

BELEIDSASPECTEN EN ONTWIKKELINGEN

Aqualith SWOT- analyse

Sterkten

- Het Aqualith Park concept is uniek, onderscheidend en toekomstgericht
- Het Aqualith Park concept is gedeponeerd als een geregistreerd retail & leisure project.
- De leisure leerproces modules zijn vernieuwend en hebben een hoog aantrekkingsgehalte.
- Er is veel dynamiek in het concept door het grote aantal ontworpen retailmodules hetgeen een uniek aantrekkingsplatform biedt.
- Het Aqualith Park concept heeft zowel binnen als buiten leisure activiteiten.
- Het Aqualith Park project heeft vaste en ruime openingstijden, in de zomer en winter.
- De initiatiefnemers kunnen putten uit een groot bestand met gemotiveerde projectpartners
- Het grootste deel van het Aqualith Park concept is ontworpen op Internationaal niveau.
- De vaste basis & modules van het Aqualith Park concept zijn kwalitatief hoogstaand en geniaal en bieden een uniek retail & leisure platform.
- De organisatie rondom het Aqualith Park project bestaat uit professionele partners en teams.
- Trefwoorden vanuit het Aqualith Park concept vormen o.a. duurzaamheid, beleving, ervaren leren, opvoeden, hoog entertainmentgehalte, vermaak, toekomstvisie & gezondheid.
- Een breed scala aan retail faciliteiten van topkwaliteit vormen het concept.
- Sfeervolle restauratie, hotel, slaap & lounge mogelijkheid voor de bezoekers(vakantiegangers).
- Het Aqualith Park concept is een hoogwaardig op de toekomstgericht NewMedia formule waardoor de gastheer/ gastvrouw alle aandacht aan de bezoeker kan besteden.
- De aanzet tot samenwerking met Delta Media op CrossMedia vlak zijn gemaakt.
- Het Aqualith Park Concept biedt een groot draagvlak bij investeerders en in de vastgoed-wereld.
- Het Aqualith Park concept fungeert als voorbeeld voor de retail, leisure & recreatiebranche geheel gericht op de nieuwe type bezoeker & de toekomst.
- Het Aqualith Park concept zal worden gerealiseerd in Nederland en mogelijk de rest van Europa.
- Het te realiseren Aqualith Park concept vormt een recreatief & maatschappelijk erfgoed.
- De ingrediënten van het Aqualith Park concept en de bouwontwikkeling zijn in overeenstemming.
- Het Aqualith Park project is ontworpen voor de individu, recreant, zakelijk-, gezin- en vakantiebezoekers.

Zwakten

- Er is te weinig professionele knowhow(bestaande projecten) & kennis om het Aqualith Park concept te vergelijken of te toetsen.
- Delta Media is erg afhankelijk van derden, door gebrek aan interne professionele en geschoolde menskracht uit de leisure sector. De huidige initiatiefnemers zijn op leeftijd, waardoor er een hoge kans is op verwijdering of bekendheid van de huidige denkwijze en behoeftes van de klant .
- Het ontwerpen,coördineren en realiseren van het Aqualith Park Concept neemt veel tijd in beslag wanneer men echt goed en gedegen een trend of statement wilt neerzetten voor de toekomst.
- De ontwerper(Rudy) heeft vooralsnog te weinig tijd en voorbereiding om zich optimaal, creatief en structureel in te kunnen zetten voor de ontwikkeling van het Aqualith Park Concept. De ontwerper heeft dus in korte tijd zijn kunnen moeten zien te vertalen in een nieuw & uniek leisure concept.
- Gebrek aan interne informatie, wensen van de initiatiefnemers op het gebied van behoeftes, doelstellingen, bepalingen en verplichtingen, waardoor er eigenlijk een enorme vrijheid voor de ontwerper is ontstaan en tegelijkertijd een enorm gat bij het ontwerpen van het Aqualith concept.
- Vooralsnog is sturing bij de voorlopige ontwerpfase van het concept vanuit Delta Media niet structureel in het Aqualith Park Concept aanwezig. De upgrades & veranderingen wel.

- Huidige gegevens & informatie vanuit projecten als de Efteling, Ponymark Slagharen tonen geen unieke & actieve leisure, leer & sociale concepten: geen echte internationale interactiviteit.
- Faillissementen, gebrek aan financiële winsten & bedrijfsresultaten bij de huidige bestaande projecten zorgen voor vraagtekens waaruit lering getrokken kunnen worden.
- Het Park21, en de aanwezige huidige projecten maken geen optimaal gebruik van de brand, marketing en promotie mogelijkheden, naast CrossMedia & NewMedia strategie zoals Aqualith Park.
- De mogelijke aanwezige instabiele relatie tussen het oude opgeheven project, branche, tijdperk, de locatie en het Aqualith Concept kan de realisatie beïnvloeden of in de weg staan wanneer er vooraf geen uitgebreid onderzoek wordt gedaan naar de haalbaarheid van het Aqualith concept.
- Huidige leisure faciliteiten van de concurrent vormen niet de toekomst voor het Aqualith concept..
- Door de geringe vernieuwingen van het huidige aanbod, zijn deze niet altijd onderscheidend van anderen, vernieuwend en van even hoge kwaliteit als de bestaande producten.
- De vele mogelijkheden vanuit leisure op educatief niveau worden vrijwel niet benut.
- Gegevens & informatie op dit gebied is daarom niet voorhanden.
- Bezoekcijfers dienen geprognaliseerd te worden op de bestaande regionale toerisme cijfers.

Kansen

- De toeristische groei in de Provincie Noordholland zet ondanks de recessie door, hoger dan het landelijk gemiddelde wat inhoudt dat mensen meer geneigd zijn deze deel van Nederland te bezoeken en geld uit te geven aan de aanwezige vrijetijdsbestedingen & attracties.
- Een enorme groei is die van ouderen in de Nederlandse bevolking, wat ook de grootste doelgroep van de toekomst vormt. Vergrijzing vormt een aantrekkelijke doelgroep i.c.m. het kind, de jeugd.
- Er zijn veel aantrekkelijke vrijetijdsattracties in heel Nederland en worden enorm bezocht door een groot aantal jongeren, gezinnen en ouderen. Hier liggen volop kansen weggelegd.
- De landelijke cijfers van de Provincie Noordholland bewijst dat er veel potentie en groei aanwezig is.
- Door bezuinigingen op politiek vlak zijn veel instellingen getroffen alleen het toerisme & recreatie lijkt (nog) niet te worden gekort.
- Noord Nederland kent een breed en rijk recreatie, cultuur & leisure cultuur, wat veel mogelijkheden zal betekenen voor het te realiseren Aqualith Park Concept.
- Het te realiseren Aqualith Park Concept onderscheidt zich van iedere attractie in de omgeving, omdat zij één van de weinige retail & leisure concepten in Nederland & Europa is.
- De Provincie Noordholland heeft enorme mogelijkheden op toeristisch, zakelijk en recreatief gebied.
- Overheden benadrukken belang retail, leisure, sport, lokaal & cultureel erfgoed.
- Overheden stimuleren innovatie, investeren, gebiedsontwikkelingen & overheidssamenwerking.
- Overheden, Provincie & gemeenten pleiten voor regionale uitstraling.
- Overheden pleiten voor actieve en receptieve cultuurdeelname.
- Overheden leggen de nadruk op educatie, integratie & scholing.
- Overheden leggen de nadruk op duurzaamheid, positieve veranderingen, bijdrage leveren..

Bedreigingen

- Afhankelijkheid van de provincie, gemeente, bestemmingsplannen en lokale groeperingen bestaat altijd de mogelijkheid om ontwikkeling van het te realiseren Aqualith Concept af te remmen, te weigeren en zelfs tegen te houden.
- Er zijn veel recreatieparken in Nederland met vrijwel allemaal dezelfde thema's & attracties waarmee het Aqualith Park Concept met haar attracties de concurrentie mee aan moet gaan.
- Concurrentie met de andere recreatiemogelijkheden in de omgeving van Amsterdam zijn bijv.
- De doelgroep & bezoekers die het Park21 project heeft aangetrokken gedurende de jaren zijn allemaal al een keer op de lokatie geweest, het Aqualith Park Concept zal deze groep automatisch aantrekken en maakt deze gelijktijdig nieuwsgierig om wederom de locatie te bezoeken, diepte van deze doelgroep opzoeken en nieuwe doelgroepen stimuleren.
- Hoofdthema van het Aqualith Park Concept "Leren: innerlijke persoonlijke ontwikkeling" is nieuwe doelgroepen zoals de individu, het kind, jongeren, het gezin en ouderen te bereiken.
- Friesland is een grote concurrent op recreatief en toeristisch gebied.
- Haarlemmermeer geeft subsidiemogelijkheden in het kader van Recreatie & Toerisme
- De gemeente Hoofddorp is een kleine gemeente.
- Een belangrijke doelgroep is gezinnen met kinderen. Vaak door school, werk & tijdgebrek moeilijk te bereiken, zij hebben vaak een druk sociaal leven waar vrije tijd schaars is vanuit de ouders en recreatie moeilijk kan inpassen, is deze doelgroep in Nederland zo groot van omvang dat deze niet onopgemerkt kan blijven, i.c.m. kinderopas (opa & oma)