



Waveland Amsterdam

*'De plek waar de surfer van droomt en
de dromer een surfer wordt'*



Waveland

Amsterdam

Het recreatiepark waar de surfer van droomt en de dromer een surfer wordt.

Metropool regio

Amsterdam

Visie regio sluit aan bij visie Waveland
goed Bereikbaar met auto en OV.
zeven miljoen mensen binnen 60 minuten rijden.
Hoog percentage Generation Y & Z.



Surfen op echte golven

De perfecte golf voor zowel beginners als pro's.
Golven tot 3 meter hoog en 12 seconden lang
Elke 8 seconden een cleane surfbare golf
Een surfpool van 70 bij 40 meter

Complete beleving



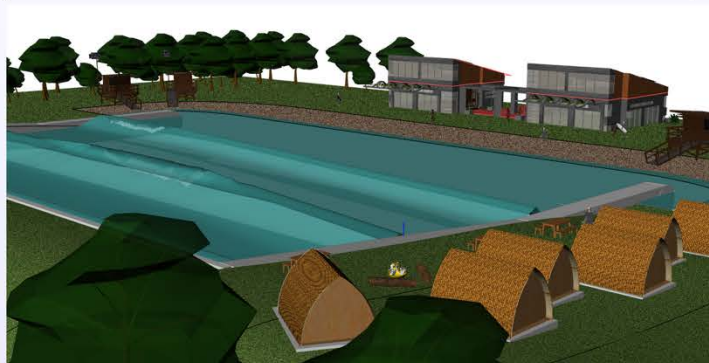
Surfschool om van dromers surfers te maken.

Beachbar waar surfers elkaar ontmoeten.

Je eerste surfboard koop je in onze surfshop.

Speciale ingerichte faciliteiten voor bedrijfsuitjes.

Overige activiteiten om de dag compleet te maken.



Zij dromen van surfen



Generation Y en Z geboren na 1980.

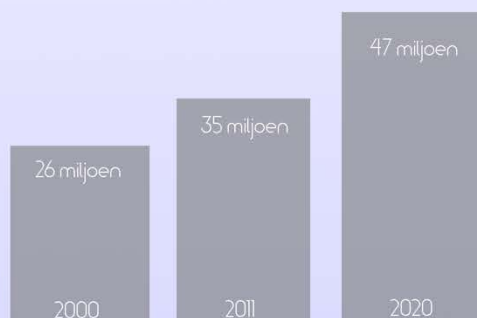
Opgegroeid zonder zorgen om hun basisbehoeften.

Ondernemen, kwaliteit, onafhankelijkheid en fun staan centraal.

Een doelgroep van zeven miljoen mensen in Nederland.

Zij dromen van surfen!

Globale cijfers surfers



#1

Sport die mensen willen leren

Hoog Opgeleid

Gemiddeld
35 jaar

Commercieel interessant

€ 13 miljard omzet wereldwijd

bron: Repucom

De Nederlandse surfmarkt groeit



Nederlandse surfcondities zijn moeilijk te surfen

Onregelmatig

Onbetrouwbaar

Desondanks

780 Duizend surfsessies per jaar

van 3 naar 19 surfscholen

2000

2005

2010

2015

Samenvatting ondernemersplan

De belangrijkste reden om een surfpark te creëren is om kwalitatief surfen bereikbaar te maken voor Nederlanders. Op vele manieren zijn er kansen in de surfmarkt. Er zit namelijk al jaren een grote groei in de surf scène met wereldwijd 35 miljoen surfers in 2015 (van 26 miljoen in 2000) die naar verwachting doorgroeit tot 47 miljoen in 2020. Dit is te verklaren doordat de sport helemaal past in onze "healthy living society" door alle positieve elementen zoals (ont)spanning, vrijheid en onafhankelijkheid. Dit past volledig bij de huidige generaties, ook wel Generatie Y en Z. In Nederland zijn deze generaties met rond de 7 miljoen inwoners goed vertegenwoordigd.

De surfsport is in verhouding tot de wereld niet minder populair, maar wordt wel minder beoefend. Dit probleem wordt veroorzaakt door de ligging van Nederland. In feite "blokkeert" Engeland de goede golven vanaf de oceaan en zijn wij afhankelijk van stormachtig weer in het noorden. Dit resulteert vaak in golven met moeilijke omstandigheden zoals onregelmatige golven en stromingen, hierdoor is het golfsurfen lastig te plannen in Nederland. Dit draagt eraan bij dat een groot deel van degene die gaan surfen minder snel blijven gaan. Ondanks deze omstandigheden zijn het toch 15.000 surfers die in 2015 actief zijn aan de Nederlandse kuststrook, dit zijn er maar liefst 20 keer zoveel als in 1995.

De realisatie van het surfpark is de oplossing voor dit probleem. De laatste jaren zijn verschillende partijen bezig met de ontwikkeling van surfpools en is de eerste in 2015 geopend voor het publiek. Hiermee is het mogelijk kunstmatig golven te produceren zowel in bestaande als gecreëerde wateren. Deze surfpools geven niet alleen de mogelijkheid om op elk gewenst tijdstip te gaan golfsurfen voor beginners tot gevorderden, zij bieden ook de mogelijkheid om de sport bereikbaar te maken voor mensen die verder van de kust af wonen of om de drukbezochte kusten te ontlasten. De locatie in de buurt van Groot-Amsterdam heeft een sterke voorkeur vanwege de bevolkingsdichtheid, bijna 50% van de inwoners behoort tot generatie Y en Z, en omdat deze regio vooroploopt met de ontwikkelingen.

Bij het succesvol ondernemen hoort dat je bewust bent van de voordelen, maar ook van de risico's en bedreigingen. De risico's en bedreigingen, zoals een verslechtering van het economisch klimaat, tegenvallende populariteit, toenemende concurrentie of defecte technologie, kunnen leiden tot lagere bezoekersaantallen of uitgaven. Gezien de groei in de surfsport, de omvang van de doelgroep en de huidige technologie vinden wij Waveland Amsterdam een grote kans. Ook de voordelen voor de regio zijn zeker aanwezig. De locatie zet zichzelf wereldwijd op de kaart door één van de eerste locaties te zijn waar een surfpark gerealiseerd gaat worden wat zal resulteren in meer toerisme. Daarnaast zorgt het voor werkgelegenheid, economische groei, toename van het aanbod van activiteiten en stimulering van sport onder de bevolking met alle positieve effecten.

Het recreatiepark moet zorg dragen voor een complete beleving onder de bezoeker zodat hij of zij naar huis gaat met een verhaal dat doorverteld gaat worden. Hierom omvat het park meerdere faciliteiten, waaronder een surfpool, strandtent, surfschool en –winkel, strand, kampeerhuizen en overige activiteiten.

De totale investering om deze faciliteiten te realiseren is begroot op EUR 5 miljoen. Het belangrijkste onderdeel, zowel in bedrag als voor de beleving, betreft de investering in de technologie voor de surfpool en het creëren hiervan. Het break-even punt van het park wordt bereikt bij 35 – 40 duizend surfers. Op basis van de bevolking in de omgeving en het aantal Bezoekers aan deze regio is de verwachting dat jaarlijks 100.000 surfers verwelkomd kunnen worden en daarmee een onderneming die zijn bijdrage levert de regio.

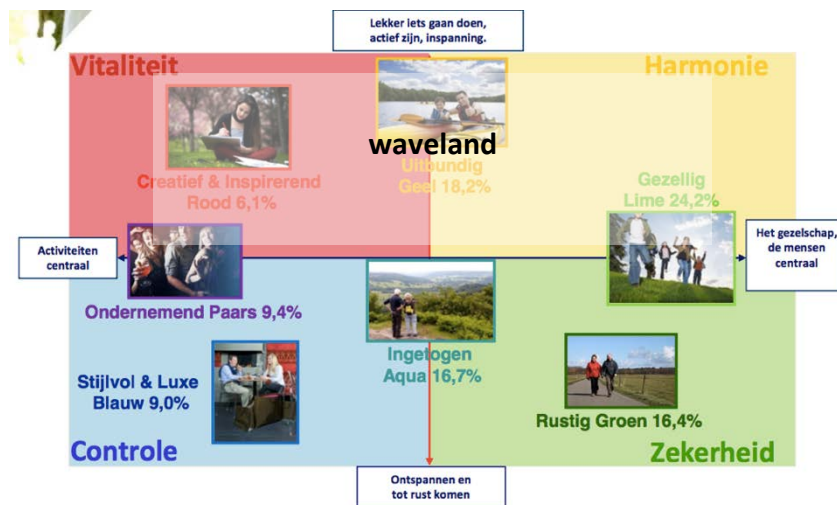


Afbeelding 1: Impressie van een surfpool

Markt

Doelgroep

Voor een duidelijke propositie richting bezoekers maken we gebruik van de leefstijlatlas. Hierin worden mensen ingedeeld op basis van de motivatie van hun keuze voor dagrecreatie. De basis voor deze atlas is het BSR model. Dit model gaat uit van twee onderdelen. De sociologische factoren; zet iemand de activiteit centraal of de mensen met wie hij gaat recreëren. En de Psychologische kenmerken; hierin wordt gekeken of de persoon extravert en open is naar de omgeving of juist introvert en gesloten. Het resultaat is vier kwadranten waarin verschillende doelgroepen naar voren komen, zie figuur 2 met de landelijke gemiddelden per doelgroep. Waveland positioneert zich met name op de kwadranten Vitaliteit en Harmonie. Surfen is een inspannende activiteit en doe je voor jezelf. Terwijl het mooiste van deze sport is om de succesmomenten te delen met anderen. Er zitten dus verschillende elementen in uit de leefstijlatlas.



Afbeelding 2: 7 doelgroepen leefstijlatlas met landelijke percentages

Voor waveland zijn er grofweg vijf groepen waar wij ons op richten. Elk van deze groepen vergt een andere benadering en een andere experience. Het betreffen de volgende groepen:

De fanatieke surfers

Voor de kwaliteit van de golf, de betrouwbaarheid van de omstandigheden en de uitdaging in het surfen bestaat in Nederland geen alternatief. Een surftrip naar Frankrijk is het eerste alternatief. Wij geloven dat deze doelgroep erg benieuwd zal zijn naar de ontwikkeling en vooraan staat om het een keer te proberen.

Marktomvang

Volgens de laatste schatting van de HSA (Holland Surfing Association) zijn er rond de 15.000 fanatieke surfers in Nederland. Hiervan woont 80% langs de kuststrook. Dit blijft een schatting omdat er geen onderzoek is gedaan en surfen een "vrije" sport is waarbij je geen lid bent van een vereniging.

Dagrecreanten

De surfer lijkt wellicht de meest voor de hand liggende doelgroep maar wij geloven dat de grootste groep bij Waveland de dromer zal zijn. Deze persoon droomt ervan om te leren surfen. Deze mensen bevinden zich voornamelijk in de generatie Y en Z. Deze generatie heeft namelijk waarden hoog in het vaandel staan, die terugkomen in de surfsport.

Marktomvang

Voor soortgelijke dagrecreatie wordt in Nederland 60 minuten in de auto als acceptabel ervaren. Volgens onderzoek zijn dat drie miljoen consumenten uit de generatie Y en Z er binnen die straal van 60 minuten rijden wonen¹.

Bedrijven

Bedrijfsuitjes worden steeds groener, actiever en gezonder. Daarbij blijkt dat in teamverband actief bezig zijn de sfeer op de werkvloer ten goede komt. Daarbij zijn bedrijfsuitjes door de grote van de groepen en de mogelijkheid tot het verkopen van arrangementen een aantrekkelijke markt om op te mikken. Bedrijven zijn geregistreerd en dus relatief makkelijk bereikbaar. Binnen de grote massa, zullen wij wederom terugvallen op bedrijven waarin verhoudingsgewijs de meeste van onze doelgroep werkt.

Marktomvang

In een schatting van Bedrijfsuitje.nl ligt het totale aantal bedrijfsuitjes in Nederland op 200.000. Daarbij zijn er in de provincies, Noord-Holland, Utrecht, Zuid-Holland en Flevoland in totaal 1,4 miljoen bedrijven. Hiervan heeft gemiddeld 3,6% meer dan 10 werknemers. Dit komt neer op een potentieel van 50 duizend bedrijven binnen 60 minuten rijden.

Jeugd

Deze groep wordt grotendeels vertegenwoordigd door Generatie Z (geboren na 2000). Een gedeelte van deze groep komt binnen als dagrecreant. Een andere groep binnen deze generatie gaat surfen beoefenen als sport op de manier zoals klassiek wordt gekozen voor voetbal, hockey of tennis.

Marktomvang

Voor de omvang van de markt hebben we de MRA als uitgangspunt genomen. Voor een wekelijkse beoefening van de sport is de acceptabele reistijd kleiner in vergelijking met dagrecreatie. In totaal gaat dit om bijna 400.000 generatie Z tussen de 4 en 19 jaar².

Toeristen

Amsterdam heeft jaarlijks te maken met meer dan zeven miljoen toeristen. Amsterdam kan deze toeristen niet aan en is druk bezig om de druk te verleggen naar de MRA³. Voor 2025 zijn er flinke ambities om grote aantallen toeristen te laten recreëren buiten de stadsgrenzen. Door deze macro economische ontwikkelingen is dit een kansrijke groep, waar duidelijk naar te communiceren is.

Marktomvang

In 2015 bezochten 7.440.000 toeristen de stad Amsterdam.

Concurrentie

Binnen de markt is de positionering van waveland belangrijk. Om jezelf goed te positioneren is een beeld van de concurrentie essentieel. Mogelijke concurrentie zijn de kuststrook, andere recreatie activiteiten en surftrips naar het buitenland. Waveland zal een goede plek zijn om surfen te leren, conditie op peil te houden en de techniek te verbeteren en zodoende een betere ervaring te krijgen aan de kuststrook en surftrips naar het buitenland.

Met betrekking tot andere recreatie activiteiten kunnen wij de interesse van de doelgroep wekken door de innovatieve techniek en de beleving. Een kwalitatieve beleving zal zorgen dat ze vaker willen surfen en terugkomen.

¹ Bron: CBS bevolkingsonderzoek.

² Bron: MRA in cijfers 2015

³ bron: strategische agenda toerisme in de MRA 2025

Surfpark

Visie

Surfen in Nederland staat in de kinderschoenen. De surfscene groeit echter al jaren erg hard. Dit zie je niet alleen in onderzoek, maar ook in bijvoorbeeld TV reclames waar het surfboard vaker zijn intrede maakt. Dat is niet gek, surfen past helemaal in onze “healty living society”. Balans, conditie, spierkracht en een grote dosis fun worden gecombineerd in een sport die zelfs van de meest regenachtige dag een mooie maakt. Jammer genoeg is surfen voor Nederlanders ver weg. Voor de groep Nederlandse surfers betekent dit niet de fysieke afstand, maar eerder de onregelmatige, onbetrouwbare en moeilijk te surfen condities. Dit maakt de drempel voor surfers en aspirant surfers hoog en dat vinden wij jammer. Daarom willen wij een surfpark genaamd Waveland realiseren om kwalitatief surfen bereikbaar te maken voor Nederlanders.

Locatie

De ideale locatie voor Waveland bevindt zich binnen de Metropool Regio Amsterdam (MRA). In deze regio is er voldoende doelgroep, innovatiekracht en visie om deze nieuwe ontwikkeling te laten plaatsvinden. Er bevinden zich meer dan 1 miljoen mensen⁴ uit de doelgroep. Er ligt een visie, waarin de vraag naar dagrecreatie buiten de stadsgrenzen gewenst is⁵ en de wil om voorop te willen blijven lopen met ontwikkelingen is uitgesproken.

Verder ingezoomd zijn bereikbaarheid, meewerkendheid van de gemeente, een natuurlijke omgeving en beschikbare en betaalbare grond belangrijke criteria bij de selectie van een locatie voor Waveland.

Spaarnwoude is de locatie die na een grondig onderzoek uiteindelijk de meeste punten scoorde in een analyse. De meest doorslaggevende elementen voor waveland om zich in Spaarnwoude en de gemeente Velsen te vestigen zijn de volgende:

- Er ligt een visie voor de ontwikkeling van sportieve/actieve dagrecreatie aan de randen van Spaarnwoude
- Er wonen drie miljoen mensen uit de doelgroep binnen 60 minuten rijden
- Spaarnwoude is een groene natuurlijke omgeving die aansluit bij de kernwaarden van Waveland
- De grond is beschikbaar en de huur ervan in proportie met verwachte omzet
- De bereikbaarheid met zowel OV en auto is goed tot zeer goed
- Samen met omringende bedrijven (Snowplanet, Actionplanet, Paintball) kunnen we ons sterk om toeristen vanuit Amsterdam naar de regio te trekken.

⁴ Bron: “Metropool region Amsterdam in cijfers 2015”

⁵ Bron: “Groengebied Amsterdam-Haarlem – bufferzone in metropolitan landschap visie 2040”

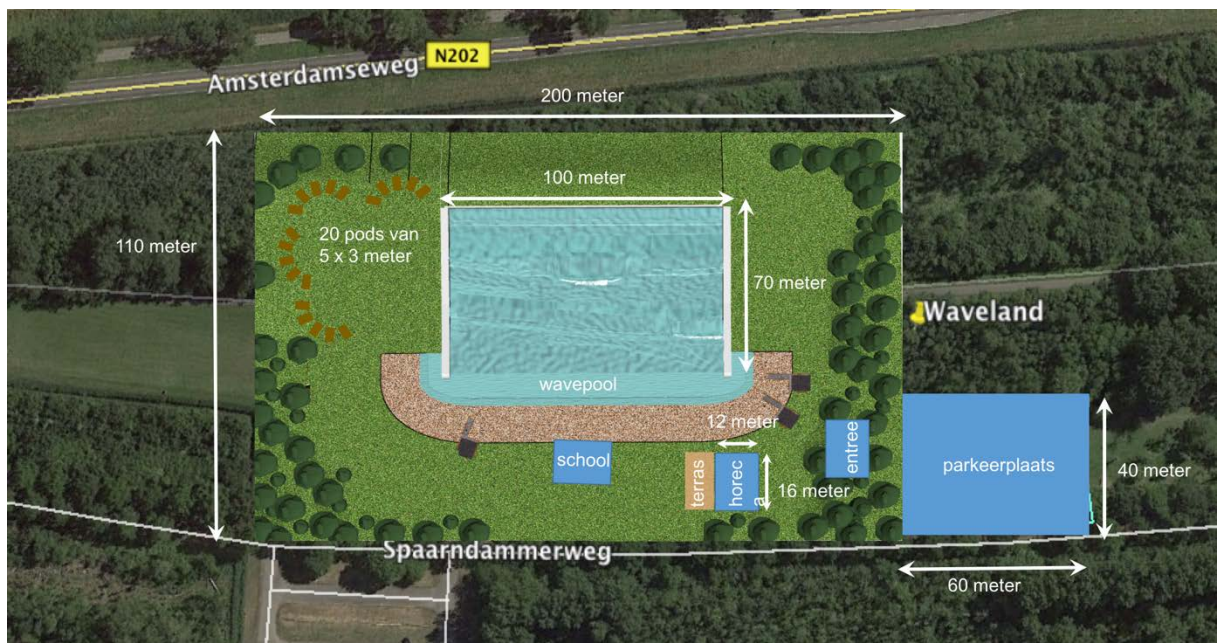
Situatieschets



Afbeelding 3: Waveland gesitueerd in Recreatiepark Spaarnwoude



Afbeelding 4: Ingezoomd op locatie Waveland



Afbeelding 5: Situatieschets Waveland

Het surfpark in detail



Figuur 6: Indicatief overzicht Waveland met nummering.

1. Algemeen

Omvang

Het park beslaat grofweg twee hectare. Zoals aangegeven in figuur 6 bestaat een groot gedeelte uit groen. De ruimte wordt zoveel mogelijk natuurlijk ingepast op de gekozen plek.

Omvang	2,5 hectare
Energieverbruik	600 – 1800 KW per uur afhankelijk van bezetting en intensiviteit van gebruik
Geluid	De installatie maakt geluid door het verplaatsen van lucht onder hoge snelheid, maar dit kan met materialen voor de buitenwereld worden gedempt. De golf die breekt is te vergelijken met hoe dit aan zee klinkt. Voor exacte informatie is nader onderzoek nodig.
Afbakening	Natuurlijke barrières als sloten en bosranden
Nutsvoorzieningen	Elektriciteit, water, riool, internet
Openingsmaanden	gehele jaar (in de wintermaanden november – februari overdekt door een blaashal)
Openingstijden	07:00 – 22:00 uur (afhankelijk van het seizoen kan dit beperkter zijn)

2. Surfpool

Visie:

De surfpool is de “eyecatcher” van Waveland waar golven van 2-3 meter hoog worden gecreëerd. Deze surfpool vormt de basis om onze doelgroep een kwalitatieve surfbeleving te bieden. De optimale afmetingen van de surfpool zullen tot stand komen na een uitgebreide analyse met de leverancier van de technologie. Op basis van eerste besprekingen zijn onderstaande afmetingen opgenomen.

Omvang	100 x 70 meter (breedte x lengte)
Diepte	van 3 meter diep oplopend naar 0 meter
Rand	voor het verloop van golf zal de rand aflopen van + 3 meter naar een normale rand om de pool
Materiaal	Betonnen vloer dat uitmondt in een strand
Water	Gefilterd omgevingswater.

2a. - Machinekamer

De golven worden opgewekt door machines die werken door middel van luchtcompressie. Deze apparatuur bevindt zich in een ruimte aan de achterkant van de Surfpool.

Omvang	5 x 3 meter over de lengte van de surfpool (breedte x hoogte)
Materiaal	beton, bedekt met gras voor een natuurlijke look

2b. – Onderhoudsgebouw

Voor het onderhouden van de surfpool en de rest van het terrein zijn verschillende materialen en machines benodigd. Deze worden hier opgeslagen en onderhouden

Omvang	5 x 5 x 3 meter (Breedte x lengte x hoogte)
Materiaal	Houten schuur

Referentiebeelden

Surfpool American Wave Machines



BSR Surf Ranch, Texas (Aangekondigd eind 2016)



Bebouwing

Om een kwalitatieve beleving te bieden voor onze doelgroep zijn verschillende voorzieningen essentieel. Wij onderscheiden drie onderdelen: de beachclub, de entree met ontvangst, de surfshop en een kantoor, en de surfschool met praktijkruimte, kleedruimte en opslag.

3. Beachclub

Surfen is een individuele sport, maar het delen van die ervaring is essentieel. De beachclub is de ontmoetingsplaats voor deze groep en is het sociale verlengstuk van de surf lifestyle. Daarnaast is de beachclub essentieel om een arrangement te kunnen bieden. Voor groepen hebben wij een aparte ruimte op de bovenverdieping van de beachclub.

Oppervlakte beneden	200 vierkante meter
Oppervlakte boven	150 vierkante meter
Hoogte	7 M aflopend naar 5 M
Terras	200 vierkante meter
Materiaal	Beton met een natuurlijke uitstraling, bijvoorbeeld houten betimmering, groen dak, zonnepanelen

4. Ontvangst, de surfshop en kantoor

Voor Waveland staat een kwalitatieve beleving centraal en daarvoor is de ontvangst belangrijk. Je krijgt immers nooit een tweede kans op een eerste indruk. De ruimte is ruim opgezet, open en ingericht op de surfpool. De ticketverkoop en de surfshop zijn duidelijk zichtbaar en toegankelijk. Het kantoor is geplaatst op de bovenverdieping.

Oppervlakte beneden	200 vierkante meter
Oppervlakte boven	150 vierkante meter
Hoogte	7 M aflopend naar 5 M
Materiaal	Vergelijkbaar met beachclub door twee gespiegelde gebouwen

5. Surfschool

Een groot deel van de bezoekers van Waveland gaat leren surfen. De surfschool is dus een cruciale plek en wederom is hier de kwaliteit van de ervaring leidend. Dit begint in een goed verzorgde en ruim opgezette

Samenvatting Waveland Amsterdam

kleedruimte met dito faciliteiten (warme douche, toilet, kluisjes). De les begint in de praktijkruimte waar met audiovisuele ondersteuning de ervaring begint. Ondertussen heeft de leraar de spullen uit de opslag gepakt en beweegt de les zich naar de surfpool.

Omvang: 140 vierkante meter
Hoogte: 3 M, enkel laags
Materiaal: Beton met een natuurlijke uitstraling, bijvoorbeeld houten betimmering, groen dak, zonnepanelen

Referentiebeelden

Beachclub Witsand, Noordwijk



Beachclub de Branding, Noordwijk



Surfschool



Hart Beach, Schevningen



6. Campingpods

Campingpods voor het gevoel. 20 pods met maximale afmeting van 15m2 per stuk, totaal 300m2. Onze visie is om de bezoekers mee te nemen in de surf lifestyle. Een onderdeel van deze lifestyle is vroeg opstaan en als eerste in het water liggen, maar ook in de avond met andere surfers barbequen, gitaar spelen bij een kampvuur en gezelligheid. Om de ervaring compleet te maken wordt een overnachting mogelijkheid aangeboden door middel van camping pods die voorzien in de basisvoorziening. De kleedruimtes van de surfschool dienen als sanitaire voorziening.

Aantal: 20 pods
Formaat: 15 m2 per stuk, totaal 300 m2

Referentiebeelden



7. Parkeerterrein

Er zijn binnen waveland vier parkeerfuncties te onderscheiden: De horeca, de surfpool, de campingpods en de werknemers. Voor zowel de Horeca, campingpods (bungalow) als de werknemers (bedrijf arbeidsintensief) zijn duidelijke normen te vinden in de Nota Parkeernormenbeleid 2015 van de gemeente Velsen. Voor de surfpool zijn geen duidelijke normen, maar kan een vergelijking worden gemaakt met een sporthal/-zaal (2,3 plekken per 100m² bvo) en de ski- en snowboardhal (5,7 plekken per 100m² sneeuw). Aangezien de ski- en snowboardhal qua aantal bezoekers meer capaciteit heeft zal de norm van een sporthal/-zaal eerder afdoende zijn en is dit aangehouden.

Horeca	17	5,5 parkeerplekken per 100 m ² bvo
Camping	24	1,2 parkeerplekken per standplaats
Kantoor	2	1,9 parkeerplekken per 100m ² bvo
Surfpool	138	2,3 parkeerplekken per 100m ² bvo
-/-	<u>31</u>	Gecombineerd gebruik omdat camping en horeca veelal gebruikt zal worden door bezoekers van de surfpool
Totaal parkeerplekken	150	

Blaashal wintermaanden

Om tijdens de koudste maanden van het jaar (november tot en met februari) ook te kunnen surfen wordt er een blaashal over de surfpool geplaatst. Dit is een overkapping die de laatste jaren steeds meer gebruikt wordt om sportfaciliteiten te overdekken en snel is op te zetten. Dit biedt de mogelijkheid om door te gaan met de exploitatie en fanatieke surfers te binden aan de locatie en belangrijker, de sport.

Materiaal:	Blaashal
Formaat:	Op de rand van de surfpool
Hoogte	+/- 12 meter

Verder onderzoek zal noodzakelijk zijn om de exacte afmetingen van de blaashal te bepalen.

Referentiebeelden

Blaashal op tennisterrein



Blaashal, Trainingscomplex Ajax



Overig

Events

Gedurende het jaar zullen er verschillende evenementen plaatsvinden op het park, bijvoorbeeld surfwedstrijden zoals het Nederlands Kampioenschap.

Verlichting

Om de openingstijden te kunnen realiseren is er verlichting rondom de surfpool benodigd. Voor de verlichting van een surfpool zijn nog geen normen vastgesteld zoals die voor sportvelden. De omvang van de surfpool is vergelijkbaar met die van een amateur voetbalveld. Hiervoor is een NEN-EN klasse II van toepassing. Dit betekent dat een minimale verlichting van 200 LUX noodzakelijk is.

Financiën

Verwachte omzet

De verwachte omzet is als volgt begroot:

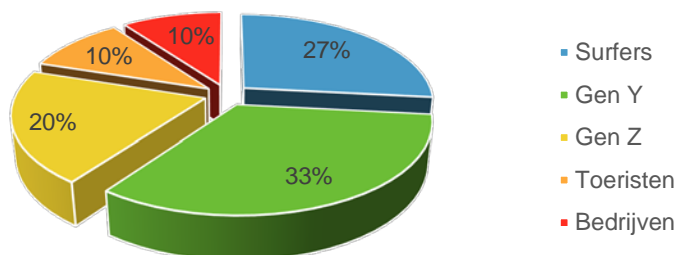
Jaar	1*	2	3	4	5
# Surfers	50,000	70,000	75,000	80,000	84,000
Bezettingspercentage	29%	32%	35%	37%	39%
(Bedragen x € 1,000)					
Omzet	2,000	2,800	3,000	3,200	3,400
Kostprijs omzet	-300	-420	-450	-480	-510
Brutomarge	1,700	2,380	2,550	2,720	2,890

* De planning zal zijn om waveland aan het begin van het jaar te openen waardoor jaar 2 het eerste volledige jaar zal zijn

Bovenstaande verwachting is op basis van een realistisch scenario. De onderkant van het aantal bezoekers dat jaarlijks benodigd is om break-even te kunnen opereren ligt tussen de 35 - 40 duizend surfers. Op basis van de omvang van de doelgroep, de locatie en het aantal surfers van recreatiepark Spaarnwoude behoort jaarlijks 100.000 surfers tot het positieve scenario.

De opbouw van de surfers is als volgt opgebouwd:

Verdeling bezoekers



Aannames

Waveland Amsterdam zal één van de eerste surfparken ter wereld worden en hiermee een innovatief product op de markt brengen waarvoor geen historische data beschikbaar is om een begroting om te stellen. Om hier toe te komen zijn een aantal aannames gemaakt met inachtneming van vergelijkbare projecten. Onderstaand zijn deze omschreven:

- De gemiddelde besteding per surfer is begroot op EUR 40 excl BTW. Verwacht wordt dat het totaal aantal bezoekers van het surfpark hoger ligt dan het aantal surfers;
- Besteding is vergelijkbaar met andere recreatie activiteiten;
- Grotendeels komt de omzet voort uit de ticketverkoop en lessen (>50%) en de horeca (30%);
- Aantal surfers dat per sessie tegelijkertijd kan surfen is 60.

Investeringsbehoefte

De surfsport staat in Nederland nog in de kinderschoenen, maar is nog nooit zo populair geweest. Er is een duidelijke groei te zien in aantal surfscholen en actieve surfers. Een groeiende markt is er een om in te investeren. Voor een project als Waveland is financiering nodig. De totale investering voor Waveland wordt

Samenvatting Waveland Amsterdam

begroot op EUR 5 miljoen waarvan het grootste deel betrekking heeft op de technologie en inrichting van de surfpool.

De investering kan in grote lijnen als volgt opgedeeld worden:

Onderdeel	Investering (x € 1.000)
Aanschaf technologie en aanleg Surfpool	3.700
Beachclub	500
Surfschool	100
Ontvangst/kantoor/surfshop	250
Camping	200
Overig	250
Totaal	5.000

Latere fase

Blaashal voor overkapping winter	500
----------------------------------	-----

Financiering

Na verschillende sessies met betrekking tot financiering te hebben bijgewoond en oriënterende gesprekken met financiële partijen te hebben gevoerd is kort samengevat dat de investering van EUR 5 miljoen bijeen zal worden gefinancierd door middel van een gestapelde financiering. Hierin zullen de banken en investeerder(s) (totaal 70%) een significant deel voor zich nemen. De resterende 30% zal bestaan uit financiering door de oprichters, friends & family funding, crowdfunding en crediteuren:

	Financiering (x € 1.000)
Investeerder	1.500
Oprichters	250
Family & Friends funding	250
Totaal Eigen Vermogen	2.000
Bank	2.000
Crowdfunding	500
Crediteuren	500
Totaal leningen	3.000
Totaal Financiering	5.000

Risico's

Bij het succesvol ondernemen hoort dat je bewust bent van de voordelen, maar ook van de risico's en bedreigingen. De risico's en bedreigingen, zoals een verslechtering van het economisch klimaat, tegenvallende populariteit, toenemende concurrentie of defecte technologie, kunnen leiden tot lagere bezoekersaantallen of uitgaven.

Voordelen

De benoemde risico's zijn inherent aan het plan en dienen in aanmerking genomen te worden gedurende de realisatie van het plan. Gezien de beschikbare informatie omtrent de ontwikkelingen van de surfmarkt zoals de aanwezige groei in het aantal surfers, de populariteit van de sport, de gezonde levensstijl, de doelgroep, de bestedingen aan recreatie activiteiten en de nominatie als Olympische sport wijst erop dat er in tegenstelling tot de risico's grote kansen zijn voor de ontwikkeling van een surfpool. Naast de voordelen voor de surfer

Samenvatting Waveland Amsterdam

(constante condities, in te plannen, onafhankelijk van het weer, bereikbaar, veilige omgeving en goedkoop t.o.v. surfreizen) brengt dit een aantal voordelen met zich mee:

- de realisatie van een surfpool zet de regio wereldwijd op de kaart en zal de aantrekkelijkheid voor toerisme vergroten. Op dit moment is wereldwijd één surfpark geopend en operationeel. Voor de wereld betreft het een uniek concept en daardoor zal het overal in de wereld worden uitgelicht, zeker onder de surfpopulatie, en in de belangstelling staan;
 - technologie staat in de kinderschoenen De technologie is nog volop in ontwikkeling en biedt een kans om mee te gaan met de ontwikkeling en het beeld te creëren van een innovatieve regio met lef;
 - de economische groei wordt gestimuleerd. Door middel van het creëren van banen op het park, maar ook bij toeleveranciers, recreanten die Waveland bezoeken en de opbrengsten vanuit het surfpark wordt de economie gestimuleerd;
 - toename van het aanbod van activiteiten in de regio. Voor de aantrekkelijkheid van de regio is het belangrijk dat een gevarieerd aanbod van activiteiten wordt aangeboden in de regio. De realisatie van een surfpark draagt hieraan zeker bij omdat het een nieuwe activiteit is die men kan doen;
 - stimulering van de sport onder de bevolking en de hieruit voortkomende positieve effecten. De surfsport is gezond voor lichaam en geest en draagt bij aan het welzijn en een actiever leven van de bezoekers.
-

Het team

Het team bestaat uit Bart Jan Bakker en Rutger de Witte. Beiden zijn enthousiast en gedreven op hun gebied en hebben een positieve instelling. De relevante ervaring is opgedaan gedurende hun carrière. Gezien de verschillen in ervaring en de manier waarop het project is opgezet is de nodige kennis aanwezig bij ons dan wel de adviseurs/partners om het project succesvol uit te voeren. Op het moment van ontwikkeling zal een partij worden gezocht met ervaring in vastgoedprojecten. Onderstaand is een beschrijving opgenomen van de relevante ervaring.

B.J. (Bart Jan) Bakker RA

Bart Jan heeft zijn financiële kennis opgebouwd als accountant bij PwC. Na het behalen van de Register Accountant (RA) opleiding heeft hij de stap gezet naar de retailsector als Business Controller. Hierbij heeft hij verschillende projecten uitgevoerd, waaronder de implementatie van performance management software, strategieproject en het opstellen van business cases. Momenteel werkzaam als zzp'er voor financieel/IT gerelateerde projecten. Bart Jan is positief ingesteld, leert snel en denkt goed na over de situaties.

Werkzaamheden

2015-heden	Tailored Finance, zelfstandig Finance/IT consultant
2012-2014	Scotch & Soda, Business controller Wholesale
2007-2012	PwC Accountants, Teamleider

Opleiding

Postdoctorale accountancy (RA) opleiding

Hobby's

Snowboarden, tennis, voetbal, reizen



R.A. (Rutger) de Witte

Rutger heeft geruime ervaring opgedaan in sales en marketing. Hij denkt vanuit de eindgebruiker waardoor de experience centraal staat. De key onderdelen van zijn werk zijn: het opzetten van nieuwe activiteiten, het bedenken van commerciële, strategische plannen en de uitvoering hiervan en het binnenhalen van nieuwe klanten. Rutger is enthousiast, energiek en motiveert zijn omgeving.

Werkzaamheden

2015 – heden	Grapedistrict, Manager Horeca - Aansturing Salesteam - strategisch beleid horeca & festival tak - marketing voor Horecatak
2014 – 2015	Sabbatical, reis van 7 maanden om te surfen
2012 – 2014	Grapedistrict, Key accountmanager Horeca
2009 – 2012	Grapedistrict, Accountmanager horeca
2007- 2009	Grapedistrict, Winkelmanager



Opleiding

HBO – hotel- en hospitality management aan de TIO (diploma behaald)

Hobby's

Golfsurfen, tennis, voetbal, reizen
