groeiers in 2024	Van start-up naar scale-up	Aantal consistente scale-ups

EXITS / M&A

Exits voor 2015	168
Exits na 2015	30
Exits na 3 jaar	10
Scale-ups in exit na 2015	33%

STERKE DOMEINEN

1. Port & logistics
2. Circular economy
3. Energy & infrastructure
4. Fintech & trade
5. Security
6. Industry

EVOLUTIE NETWERKPROFIEL INVESTEERDERS

	2018	2021	2026
Investeerd ers	61	112	270
Co-investeringsbanden	132	306	1232
Gemiddelde degree / diepte	4,33	5,46	9,13
Clustering	0,65	0,53	0,65
Densiteit	0,072	0,049	0,034

EVOLUTIE GEFINANCIERDE DOMEINEN

	2018	2021	2026
1. Enterprise software	Enterprise software	Enterprise software	Enterprise software
17 start-ups	28 start-ups	32 start-ups	
13,6 mln	29,2 mln	69,6 mln	
2. Marketing	Health	Health	
13 start-ups	20 start-ups	28 start-ups	
9,1 mln	104,7 mln	582 mln	
3. Energy	Marketing	Marketing	
11 start-ups	18 start-ups	20 start-ups	
6,6 mln	18,8 mln	26,1 mln	
4. Health	Energy	Transportation	
10 start-ups	15 start-ups	17 start-ups	
3,2 mln	19,3 mln	48,5 mln	
5. Transportation	Transportation	Energy	
9 start-ups	14 start-ups	17 start-ups	
6,6 mln	24,2 mln	74,2 mln	

Antwerpen

Antwerpen onderscheidt zich door de nauwe verwevenheid tussen haar start-ups, de industrie en de internationale logistiek. De hotspot beschikt over het grootste aantal start-ups en telt 270 actieve investeerders, goed voor 1.343 co-investeringsrelaties met een clusteringcoëfficiënt van 0,54. Die wijst eerder op domeinspecifieke syndicaatnetwerken (vooral door de industriële focus op chemie, energie, logistiek en circulaire economie) waarin investeerders vaker met dezelfde partners co-investeren.

De aanwezigheid van de haven en de grootste geïntegreerde chemie-cluster van Europa biedt start-ups toegang tot industriële infrastructuur, gespecialiseerde kennis, potentiële klanten en internationale waardeketens.

Initiatieven zoals BlueChem, Blue Gate Antwerp en NextGen District versterken die positie. Ze creëren een omgeving waarin industriële technologie opgeschaald kan worden vanuit de lokale industrie.

De uitdaging voor Antwerpen bestaat erin het bestaande industriële weefsel nog sterker te verbinden met haar start-ups en scale-ups. Tegelijk moeten de lokale investeringssyndicaten sterker worden gekoppeld aan internationaal durfkapitaal en aan relevante hotspots in strategische waardeketens. Als Antwerpen die complementariteit beter weet te benutten, kan de hotspot uitgroeien tot een van Europa's belangrijkste ecosystemen voor industriële en duurzame scale-ups met internationale slagkracht.

Leuven

Leuven heeft een kleiner, maar hypergespecialiseerd ecosysteem. De concentratie van hoogtechnologische excellentie in deeptech, semiconductoren, ruimtevaart en robotica zorgt voor een hoge kennisintensiteit en een uitgesproken technologisch profiel.

Het investeerdersnetwerk telt 137 actieve investeerders en 559 co-investeringsrelaties. Met een netwerkdensiteit van 0,060 heeft Leuven het dichtst verbonden investeerdersnetwerk van de drie Vlaamse hotspots. Leuven telt bovendien vijf scale-ups en haalt met 19 procent een hogere conversieratio van start-up naar scale-up dan Antwerpen.

De uitdaging voor Leuven ligt vooral in het opschalen van meer spin-offs en hoogtechnologische start-ups. De grootste kloof bevindt zich vandaag tussen technologie en markt. Het gaat om een financierings- en valorisatiekloof die ontstaat als een technologie wetenschappelijk en technisch veelbelovend is, maar de risico's van commerciële tractie, productiecapaciteit, certificering of industriële adoptie nog onvoldoende gederisked

LEUVEN

11	5	1	19%	0
Aantal HGF's in 2024	Aantal scale-ups in 2024	Aantal hyper-groeiers in 2024	Van start-up naar scale-up	Aantal consistente scale-ups

EXITS / M&A

Exits voor 2015	528
Exits na 2015	18
Exits na 3 jaar	10
Scale-ups in exit na 2015	56%

STERKE DOMEINEN

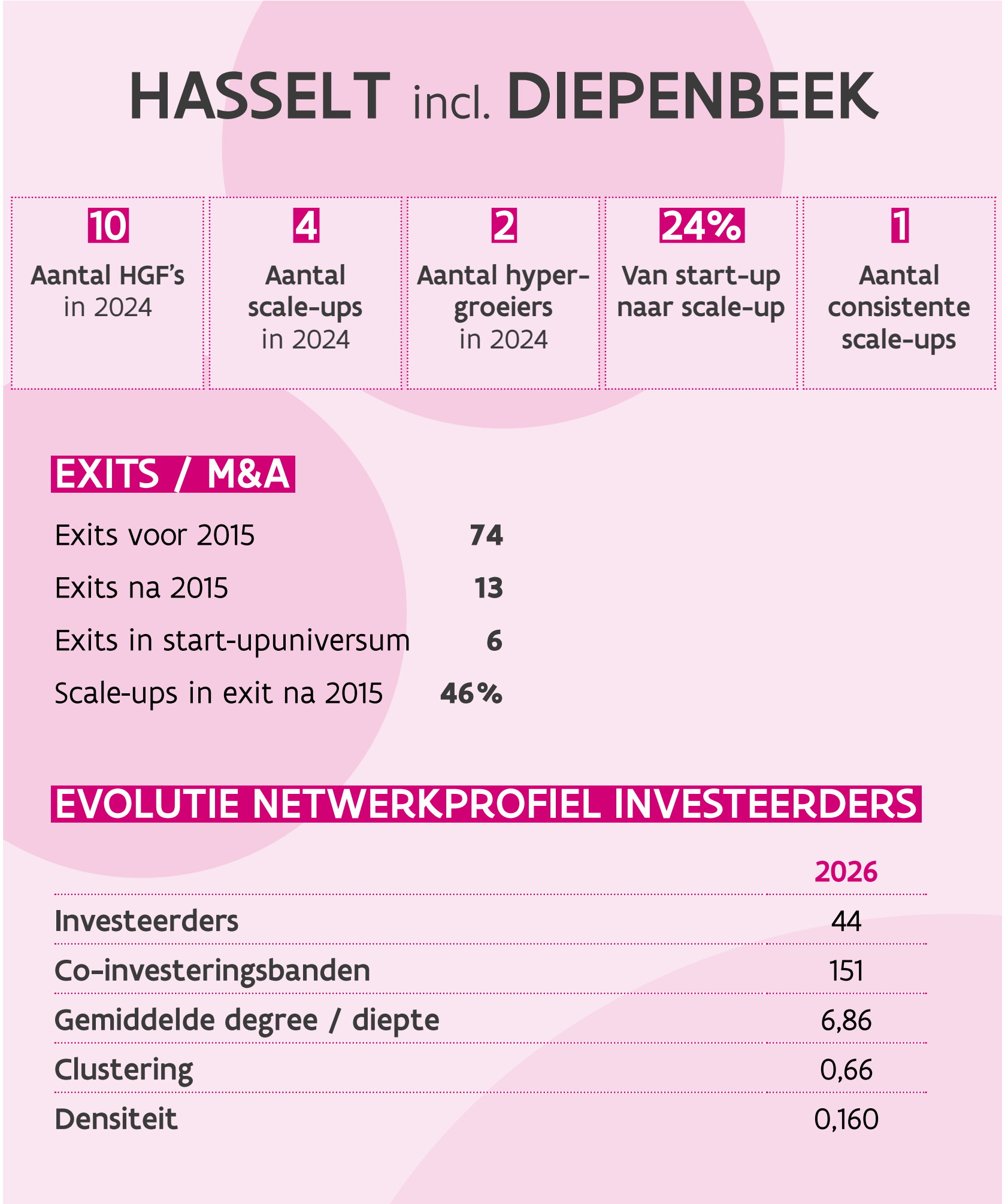
1. Semiconductors
2. Space & telecom
3. Robotics
4. Security/cyber
5. Medtech/biotech
6. AI hardware

EVOLUTIE NETWERKPROFIEL INVESTEERDERS

	2018	2021	2026
Investeerd ers	28	74	137
Co-investeringsbanden	61	250	524
Gemiddelde degree / diepte	4,36	6,76	7,65
Clustering	0,65	0,44	0,42
Densiteit	0,161	0,093	0,056

EVOLUTIE GEFINANCIERDE DOMEINEN

	2018	2021	2026
1. Health	Health	Health	Health
8 start-ups	14 start-ups	19 start-ups	
28,8 mln	121,8 mln	285,8 mln	
2. Security	Security	Security	Enterprise software
5 start-ups	7 start-ups	9 start-ups	
1,1 mln	4,9 mln	30,3 mln	
3. Telecom	Telecom	Telecom	Security
5 start-ups	7 start-ups	8 start-ups	
1,1 mln	8 mln	13,7 mln	
4. Fintech	Enterprise software	Telecom	
4 start-ups	7 start-ups	7 start-ups	
3,9 mln	18,6 mln	25,5 mln	
5. Enterprise software	Fintech	Fintech	
4 start-ups	5 start-ups	6 start-ups	
3,4 mln	11,6 mln	33,6 mln	



De onderneming blijft dan wel relevant voor een kleine groep early adopters, maar slaagt er onvoldoende in om een bredere markt te bereiken. De kost om nieuwe klanten te overtuigen stijgt, terwijl de positionering onvoldoende meegroeit met de ambities van de onderneming.

Succesvolle schalers verbreden hun positionering stapsgewijs. Ze verschuiven de aandacht van technologie naar klantwaarde, van product naar oplossing, van niche naar bredere categorie, en van innovatief aanbod naar strategische relevantie voor de klant. Ze verliezen hun onderscheidend vermogen niet, maar herformuleren het op een manier die begrijpelijker, relevanter en aantrekkelijker wordt voor grotere klantensegmenten.

In consumentenmarkten gebeurt die verbreding vaak via productuitbreiding, merkopbouw of het creëren van een bredere gebruikservaring. In B2B-markten gebeurt ze vaak door vanuit een eerste segment door te groeien naar grotere klanten, enterprise accounts of strategische partners. In deeptech- en industriële contexten gaat het vaak om de vertaling van technologische excellentie naar concrete economische waarde: kostenreductie, kwaliteitsverbetering, risicobeperking, compliance, productiviteitswinst of integratie in bestaande waardeketens.

De uitdaging is om de scherpte van de oorspronkelijke positionering te behouden, maar die positionering tijdig te verbreden. Een scale-up moet herkenbaar genoeg zijn om snel begrepen te worden door klanten, investeerders en partners, maar onderscheidend genoeg om niet op te gaan in de markt. Dat vraagt strategische herkalibratie. De vraag is niet alleen: “Wat maakt onze technologie uniek?” Maar ook: “Welke bredere onderscheidende waarde kunnen wij herhaaldelijk leveren in meerdere markten of klantsegmenten?”

3.2. Vroege tractie is geen bewijs van schaalbaarheid

Een van de meest relevante inzichten uit de analyse is dat vroege tractie misleidend kan zijn. Bedrijven die later vastlopen, zagen er in de beginfase vaak minstens even veelbelovend uit als hun succesvolle tegenhangers. Ze hadden klanten, partners, zichtbaarheid of eerste omzet. Op papier leek het businessmodel schaalbaar. Toch bleek de onderliggende motor van die tractie niet altijd geschikt om verder op te schalen.

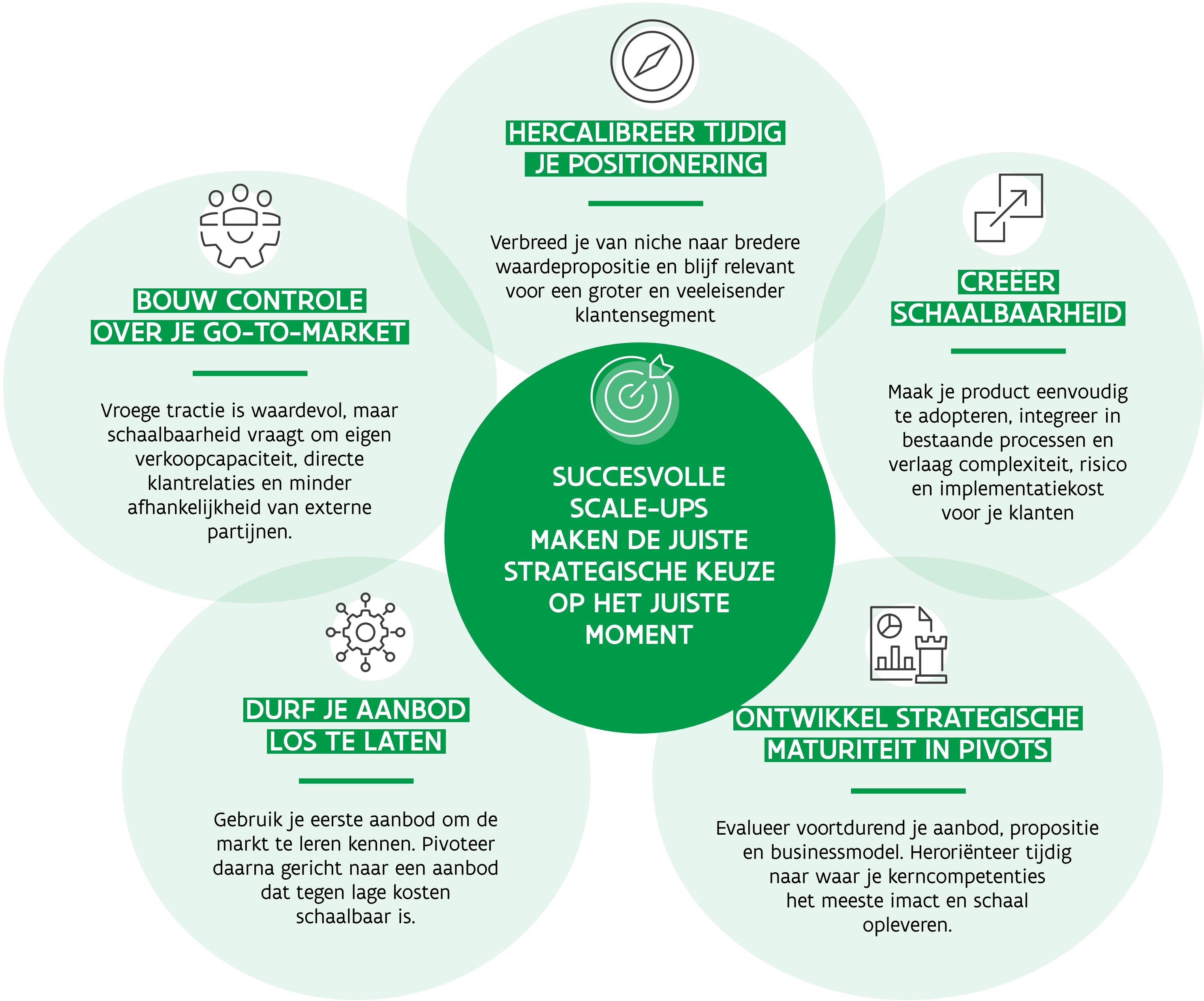
Het verschil zit vaak in de bron van de vroege tractie. Sommige ondernemingen bouwen hun eerste groei vooral op via externe partners: distributeurs, leveranciers, communities, sectororganisaties of commerciële tussenpersonen. Zulke partnerships kunnen zeer waardevol zijn. Ze helpen

om toegang te krijgen tot klanten, geloofwaardigheid op te bouwen en markten sneller te verkennen. Maar ze kunnen ook een afhankelijkheid creëren die pas zichtbaar wordt als de onderneming internationaal wil groeien.

Wat in de eerste markt werkt, blijkt niet altijd schaalbaar naar andere markten. Distributiepartners zijn moeilijker te vinden of te overtuigen. Lokale relaties moeten opnieuw worden opgebouwd. De onderneming heeft minder controle over prijszetting, klantrelaties, feedback, merkervaring en verkoopritme. De partner die in de start-up fase tractie mogelijk

maakte, kan in de scale-up fase een rem worden op controle, snelheid en leervermogen.

Succesvolle scale-ups bouwen daarom meer controle over hun go-to-market. Dat betekent niet dat ze geen partners gebruiken, maar dat ze hun schaalbaarheid niet volledig laten hangen van deze externe partijen. Ze bouwen eigen verkoopcapaciteit, directe klantrelaties, een sterk merk, product-led growth, data over klantgebruik of een technische capaciteit die hen directe toegang geeft tot de markt. Hun vroege tractie steunt op een eigen strategische troef die herhaald en uitgebreid kan worden.



Dit onderscheid is cruciaal voor de beoordeling van scale-up readiness. Niet elke klant, pilot of partnership is een even sterk signaal van schaalbaarheid. Een pilot zonder conversie naar recurrente omzet is geen bewijs van schaalbaarheid. Een partnership zonder controle over klanten is geen bewijs van herhaalbare verkoop. Een sterke community zonder duidelijk verdienmodel is geen bewijs van investor readiness.

3.3. Schaalbaarheid begint bij lage adoptiedrempels

Scale-ups groeien niet alleen door een sterk product. Ze groeien wanneer klanten het product snel kunnen begrijpen, aankopen, implementeren en blijven gebruiken. De mate waarin een product aansluit bij bestaand klantgedrag is daarom een belangrijke voorspeller van schaalbaarheid.

Bij succesvolle scale-ups past het product of de dienst meestal in wat klanten vandaag al doen. Het digitaliseert, automatiseert, versnelt of verbetert bestaande processen. Het vraagt geen fundamentele gedragsverandering en verlaagt een customer pain. De klant hoeft niet volledig anders te werken, maar kan een bestaande taak beter, sneller, goedkoper of betrouwbaarder uitvoeren.

Bij ondernemingen die niet doorgroeien, ligt dat vaak anders. Hun product is innovatief, maar vraagt van klanten dat ze hun gedrag, processen of routines aanpassen. Klanten moeten nieuwe gewoonten aanleren, interne procedures wijzigen, andere budgetlijnen aanspreken of collega's overtuigen. Dat maakt adoptie traag en duur. De onderneming moet niet alleen haar product verkopen, maar ook gedragsverandering organiseren. Dat is bijzonder moeilijk in buitenlandse markten, waar de onderneming die verandering telkens opnieuw moet bewerkstelligen in een andere culturele, institutionele of commerciële context.

Dit geldt nog sterker in B2B-, industriële, gezondheids- en deeptech-markten. Daar zijn aankoopprocessen complexer, risico's groter en implementatiekosten hoger. Een innovatieve oplossing kan technologisch superieur zijn en toch moeilijk schaalbaar blijken wanneer ze niet aansluit bij bestaande processen, standaarden, certificeringen, budgetcycli of procurementlogica's.

De strategische opdracht is daarom niet alleen om innovatie te maximaliseren, maar ook om adoptiedrempels te minimaliseren. Een product dat minder revolutionair lijkt, maar beter past in bestaande routines, kan sneller schalen dan een technisch superieur product dat klanten dwingt hun gedrag fundamenteel te veranderen. De centrale vraag wordt: maakt

de oplossing het bestaande gedrag van klanten beter, of vraagt ze dat klanten eerst zelf veranderen?

Ook hier ligt een duidelijke link met value inflection points. Een onderneming wordt aantrekkelijker voor klanten, investeerders en strategische partners als ze kan aantonen dat adoptie niet afhankelijk is van uitzonderlijke inspanningen, maar ingebed kan worden in bestaande processen. Dat verlaagt marktrisico, versnelt internationale verkoop en verhoogt de financierbaarheid.

3.4. Durf je oorspronkelijke aanbod los te laten

Verschillende succesvolle scale-ups braken door met een ander aanbod dan dat waarmee ze begonnen. Dat is geen uitzondering, maar een belangrijk mechanisme in de transitie van start-up naar scale-up. Het oorspronkelijke product was in vele gevallen een stepping stone. Het hielp de onderneming om klanten, problemen, processen en marktdynamieken beter te begrijpen. Die inzichten lieten hen toe om te pivoteren en een schaalbaar aanbod te ontwikkelen.

In sommige gevallen gaat het om een verschuiving van hardware naar software. In andere gevallen evolueert een dienst naar een platform, een product naar een bredere oplossing, of een maatwerkmodel naar een gestandaardiseerde propositie. Dergelijke trajecten kunnen pas ontstaan als ondernemingen niet blijven vasthouden aan het oorspronkelijke aanbod zodra blijkt dat dit onvoldoende herhaalbaar, uitbreidbaar of rendabel is.

Dat vraagt moed. Oprichters zijn vaak sterk verbonden met het oorspronkelijke product. Het product belichaamt de eerste visie, de eerste technologie en de eerste klanten. Maar de vraag voor een scale-up is niet of het oorspronkelijke product goed genoeg is. De vraag is of het businessmodel errond voldoende schaalbaar is. Kan het aanbod herhaald worden zonder telkens veel maatwerk? Kan het uitgebreid worden met nieuwe functionaliteiten of segmenten? Kan de marge verbeteren naarmate het volume stijgt? Kan het internationaal worden verkocht zonder telkens opnieuw gebouwd te moeten worden?

Een pivot is in die zin geen teken van falen, maar een teken van strategische maturiteit. Het toont dat een onderneming leert welke elementen van het aanbod schaalbaar zijn. Dan blijkt vaak dat niet het product zelf de grootste marktwaarde heeft, maar de data, software, workflow, of technische capaciteit die errond is opgebouwd.

Tegelijk is niet elke pivot verstandig. Een succesvolle heroriëntatie vraagt technologische en organisatorische capaciteit. Wie nieuwe functionaliteiten, softwarelagen of platformcomponenten wil bouwen zonder voldoende technische basis, loopt het risico complexiteit toe te voegen zonder schaalbaarheid te creëren. De kunst bestaat erin te identificeren welk deel van de onderneming tegen lage marginale kosten uitgebreid kan worden en welk deel vooral operationele last blijft veroorzaken.

Voor begeleiding en beleid betekent dit dat ondernemingen niet te snel mogen worden vastgepind op hun oorspronkelijke product of subsidieaanvraag. Zeker bij innovatieve start-ups kan de meest schaalbare toepassing pas later zichtbaar worden. Ondersteuning moet ruimte laten voor vertrouwen en heroriëntatie, zolang dit gebaseerd is op duidelijke klantinzichten, betere schaalbaarheid en een sterker businessmodel.

4. Conclusie

De analyse toont dat de volgende beleidsuitdaging niet in de eerste plaats in het vergroten van de start-uppipeline ligt, maar in het versnellen van de doorgroei van beloftevolle start-ups naar internationale scale-ups. Vlaanderen heeft de voorbije jaren sterke fundamenten opgebouwd. De lakmoesproef is nu of die brede pipeline zich ook vertaalt in meer start-ups die internationaal competitief worden en duurzaam in Vlaanderen verankerd blijven.

Dat vraagt een betere activering van het ecosysteem rond innovatieve start-ups. Vandaag verliezen beloftevolle ondernemingen nog te vaak tijd en momentum tussen technologische ontwikkeling, marktvalidatie en schaalbare groei. Het probleem is daardoor niet alleen een valley of death, maar ook een valley of delay: ondernemingen vallen niet noodzakelijk stil omdat ondersteuning ontbreekt, maar omdat expertise, kapitaal, klanten en netwerken niet altijd tijdig en voldoende afgestemd worden ingezet.

De voorgestelde beleidsrichting steunt daarom op drie pijlers.

Pijler 1: Organiseer een gebundelde dienstverlening rond value inflection points

De eerste pijler is een meer geïntegreerde aanpak rond de belangrijkste value inflection points van innovatieve en snelgroeiende ondernemingen. Dat zijn de kantelpunten waarop een onderneming financierbaar, schaalbaar of internationaal relevanter wordt omdat cruciale onzekerheden rond technologie, markt, team, businessmodel, financiering, internationalisering of legitimiteit binnen waardeketens worden weggewerkt.

VLAIO, PMV en FIT beschikken hiervoor over complementaire hefboomen. VLAIO kan technologische en commerciële ontwikkelingsrisico's helpen reduceren. PMV kan financieringsreadiness, kapitaalstructuur en aansluiting op private investeerders versterken. FIT kan internationale marktvalidatie, toegang tot klanten, buitenlandse investeerders en waardeketens versnellen. De grootste impact ontstaat als deze hefboomen samen worden gebundeld rond kritieke kantelpunten.

Dat vraagt ook een gedeelde visie van waar een start-up vandaag staat en wat de volgende milestones zijn. Een intelligence layer kan daarvoor de basis vormen, opgebouwd rond de risico's en onzekerheden die start-ups en scale-ups moeten wegwerken om hun volgende value inflection point te bereiken. Die intelligence layer bouwt verder op een gedeeld readinesskader rond zeven dimensies: technologie, markt, businessmodel,

team, financiering, internationale schaalbaarheid en integratie in het ecosteem en de waardeketen.

De ondersteuning verschuift daarmee van een aanbodgestuurde aanpak naar een gezamenlijke deriskingstrategie.

Pijler 2: Versterk de financieringscapaciteit

De tweede pijler is voldoende financieringscapaciteit over de volledige groeicurve. Een breder investeerdersnetwerk is een belangrijk signaal van maturiteit, maar volstaat niet wanneer ondernemingen op kritieke momenten onvoldoende toegang vinden tot kapitaal dat groot genoeg, gespecialiseerd genoeg of internationaal genoeg is om de volgende groeifase te dragen.

Vlaanderen moet lokale investeerders daarom sterker verbinden met publieke en internationale financiers. Europese instrumenten zoals de EIC, Horizon Europe en relevante industriële fondsen moeten daarbij niet als afzonderlijke loketten worden gezien. De voorbereiding op Europese of internationale financiering begint immers bij het tijdig opbouwen van de technologische, commerciële, organisatorische en financiële readiness.

Pijler 3: Bouw een gezamenlijke portfolio

De derde pijler is het opbouwen van een gezamenlijke portfolio van rising stars en hidden gems. Sommige start-ups zijn vandaag al aantrekkelijk voor investeerders en internationale klanten. Andere beschikken over sterke technologie, strategische positionering of waardeketenrelevantie, maar hebben nog gerichte derisking nodig om financierbaar of schaalbaar te worden.

Een portfolio benadering laat toe om gerichte ondersteuning te bieden zonder uitsluitend te kiezen voor ondernemingen die vandaag al het meest zichtbaar of investeerbaar zijn.

Die aanpak moet ook de grenzen van individuele hotspots overstijgen. Gent, Antwerpen, Leuven, Hasselt en Mechelen beschikken elk over een eigen kennisprofiel met sectorale sterktes en specifieke investeerdersnetwerken. Die specialisatie is een troef, maar kan een beperking worden wanneer ondernemingen vooral toegang krijgen tot het lokale netwerk waarin ze zijn ontstaan.

Hotspotoverschrijdende co-investeringen, investor days en systematische verbindingen met corporates, publieke opdrachtgevers en internationale waardeketens kunnen die lokale netwerken verbreden.

Bijlage: Methodologie

De methodologie combineert drie complementaire analyses. Eerst onderzoeken we de groeidynamiek van het ecosysteem door longitudinaal te volgen in welke mate innovatieve start-ups doorgroeien tot scale-ups en hoe snel zij economische waarde opbouwen. Verder onderzoeken we de structuur en ontwikkeling van het ecosysteem van innovatieve en snel-groeiende ondernemingen met aandacht voor investeringsnetwerken, exitdynamiek en verschillen tussen Vlaamse hotspots. Tot slot onderzoeken we via een vergelijkende kwalitatieve analyse welke keuzes succesvolle en minder succesvolle groeitrajecten van elkaar onderscheiden.

De centrale beleidsvraag luidt:

Hoe evolueert de pipeline van innovatieve start-ups naar scale-ups en hoe ontwikkelt het investeringsnetwerk zich als belangrijke hefboom voor versnelde groei?

1. Definities en groeidynamiek

De monitor hanteert dezelfde definities en begrippen uit het eerdere kompas.

Innovatieve start-ups zijn ondernemingen van maximaal vijf jaar oud die actief zijn in innovatieve of hoogtechnologische sectoren. Alleen ondernemingen zonder dominante externe aandeelhouder worden meegenomen, zodat dochterondernemingen van grotere ondernemingen de groeidynamiek niet vertekenen.

High-Growth Firms (HGFs) tellen minstens tien werknemers bij het begin van de observatieperiode en realiseren gedurende drie jaar gemiddeld minstens 10% jaarlijkse groei in tewerkstelling of bruto toegevoegde waarde. Scale-ups zijn maximaal tien jaar oud, starten met minstens tien werknemers en realiseren vervolgens gedurende drie opeenvolgende jaren gemiddeld minstens 20% jaarlijkse werkgelegenheidsgroei.

Consistente scale-ups voldoen gedurende twee opeenvolgende periodes van drie jaar aan de scale-updefinitie. Daarmee wordt naast de intensiteit ook de persistentie van groei gemeten.

Deze editie vult de klassieke indicatoren aan met twee dynamische indicatoren. Ten eerste meten we de conversie van start-up naar scale-up op basis van longitudinale ondernemingsdata. Een cohort innovatieve start-ups uit eerdere jaren wordt gevolgd om na te gaan welk aandeel later aan de scale-up criteria voldoet. De conversieratio is dus geen eenvoudige verhouding tussen het aantal start-ups en scale-ups in hetzelfde jaar.

Ten tweede analyseren we de snelheid van economische waardecreatie. Daarbij gaan we na hoe snel innovatieve start-ups bepaalde drempels in bruto toegevoegde waarde bereiken en welk aandeel deze drempels binnen een bepaalde periode haalt.

2. Databronnen

De monitor combineert verschillende nationale en internationale databronnen.

Orbis Europe/Belfirst en administratieve ondernemingsgegevens worden gebruikt voor onder meer werkgelegenheid, bruto toegevoegde waarde, aandeelhouderschap, locatie en andere bedrijfskenmerken. **Dealroom** levert informatie over ondernemingen, financieringsrondes, investeerders en sectoren.

Voor de exitanalyse gebruiken we **BvD Orbis M&A-data** voor Belgische doelondernemingen in 2020–2024, gekoppeld aan KBO- en ondernemingsgegevens van innovatieve start-ups en scale-ups. Deze laatste omvatten 31.966 unieke start-ups en 226 scale-ups.

Waar mogelijk worden datasets op ondernemingsniveau gekoppeld via het **KBO**-nummer.

3. Analyse van investeerdersnetwerken

Deze analyse bouwt verder op Noak & Christian (2025). Co-investeringen worden gebruikt om relaties tussen investeerders zichtbaar te maken via een bipartite projectie. De Gewestelijke overzichtskaarten (p. 5 bovenaan) tonen het volledige geprojecteerde netwerk, alle investeerders die ooit in het ecosysteem actief waren. Voor de structurele netwerkanalyse (grafieken p. 5) wordt enkel de Largest Connected Component (LCC) gebruikt. Deze methodologische keuze volgt Noak et al. (2025).

Co-investeringen worden daarbij gebruikt om relaties tussen investeerders zichtbaar te maken.

- **aantal actieve investeerders en co-investeringsrelaties** als maat voor de omvang van het netwerk;
- **gemiddelde degree**, of het gemiddelde aantal andere investeerders waarmee een investeerder via co-investeringen verbonden is;
- **clustering**, als indicatie van de mate waarin zich groepen van frequent samenwerkende investeerders ontstaan;
- **densiteit**, of het aandeel gerealiseerde relaties ten opzichte van alle theoretisch mogelijke relaties binnen het netwerk.

Deze indicatoren worden steeds in samenhang geïnterpreteerd. Zo hoeft een daling van clustering in een snel groeiend netwerk niet op verzwakking te wijzen, maar kan dit juist samengaan met een opener en breder netwerk. Ook densiteit en clustering worden niet los gezien van de omvang en evolutie van het netwerk.

4. Exitdynamiek

Exits vormen een aanvullende indicator voor de ontwikkeling en maturiteit van een ecosysteem. Ze kunnen ervoor zorgen dat kapitaal, kennis en ervaring opnieuw in omloop komen en zo bijdragen aan het vliegwieleffect binnen het ecosysteem.

De analyse kijkt daarom niet alleen naar hoeveel ondernemingen worden overgenomen, maar ook naar wanneer exits plaatsvinden, hoe snel exits plaatsvinden en waar de overnemers vandaan komen.

Als exit beschouwen we transacties waarbij een volledige eigendoms-overdracht naar een nieuwe partij plaatsvindt, waaronder acquisities, mergers, IPO's en institutionele of management buy-outs. Wanneer analyses op ondernemingsniveau worden gerund, wordt de eerste geobserveerde exit behouden. Bij transacties met overnemers uit meerdere landen worden de betrokken landen proportioneel gewogen om te vermijden dat er dubbel geteld wordt.

Deze aanpak laat toe om niet alleen de omvang van de exitdynamiek te meten, maar ook te onderzoeken in welke fase ondernemingen worden overgenomen en in welke mate economische waarde binnen of buiten het Vlaamse ecosysteem terechtkomt.

5. De evolutie van de hotspots in Vlaanderen

Om verschillen binnen Vlaanderen te analyseren, wordt eerst een ranking opgesteld van de belangrijkste hotspots op basis van een samengestelde index voor scale-updynamiek. De samengestelde index integreert vier genormaliseerde kernindicatoren die elk een essentieel aspect van ecosystemdynamiek weergeven:

- aandeel high-growth firms,
- absoluut aantal scale-ups,
- conversiegraad van start-ups naar scale-ups,
- het aantal consistente scale-ups.

De samengestelde indexscore sluit aan bij de methodologische principes van Stam & Van de Ven (2021) en Leendertse et al. (2022), en laat toe om ecosystemen op gestandaardiseerde wijze met elkaar te vergelijken. De 5 belangrijkste hotspots in Vlaanderen worden daarna verder geanalyseerd op basis van hun investeerdersnetwerken en exit dynamiek.

6. De strategische aandachtspunten voor schalers

In opdracht van VLAIO heeft ECOOM-Ondernemerschap vijf paren van Vlaamse ondernemingen in verschillende sectoren vergeleken.

Elk paar bestond uit een onderneming die succesvol opschaalde en een gelijkaardig bedrijf (qua oprichtingsjaar en product-marktaplicatie) dat niet dezelfde positieve evolutie doormaakte. De strategische keuzes van deze bedrijven werden in kaart gebracht door analyse van websites, persberichten, publiek beschikbare video-informatie en diepgaande interviews.

De analyse is niet bedoeld om statistische representativiteit of causaliteit vast te stellen. Ze wordt gebruikt om terugkerende verschillen in strategische keuzes en groeitrajecten te identificeren. Daarbij wordt onder meer gekeken naar veranderingen in positionering, controle over go-to-market, adoptiedrempels, organisatorische schaalbaarheid en heroriëntatie van het oorspronkelijke aanbod.

De kwalitatieve analyse vult daarmee de kwantitatieve ecosysteemindicatoren aan. Waar de kwantitatieve analyse zichtbaar maakt of en hoe snel ondernemingen opschalen, helpt de kwalitatieve analyse beter te begrijpen welke strategische keuzes met uiteenlopende groeitrajecten samengaan.

7. Een holistisch beeld van het Vlaams ecosysteem

Door ondernemings-, investerings- en exitdata te combineren, biedt de monitor een multidimensionaal beeld van de ontwikkeling van het ecosysteem voor innovatieve en snelgroeiende ondernemingen in Vlaanderen. De koppeling van deze databronnen maakt het mogelijk om zowel de doorgroei van start-ups naar scale-ups als de onderliggende financierings- en ecosysteemdynamiek in kaart te brengen.

De monitor fungeert daarmee als een strategisch kompas om sterktes, knelpunten en evoluties te identificeren.