

# Wereld Tentoonstelling als springplank voor waterfront beleving

Beleving van het waterfront naar aanleiding van het flagship project en de daarbij horende visie in Lissabon



Afbeelding: Zicht op het waterfront vanaf de flagship locatie in Lissabon, Portugal  
Bron: foto door onderzoeker.

## Bachelorthesis

Rijksuniversiteit Groningen  
Faculteit Ruimtelijke Wetenschappen  
Technische Planologie

20 september 2016

student: Britta Obbens  
s2084767

docent: drs. P.J.M. van Steen

# Samenvatting

De stad is in de vorige eeuw veel veranderd. Waar het eerst een plaats van productie was heeft zich na de Tweede Wereldoorlog een overgang voltrokken naar de stad als plaats voor consumptie. De hedendaagse uitdaging voor de stad is het aantrekkelijk worden en blijven voor investeerders, inwoners en toeristen. Het stedelijk beleid is er dan ook op gericht om economisch en symbolisch belangrijke, nieuw stedelijke, consumptie locaties te ontwikkelen (Jayne, 2006, in Goncalves & Thomas, 2012). Waterfront regeneratie is voor steden aan het water de manier om deze uitdaging aan te gaan (Goncalves & Thomas, 2012).

Het waterfront van een stedelijk gebied is een locatie waar veel factoren samenkomen. Naast de fysieke combinatie van land en water, is het een plaats waar verandering begint en mede hierdoor kent het waterfront in veel steden een rijke geschiedenis. Nu is het zo dat de herontwikkeling van steden vaak gepaard gaat met een visie. In de stad wordt in sommige gevallen een locatie aangewezen als flagship voor deze visie. Het flagship gebied werkt als een katalysator, vanuit dit gebied wordt de beleving van de stad vergroot en gepromoot. Bij een flagship ontwikkeling gaat het om hoogstaande projecten die het symbool van de stad worden en daarmee wereldwijd concurreren met andere steden.

In Lissabon, de hoofdstad van Portugal, gelokaliseerd aan de rivier De Taag, die uitmondt in de Atlantische Oceaan is een flagship project ontwikkeld en deels uitgevoerd. Doucet et al. (2010) stelt dat flagship projecten grote invloed hebben op de gebruikers van de stad. En kennis over de beleving van de gebruikers van de stad veel informatie kan geven voor toekomstige projecten. Het is volgens Doucet et al. (2010) dan ook van belang dat er onderzoek gedaan wordt naar deze beleving.

In dit onderzoek wordt de visie voor het flagship in Lissabon vergeleken met de beleving van gebruikers. Die beleving is doormiddel van kwalitatief onderzoek vastgesteld. Op deze manier is de volgende hoofdvraag onderzocht.

## **In hoeverre komt de beleving van gebruikers, van Lissabon als stad aan het water, overeen met de ontwikkelde (toekomst) visie voor de Expo'98, het Flagship project van de stad?**

In de visie is gesteld dat de connectie tussen het waterfront en de rest van de stad versterkt moet worden om zo Lissabon als stad aan het water te promoten en te laten beleven (Alden & Da Rosa Pires, 1996). De resultaten afkomstig uit het enquête onderzoek lijken niet overeen te komen met de beschreven visie. Veel participanten noemen in een spontane beschrijving van de stad het waterfront niet. Wel wordt, bij het gericht vragen naar het waterfront, door de meerderheid van de participanten het waterfront als een van de toplocaties van de stad bestempeld.

Een van de hypotheses in dit onderzoek is, dat als de visie geslaagd is en Lissabon gezien wordt als stad aan het water, het waterbewustzijn in de hele stad gelijk zou moeten zijn. Uit de resultaten blijkt dat het waterbewustzijn het hoogst is als men zich direct aan het water bevindt. Maar het is niet zo dat het waterbewustzijn het laagst is op de locatie die het verste weg van het water gelegen is. Uit dit onderzoek blijkt dat het waterbewustzijn het laagst is in het flagship gebied. Dit gebied is juist ontwikkeld om de connectie tussen de stad en het water te versterken, deze uitkomst is dan ook zeer opmerkelijk.

De conclusie ten opzichte van de hoofdvraag is dat de beleving van Lissabon als stad aan het water niet overeen komt met de opgestelde visie voor de Expo'98, het flagship project van de stad. Het uitgevoerde onderzoek geeft nog weinig inzicht in de reden waarom deze beleving niet overeenkomt met de visie. Naar aanleiding van dit onderzoek is de aanbeveling om nog een belevingsonderzoek te doen, waarbij de vragen in de enquête een focus hebben op aspecten uit de fysieke ruimte van het onderzoeksgebied. De onderzoeker beveelt een dergelijk nieuw belevingsonderzoek bovendien nog eens extra aan, omdat het uitgevoerde onderzoek heeft laten zien dat de beleving van gebruikers van de stad nieuwe inzichten oplevert en daarmee een aanvulling is op ander onderzoek.

# Inhoudsopgave

<b>Samenvatting</b>	<b>2</b>
<b>Inhoudsopgave</b>	<b>3</b>
<b>1. Inleiding</b>	<b>4</b>
1.1. Aanleiding	4
1.2. Probleemstelling	5
1.2.1. Hoofdvraag	5
1.2.2. Subvragen	5
1.2.3. Hypothese	5
1.3. Opbouw thesis	5
<b>2. Theoretisch kader</b>	<b>6</b>
2.1. Waterfront	6
2.2. Waterfront regeneratie	6
2.3. Flagship projecten	7
2.4. Sociale dimensie	7
2.5. Koppeling naar eigen onderzoek (Conceptueel model)	8
<b>3. Methodologie</b>	<b>9</b>
3.1. Locaties	10
3.2. Data-analyse	10
<b>4. Resultaten</b>	<b>11</b>
4.1. Visie	11
4.2. Onderzoeksgroep	13
4.3. Eerste indruk van Lissabon	13
4.4. Bekendheid Expo'98 gebied	14
4.5. Connectie met het water	15
4.6. Verschillende locaties	16
4.7. Waardering van het waterfront	17
4.8. Reflectie	18
<b>5. Conclusie</b>	<b>19</b>
5.1 Bevindingen en aanbevelingen	20
<b>Literatuurlijst</b>	<b>21</b>
<b>Bijlagen</b>	<b>22</b>
Bijlage 1, enquête	22
Bijlage 2, data analyse	26
Bijlage 3, buurten in Lissabon	28
Bijlage 4, Rapport cijfer waterfront en uitspraken	29

# 1. Inleiding

## 1.1. Aanleiding

De stad is in de vorige eeuw veel veranderd. Waar het eerst een plaats van productie was heeft zich na de Tweede Wereld oorlog een overgang voltrokken naar de stad als plaats voor consumptie. De hedendaagse uitdaging voor de stad is het aantrekkelijk worden en blijven voor investeerders, inwoners en toeristen. Het stedelijk beleid is er dan ook op gericht om economisch en symbolisch belangrijke, nieuw stedelijke, consumptie locaties te ontwikkelen (Jayne, 2006, in Goncalves & Thomas, 2012).

Waterfront regeneratie<sup>1</sup> is de belichaming van deze shift (Goncalves & Thomas, 2012). Het waterfront van een stedelijk gebied is een locatie waar veel factoren samenkomen. Naast de fysieke combinatie van land en water, is het ook een plaats waar verandering begint en mede hierdoor kent het waterfront in veel steden een rijke geschiedenis. Een geschiedenis die meestal gaat over succes — denk aan het ontdekken van de wereld en handel — maar ook gepaard gaat met meer gevoelige stukken — zoals afscheid van dierbaren en slavernij. Waterfront regeneratie is door de grote verscheidenheid aan belangen en historische ontwikkelingen een uitdagende manier van ontwikkelen. Zeker ook omdat het gebied door deze verscheidenheid zeer aantrekkelijk is, niet alleen als het gaat om vastgoed investeringen, maar juist ook als het gaat om sociaal- culturele ontwikkeling en het behoud van het landschap (Giovinazzo & Moretti, 2010).

Lissabon, de hoofdstad van Portugal, gelokaliseerd aan de rivier De Taag, die uitmondt in de Atlantische Oceaan, kent een rijke geschiedenis met betrekking tot haar waterfront. Om de stad cultureel en economisch te stimuleren werd een mega project gestart om Expo'98<sup>2</sup> te hosten. Dit was een kans om het stedelijke landschap van Lissabon te verbreden en te verbeteren. Naar aanleiding hiervan werd een waterfront gebied aan de oostzijde van de stad ontwikkeld met als thema: "The Oceans: Our Legacy for the Future". (Goncalves & Thomas, 2012) De ruimtelijke ontwikkeling van het project is niet alleen bedoeld om het evenement te hosten, maar het gebied zou ook moeten gaan werken als een katalysator voor stedelijke vernieuwing en herontwikkeling. Hiermee is het een voorbeeld van een typisch flagship project. Het grootste doel was om de hoofdstad internationaal op de kaart te zetten door de connectie met de Atlantische Oceaan te versterken en te promoten (Carrière & Demazière, 2002).

Een flagship project wordt vaak aangeduid als een project dat als katalysator voor stedelijke vernieuwing werkt. Het flagship project moet nieuwe inwoners, investeerders en toeristen aantrekken. Het gaat om hoogstaande projecten die het nieuwe symbool van de stad worden en daarmee wereldwijd concurreren met andere steden. Flagship projecten hebben grote invloed op de ruimtelijke invulling van een gebied. Deze ruimtelijke veranderingen hebben op hun beurt weer invloed op de beleving van de gebruikers van het gebied. Aan deze beleving wordt tot nu toe weinig aandacht besteed in onderzoek naar Flagship projecten. Meer informatie over de beleving van gebruikers kan echter wel veel inzicht brengen voor volgende projecten. Het is dus van belang dat er onderzoek gedaan wordt naar deze beleving (Doucet et al. 2010).

Nu, anno 2016, bijna twintig jaar na de opening van de Wereld Tentoonstelling lijkt het interessant om te onderzoeken hoe het waterfront gebied in Lissabon ervaren wordt door de gebruikers van de stad. Ook is het, tegen de zojuist geschetste achtergrond, zinvol om te onderzoeken wat de nalatenschap van het thema van het flagship project is. Heeft Lissabon de springplank van de Wereld Tentoonstelling gebruikt?

---

<sup>1</sup> Waterfront regeneratie is de aanpassing van het waterfront naar de behoeften van de huidige tijd.

<sup>2</sup> Expo'98 is "Lisbon World Exposition", de Wereld Tentoonstelling in 1998 te Lissabon, Portugal.

## 1.2. Probleemstelling

Het doel van dit onderzoek is inzicht te krijgen in de ervaring van het water(front) in Lissabon door de gebruikers van deze stad. Aan het eind van de vorige eeuw heeft de gemeente Lissabon een duidelijke visie opgesteld, die begon met het Expo'98 project en die zou doorgaan langs de rest van het waterfront (Gemeente Lissabon, 2008). Dit plan, het flagship project van de stad, zal centraal staan in dit onderzoek. Vanuit dit project wordt gekeken of de visie die toen geformuleerd is, namelijk een betere connectie met de oceaan en het waterfront in de stad, ook op die manier ervaren wordt in de stad.

---

### 1.2.1. Hoofdvraag

***In hoeverre komt de beleving van gebruikers, van Lissabon als stad aan het water, overeen met de ontwikkelde (toekomst) visie voor de Expo'98, het Flagship project van de stad?***

---

### 1.2.2. Subvragen

1. *Wat is de ontwikkelde visie voor Expo'98 met betrekking tot de connectie van land en water?*
  2. *Hoe wordt Lissabon ervaren door de gebruikers van de stad?*
  3. *Hoe wordt het Expo'98 gebied ervaren door de gebruikers met betrekking tot de gestelde visie voor dit gebied?*
  4. *Hoe worden locaties elders in Lissabon ervaren door de gebruikers met betrekking tot de visie voor Expo'98?*
  5. *Is de beleving van Lissabon als stad aan het water op verschillende locaties gelijk, ongeacht de nabijheid van het waterfront?*
- 

### 1.2.3. Hypothese

De verwachting is dat bij een goede uitwerking van de gestelde visie voor de Expo'98 de beleving van Lissabon als stad aan het water overeenkomt met de visie. De beleving van het waterfront is dan in de gehele stad sterk aanwezig ongeacht het feit of de locatie waar men zich bevindt wel of niet direct aan het water gelegen is.

## 1.3. Opbouw thesis

In deze thesis wordt de beleving van Lissabon als stad aan het water besproken naar aanleiding van de visie die opgesteld is voor het flagship project van de stad. Als eerste zal het theoretisch kader voor het onderzoek gegeven worden. Ten tweede is in samenhang met dit kader een conceptueel model opgesteld, dat gebruikt wordt in dit onderzoek. Vervolgens wordt de methodologie van het onderzoek besproken, hier wordt de enquête die gehouden is met gebruikers van de stad gepresenteerd en er wordt besproken hoe de verkregen resultaten geanalyseerd zijn. Daarop volgend is het hoofdstuk resultaten te vinden alsmede een reflectie op het onderzoek en bijbehorende conclusies.

## 2. Theoretisch kader

### 2.1. Waterfront

Het stedelijk waterfront omvat de oevers en kustlijnen van het stedelijk gebied (Sepe, 2013). Een gebied waar de natuurlijke componenten land en water een interactieve relatie met elkaar hebben (Bunce & Desfor, 2007). Het kan gaan om elke vorm van water, van de oceaan tot een kanaal. Een waterfront ontwikkeling is een ontwikkeling van dit gebied, waarbij de focus kan liggen op het behoud van de natuur, het ontwikkelen van een wereldhaven en alle mogelijk denkbare manieren die daar tussenvallen (Sairinen & Kumpulainen, 2005). Kortom, het waterfront is de locatie waar land en water elkaar raken. En alle ruimtelijke ontwikkelingen die plaatsvinden op een dergelijke locatie zijn dan waterfront ontwikkelingen.

Het concept waterfront is belangrijk om te benoemen voor dit onderzoek, omdat dit het onderzoeksgebied betreft. Het hebben van een waterfront maakt de ontwikkeling van een stad vanuit de geschiedenis en voor de toekomst anders dan een stad die niet aan het water grenst.

### 2.2. Waterfront regeneratie

Waterfront regeneratie is het revitaliseren van gebieden in de stad die aan het waterfront liggen. Rond 1960 begon de trend in Noord Amerika van het herontwikkelen van industrie (haven) gebieden langs het water tot meer leefbare en inspirerende locaties voor de stad. Niet veel later volgde Europa. In de jaren '80 van de vorige eeuw ontstond het idee om oude havens om te toveren tot sociale, culturele, economische en festiviteiten gebieden. De nieuwe inrichting van het waterfront werd een manier van internationale concurrentie voor steden, om zo veel mogelijk investeerders aan te trekken. Het waterfront zou op die manier de hele stad een culturele en economische 'boost' kunnen geven. De projecten moeten op internationaal niveau de stedelijke transformatie uitstralen, het waterfront als beginpunt van verandering (Goncalves & Thomas, 2012).

Waterfront regeneratie is een nieuwe vorm van beleid maken. Maar het is meer dan alleen het stellen van politieke doelen. Door de vele betrokkenen bij het waterfront is waterfront regeneratie de aanleiding voor debat. In sommige gevallen kan de diversiteit van belanghebbenden zelfs leiden tot conflicten. (Sairinen & Kumpulainen, 2005)

Er is veel onderzoek gedaan naar waterfront regeneratie projecten over de hele wereld. Er is een lijst gemaakt met 10 principes voor een duurzame ontwikkeling van het stedelijk waterfront. Zowel Giovinazzo & Moretti (2010) als Sepe (2013) halen deze principes aan.

1. *Verzeker de kwaliteit van het water en het milieu*
2. *Waterfronten maken deel uit van de bestaande stedelijke structuur*
3. *De historische identiteit geeft karakter*
4. *"Mixed-use" is een prioriteit*
5. *Publieke toegankelijkheid is een voorwaarde*
6. *Plannen in een publiek-private samenwerking versnelt het proces*
7. *Publieke betrokkenheid is een toevoeging aan de duurzaamheid van het project*
8. *Waterfronten zijn lange termijn projecten*
9. *Revitaliseren is een steeds doorgaand proces*
10. *Waterfronten zorgen voor profijt bij het vormen van internationale netwerken*  
(Giovinazzo & Moretti, 2010 pag.59) (Sepe, 2013 pag. 600-601)

Deze 10 principes geven een duidelijke richting over welke punten belangrijk zijn bij deze vorm (waterfront regeneratie) van stedelijke ontwikkeling. Zij geven inzicht in wat waterfront regeneratie teweeg zou kunnen brengen voor het culturele en sociale bewustzijn in een stad en de economische (internationale) ontwikkeling. Het concept waterfront regeneratie en het hier onder beschreven concept, Flagship projecten, zijn de kapstok voor dit onderzoek. Zij vormen het uitgangspunt waarvandaan de publieke beleving getoetst zal worden.



## 2.3. Flagship projecten

Een Flagship project kent volgens Doucet et al. (2010) zeven hoofddoelen of taken.

1. Beeldvorming en verbetering
2. Katalysator voor verdere investeringen en groei
3. Aantrekken van toeristen of het creëren/uitbreiden van de toeristen industrie
4. Gentrification<sup>3</sup>
5. Hoger in de stedelijke hiërarchie komen
6. Een focus op het door laten vloeien van successen op alle sectoren van de samenleving
7. Directe sociale voordelen (in de vorm van bijvoorbeeld nieuwe infrastructuur)

Flagship projecten zijn projecten die op grotere schaal effect hebben, dan alleen op de directe omgeving. De doelen voor een project die gesteld worden, vaak naar aanleiding van een visie, geven de eerste contouren aan van de gewenste toekomst.

## 2.4. Sociale dimensie

Beleidsmakers geven steeds meer aandacht aan de sociale dimensie bij projecten, omdat een goede betrokkenheid zorgt voor een meer duurzame uitkomst van een project (Sairinen & Kumpulainen, 2005). En zoals bij de concepten “Waterfront regeneratie” en “Flagship projecten” is beschreven worden toekomst visies en daarmee duurzame ontwikkeling steeds belangrijker. Om de sociale dimensie te toetsen deelt Sairinen & Kumpulainen (2005) deze in 4 categorieën in, zie *figuur 1*.

*R. Sairinen, S. Kumpulainen / Environmental Impact Assessment Review 26 (2006) 120–135*    125

Table 1  
The social dimensions of urban waterfront planning

Resources and identity	<ul style="list-style-type: none"><li>– Main characteristics and strengths of the area</li><li>– Opinions of the environmental, cultural or historic values</li><li>– Significance to the visual, social, and cultural identity (city image, community identity)</li></ul>
Social status	<ul style="list-style-type: none"><li>– For whom (social, age or ethnic groups) are the housing and service areas planned and built?</li><li>– Role of social/private housing</li><li>– Segregation and/or gentrification processes</li></ul>
Access and activities	<ul style="list-style-type: none"><li>– Are the waterfront areas accessible to the public?</li><li>– What kinds of activities are possible? “Water dependency”</li><li>– Easy or difficult approach to waterfront?</li><li>– Traffic and parking questions; waterfront routes</li></ul>
Waterfront experience	<ul style="list-style-type: none"><li>– Presence of water (sea, lake, river, etc.)</li><li>– Restorative experiences, importance of visual messages, physical touch, tastes, voices, moving in the space, sense of transition as identification</li></ul>

*Figuur 1, Sairinen & Kumpulainen, 2005, pagina 125*

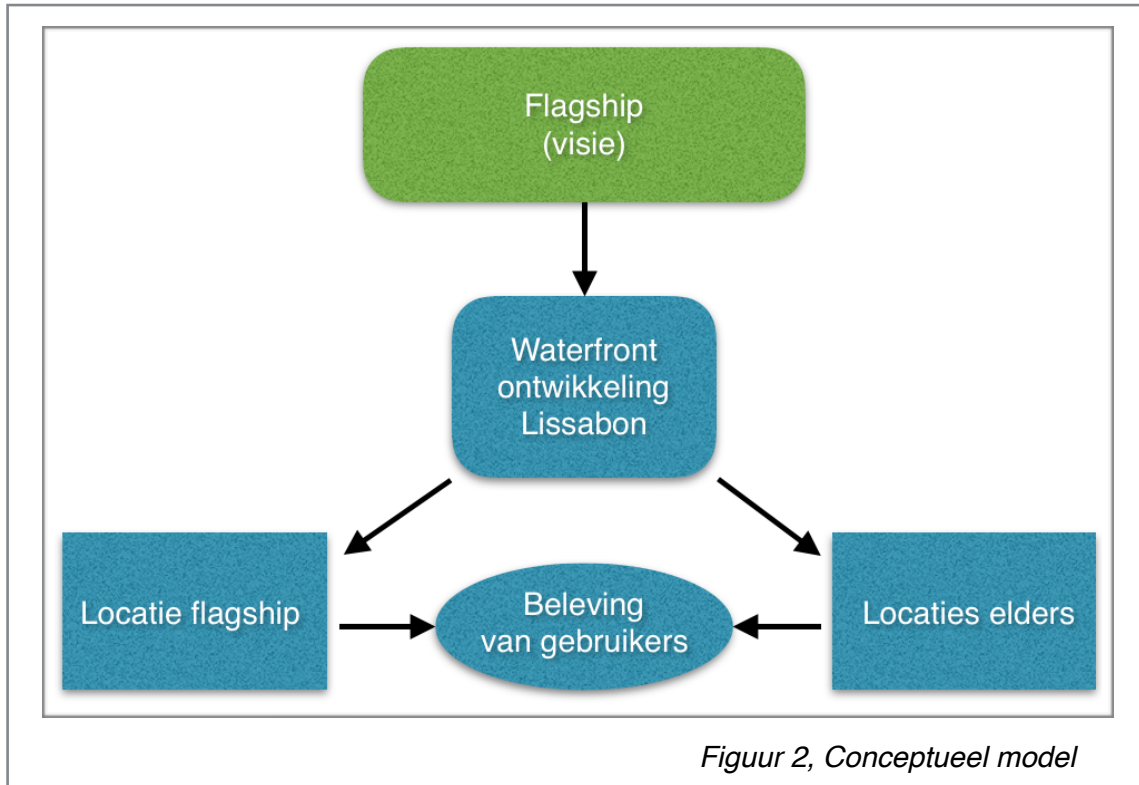
In dit onderzoek ligt de focus op de beleving van de eerste categorie, *resources and identity*, en de laatste categorie, *waterfront experience*.

<sup>3</sup> Het aantrekken van jonge professionals, die vaak meer geld te besteden hebben dan de huidige inwoners van een gebied. Dit heeft invloed op de prijzen van de woningen en de hele samenstelling van een gebied.

## 2.5. Koppeling naar eigen onderzoek (Conceptueel model)

In dit onderzoek en deze analyse zal gekeken worden of de visie voor het waterfront gebied in Lissabon een flagship gebied is volgens de theorie. Ook wordt gekeken wat huidig onderzoek naar het gebied als resultaten kent. En of deze verzameld zijn door middel van sociaal onderzoek. Dit onderzoek zal zich focussen op de publieke beleving, dit kan leiden tot nieuwe inzichten.

De concepten die van toepassing zijn in dit onderzoek zijn in een schematisch model weergegeven in *figuur 2*. Hier is te zien hoe de concepten met elkaar in verband staan.





### 3. Methodologie

Het eerste deel van het onderzoek staat in het teken van het uitzoeken van de visie die de gemeente Lissabon heeft opgesteld met betrekking tot haar waterfront en meer specifiek het flagship gebied van de stad. Dit is een literatuuronderzoek waar verschillende bronnen elkaar zullen aanvullen.

Het tweede deel van het onderzoek staat in het teken van de beleving van de stad. Om inzicht te krijgen hoe gebruikers de stad ervaren is een enquête opgesteld. Deze enquête is zo opgebouwd dat deze eerst de algemene indrukken van de participanten bevraagt en steeds meer specifiek over het waterfront zal gaan. In *bijlage 1* is de enquête terug te vinden.

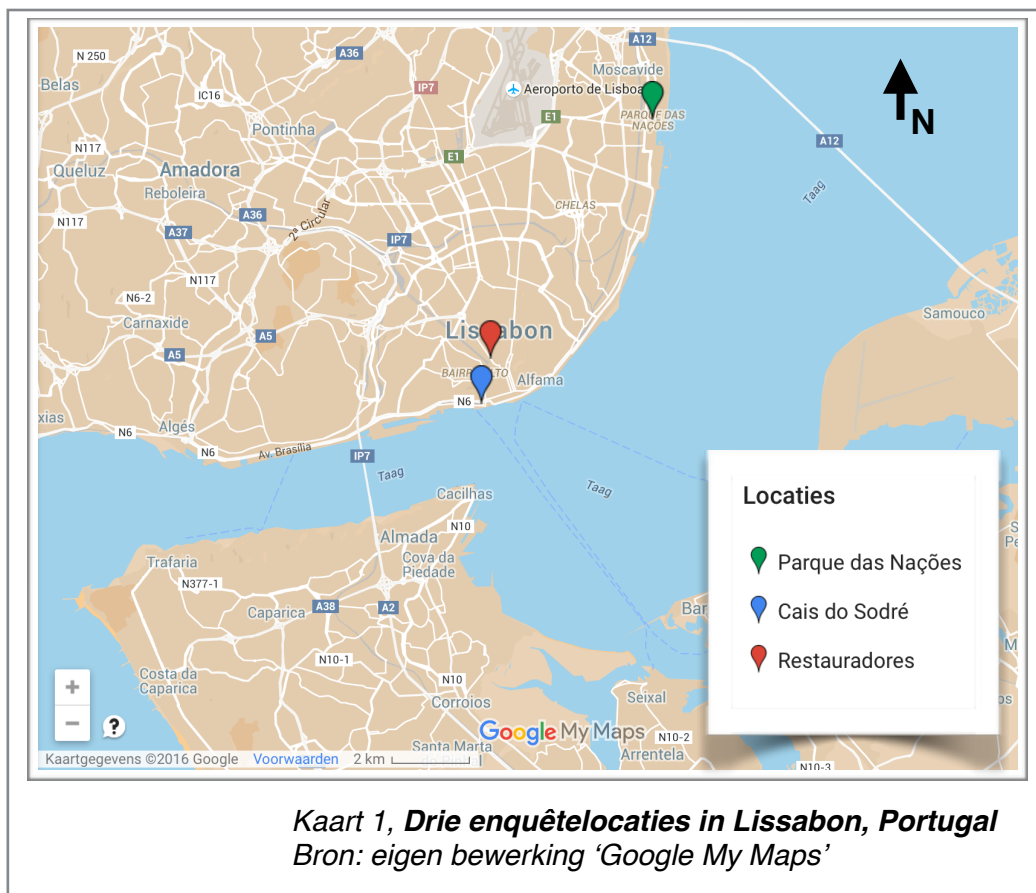
De enquête is 'face-to-face' afgenomen, dit houdt in dat de vragen door de onderzoeker gesteld worden en de antwoorden door de onderzoeker opgeschreven worden. Het onderzoek vindt plaats in Portugal waardoor de meeste mensen in de stad de Portugese taal als moedertaal hebben. Om deze reden is het onderzoek uitgevoerd met behulp van een vertaler die over de Portugese, Engelse, Spaanse en Italiaanse taal beschikt.

De enquêtes zijn in juni 2016 afgenomen. Het gaat om een belevingsonderzoek van de stad in het algemeen. De beleving is in zekere mate niet verbonden aan het moment van het interview, omdat het ook gaat over kennis en eerdere ervaringen.

Om te onderzoeken of de beleving van Lissabon als stad aan het water gelijk is in de hele stad, ongeacht de nabijheid van het waterfront is er gekozen de enquête op 3 verschillende locaties uit te voeren. Deze locaties worden in de volgende paragraaf geïntroduceerd met behulp van een kaart. De participanten zijn op deze locaties geworven door een toevallige ontmoeting met de onderzoekers. Dit heeft als nadeel dat een grote groep mensen uitgesloten is van onderzoek. Het voordeel is dat de locatie centraal staat en het onderzoek spoedig verloopt. Dit laatste wil zeggen dat de onderzoeker directe informatie verschaft en er geen wachttijd is doordat bijvoorbeeld enquêtes moeten worden opgestuurd.

### 3.1. Locaties

Zie kaart 1, *Drie enquêtelocaties in Lissabon, Portugal* voor de aanduiding van de drie verschillende locaties.



Locatie 1, Parque das Nações:

Deze locatie is de flagship locatie, Expo'98 (Park of Nations).

Locatie 2, Cais do Sodré:

Deze locatie is het stedelijk waterfront aan het oude centrum van Lissabon. De locatie bevindt zich direct aan het water.

Locatie 3, Restauradores:

Deze locatie bevindt zich in het oude centrum van Lissabon op enige afstand van het waterfront.

De locaties zijn zo gekozen dat ze zeer van elkaar verschillen. De locaties moeten van elkaar verschillen om een zo goed mogelijk beeld te krijgen van de algemene beleving van Lissabon als stad aan het water.

### 3.2. Data-analyse

Voor de data-analyse is de vragenlijst opgedeeld in vier categorieën: Feiten-, Gesloten-, Open- en Diepte vragen. In *bijlage 2* is de volledige vragenlijst terug te vinden opgedeeld in de verschillende categorieën. De verschillende categorieën worden doormiddel van het kleurschema, uitgewerkt in *bijlage 2*, aangegeven. Ook worden in de *bijlage 2* de type vragen verder toegelicht.

De data worden geanalyseerd op een manier waarin er antwoorden zijn die positief, negatief dan wel neutraal overeenkomen met de gestelde visie voor het flagship gebied. Op deze manier kan doormiddel van kwalitatief onderzoek inzicht gegeven worden in de beleving van de stad.

## 4. Resultaten

In dit hoofdstuk worden de uitkomsten van de enquête in samenhang met de context van de theorie besproken. Allereerst wordt de visie aangegeven die voor het waterfront van Lissabon is ontwikkeld en op basis van de resultaten uit de enquête wordt beargumenteerd of deze visie ook werkelijk heeft uitgedaagd zoals veronderstelt.

Bij de bespreking van de resultaten is de opbouw van de enquête gevolgd, namelijk van algemene belevingen van de stad, naar expliciet doorvragen over de beleving van het waterfront. Het hoofdstuk wordt afgerond met enige reflecties op het onderzoek en eigen bevindingen.

### 4.1. Visie

In de jaren negentig van de vorige eeuw kwam de gemeente Lissabon met voorstellen voor systematische plannen richting de toekomst. Eerder werd er weinig tot geen aandacht besteed aan de strategische inrichting van de stad. 'The Strategic Plan Lisbon' en 'Municipal Director Plan' vormden nu samen het raamwerk om een van Europa's meest aantrekkelijke hoofdsteden verder te ontwikkelen tot een mondiale stad van grote economische en culturele betekenis (Alden & Da Rosa Pires, 1996). Eén van de essentiële onderdelen van een strategisch plan is een 'visie', dit houdt in dat er bepaalde waarden worden benoemd en langere termijn doelen worden gesteld. De gemeente heeft vier deelgebieden opgesteld: het Centrum, de Stedelijke Binnenring, de Overgangs Gordel en het Rivieroever gebied. De plannen hebben als focus de interactie tussen deze gebieden (Alden & Da Rosa Pires, 1996).

In dit onderzoek is de visie omtrent de strategische ontwikkelingen van het waterfront, het Rivieroever gebied, van Lissabon van belang. Op de overige onderdelen wordt niet ingegaan.

Het Rivieroevergebied, verder genoemd, het 'waterfront' gebied, beslaat het gebied van Belém tot Beirolas langs de oevers van de Taag, zie *kaart 2*. Dit gebied staat voor de relatie tussen de stad en de rivier. Het is dan ook in het strategisch plan, als een van de hoofddoelen, genoemd om het waterfront gebied te verbeteren en de connectie met de centrale gebieden van de stad te waarborgen. (Alden & Da Rosa Pires, 1996)

Lissabon wilde het waterfront vernieuwen, nationaal en internationaal op de kaart zetten, en de culturele waarde van de stad verbreden. Op deze manier wilde de stad cultureel toerisme creëren. (Goncalves & Thomas, 2012) Zo kwam het plan om 'Lisbon International Exhibition Centre' op te richten in het gebied rond Beirolas, zie *kaart 2*, en uiteindelijk heeft dat erin geresulteerd dat Expo'98 daar plaats heeft gevonden.



*“Expo’98, with its theme ‘The Oceans, a Heritage for the Future,’ will act as the catalyst for the largest urban regeneration program ever implemented in Portugal.” (Alden & Da Rosa Pires, 1996, pag. 33)*

Dit thema was in die tijd voor de hand liggend, want de oceanen en hun biodiversiteit stonden toen hoog op de nationale politieke agenda aldus Goncalves & Thomas (2012).

Het benoemen van de Expo’98 als katalysator van het algehele plan voor de stad maakt het Expo’98 gebied het flagship van de stad. Het Expo’98 plan was zeer ambitieus met een grote focus op de economische regeneratie van de stad, immers de verwachting van de organisatie was destijds dat er rond de 10 miljoen mensen op af zouden komen uit binnen en buitenland. Naast deze economische focus was het de bedoeling, dat er een vijf kilometer lang waterfront gecreëerd zou worden in het gebied, dit waterfront zou in het teken staan van vrije tijds- en recreatie activiteiten alsmede een vorm van milieuverbetering. (Alden & Da Rosa Pires, 1996)

*“It will provide improved access to, and enjoyment of, the river and it is hoped to achieve the main objective of the regeneration scheme, namely **reuniting the city centre with its waterfront.**” (Alden & Da Rosa Pires, 1996, pag. 34)*

Delen van dit regeneratie plan zijn ook daadwerkelijk uitgevoerd en dat heeft er voor gezorgd dat het Expo’98 gebied, voorheen een typisch industrieterrein nu een populair gebied is in de stad Lissabon aldus Oliveira & Pinho (2009)

Het waterfront gebied wordt door Alden & Da Rosa Pires (1996) benoemd als een van de grootste bezittingen van de stad. En zoals eerder genoemd, was het hoofddoel van de regeneratie van de stad het herenigen van het stadscentrum en haar waterfront.

Het literatuur onderzoek bevestigt de hypothese in dit onderzoek:

*Bij een goede uitwerking van de gestelde visie voor de Expo’98 komt de beleving van Lissabon als stad aan het water overeen met de visie. De beleving van het waterfront is dan in de gehele stad sterk aanwezig ongeacht of de locatie waar men zich bevindt direct aan het water gelegen is.*

In de volgende paragrafen, 4.2 - 4.8, worden de resultaten van de ‘face-to-face’-enquêtes gepresenteerd. Deze zullen inzicht geven hoe, zomer 2016, Lissabon als stad aan het water door de bezoekers beleefd wordt.

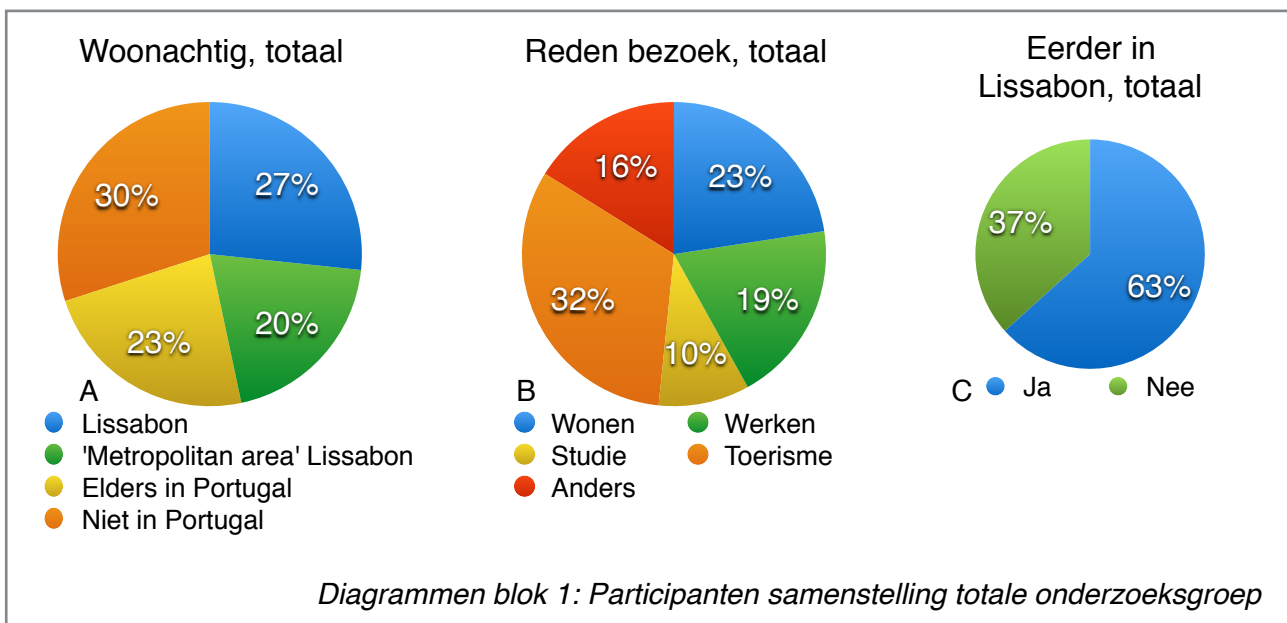
#### Opmerking vooraf

Een belangrijke deelvraag, *deelvraag 5*, van dit onderzoek is of er verschil in beleving is van het waterfront op drie verschillende locaties in de stad. Bij verwerking van de data bleek dat het in sommige gevallen weinig extra informatie opleverde. Slechts bij de verwerking van de vragen over het waterbewustzijn en de waardering van het waterfront wordt het onderscheid in de drie locaties weer terug gehaald.

## 4.2. Onderzoeksgroep

Om te beginnen is hieronder in *diagrammen blok 1* de verdeling van de participanten te zien. Deze diagrammen zijn gebaseerd op de uitkomsten van de totale onderzoeksgroep. Deze bestaat uit 30 participanten die op drie verschillende locaties in de stad zijn benaderd, bij elke locatie 10 participanten. Zoals in het *diagrammen blok 1* te zien is gaat het om een diverse groep. Van mensen die Lissabon kennen als stad om te leven tot mensen die de stad voor het eerst bezoeken als toerist.<sup>4</sup>

Dit laat zien dat de stad door een diverse groep van mensen wordt bezocht en er een mooie spreiding is van redenen waarom de stad bezocht wordt. Ook wordt zichtbaar dat twee derde van de participanten de stad al eerder heeft bezocht. Alhoewel bij de verwerking van de resultaten met betrekking tot de deelvragen niet verder in wordt gegaan op deze diverse samenstelling in relatie tot de belevingen van de stad aan het water, is het goed dit als achtergrond te weten. Deze diversiteit kan zorgen voor verschillende ervaringen en meningen, waardoor de combinatie van mensen een goed inzicht kan geven in de algemene beleving van Lissabon als stad aan het water.



## 4.3. Eerste indruk van Lissabon

De algemene beleving van Lissabon is in *diagrammen blok 2* weergegeven. Deze diagrammen gaan over de totale onderzoeksgroep van 30 participanten, de participanten waren vrij om meerdere thema's en buurten aan te halen in hun antwoorden.

Bij de verwerking van de resultaten voor *diagram D in blok 2* is een onderscheid gemaakt in vier thema's met daarbij behorende kernwoorden namelijk:

Water:	Rivier, Zee, Kust, Water
Natuur:	Klimaat, Groen, Heuvels, Topografie
Cultuur:	Mensen, Eten, Sfeer, Architectuur
Historie:	Oude stad, Geschiedenis, Monumenten

Het kan zijn dat participanten meerdere thema's benoemden in hun antwoorden. Deze zijn allemaal meegeteld. In 25 antwoorden is Cultuur als thema genoemd. Het thema water is in 8 antwoorden naar voren gekomen. Een quote waar meerdere thema's in voor kwamen is bijvoorbeeld: "Het is nog altijd een klein dorp, ik houd van de sfeer, de heuvels, het water." Dit antwoord scoort in 3 thema's.

<sup>4</sup> In *diagram A*, wordt 'Metropolitan area' Lissabon genoemd, dit is een gebied wat meerdere gemeente betreft in de nabijheid van de stad Lissabon.

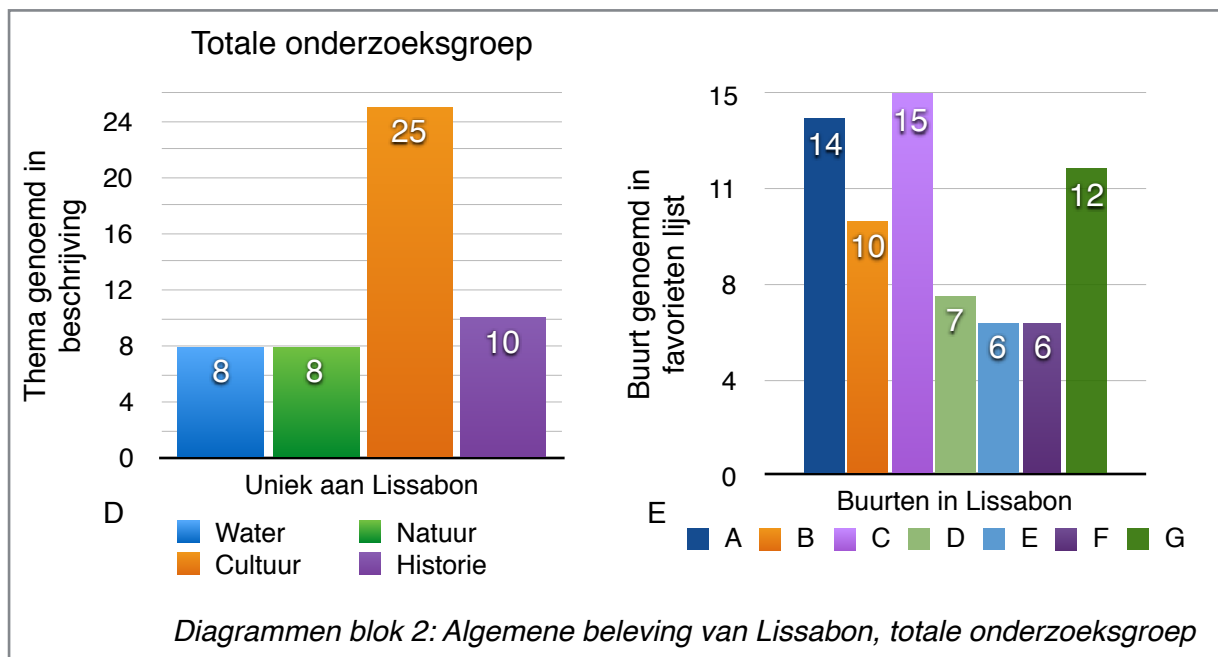
Een conclusie die uit deze resultaten getrokken kan worden is dat de meeste participanten niet uit eigenbeweging over het waterfront van de stad praten en het waterfront niet benoemen in hun eerste omschrijving van wat zij waarderen aan de stad. Dit wijkt af van de wens van de gemeente Lissabon om zich te profileren als stad aan het water.

In *diagram E in blok 2* is te zien welke buurten de participanten als hun favoriete buurten aangeven. Daarbij konden meerdere buurten per participant genoemd worden. In *bijlage 3* is te zien hoe deze buurten benoemd zijn. De kleuren in *diagram E* komen overeen met de kleuren in het kaartje in de bijlage. Het donker paarse balkje, 'F', presenteert de flagship locatie, het Expo'98 gebied.

Het is opvallend dat deze locatie door 6 van de 30 van de participanten genoemd wordt dit is 6 keer uit totaal 70 antwoorden (*diagram E blok 2*). Een van de participanten gaf aan alle buurten fijn te vinden behalve F. Verder werd het gebied veel omschreven als modern, dit was voor de één een reden het af te keuren en voor de ander juist een reden om het tussen de favorieten te zetten.

Een flagship locatie hoort de katalysator te zijn voor de opgestelde visie. Om de visie te laten slagen zou je willen dat veel mensen zich verbonden voelen met deze flagship locatie. Toch wordt de Expo'98 locatie in Lissabon door gebruikers van de stad niet dusdanig vaak genoemd dat je kunt zeggen dat er een grote verbondenheid met dit gebied is. Net als bij de omschrijving van Lissabon zou ook hier voorzichtig een conclusie getrokken kunnen worden dat de belangstelling van mensen in de stad niet overeenkomt met wat de gemeente als visie heeft gecreëerd.

In het volgende onderdeel, paragraaf 4.4, worden data gepresenteerd over de bekendheid van het flagship gebied, los van andere buurten.



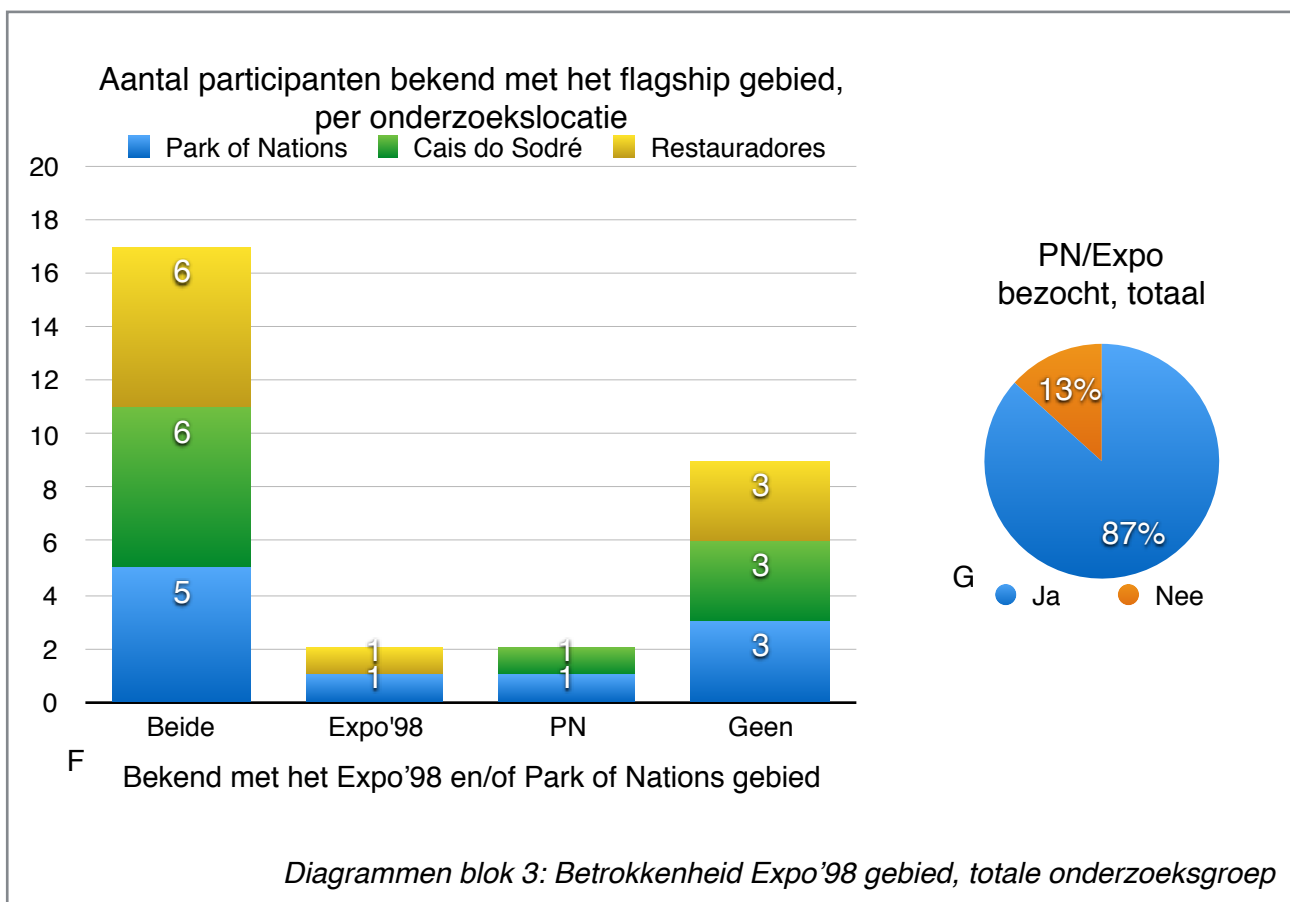
#### 4.4. Bekendheid Expo'98 gebied

Volgens Doucet et al. (2010) moet een flagship project nieuwe inwoners, investeerders en toeristen aantrekken. Om de aantrekking van gebruikers van de stad tot het flagship gebied te omschrijven is het van belang te weten of zij het gebied kennen. In dit onderzoek is daarom de vraag gesteld of mensen bekend zijn met het Expo'98 gebied alsmede de vraag of mensen het Park of Nations kennen, de huidige benaming van het gebied. Naast het feit of mensen de naam/namen van het gebied kennen is het van belang dat ze het gebied bezoeken en opnemen in hun beleving van de stad.



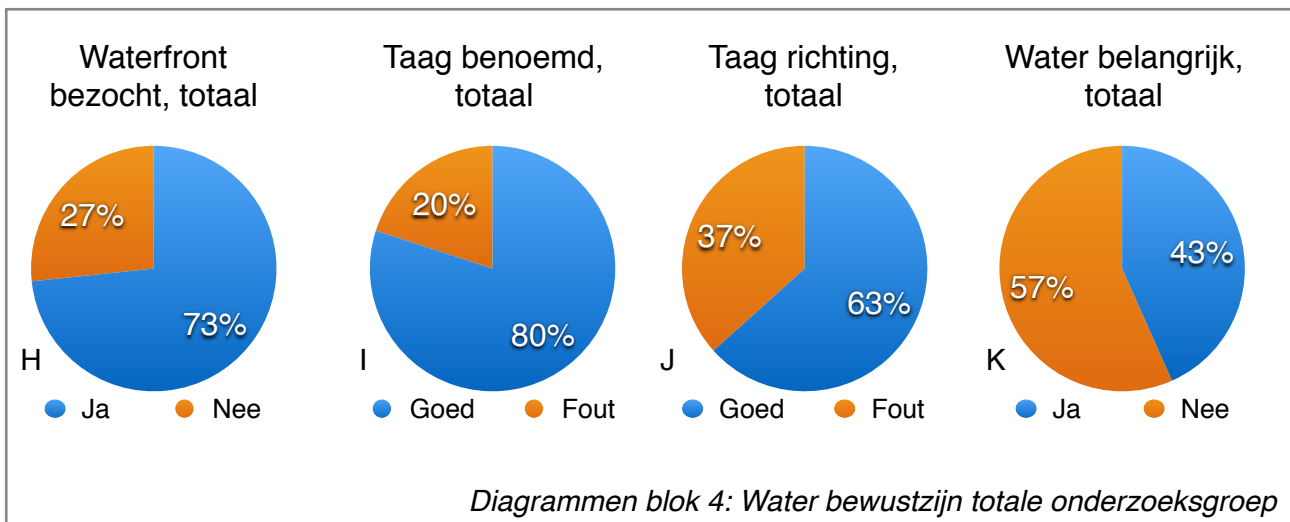
In *diagrammen blok 3* is de betrokkenheid bij het Expo'98 gebied weergegeven door de participanten die de naam van het gebied kennen en het aantal mensen dat het gebied eens bezocht heeft in beeld te brengen. De meerderheid van de participanten zegt het Expo'98 gebied dan wel het Park of Nations te kennen. Ook is te zien dat een nog groter aantal, namelijk bijna 90% van de participanten in het gebied geweest is. Dit verschil wordt voornamelijk veroorzaakt doordat de mensen die in het gebied zelf geïnterviewd zijn positief scoren op het laatste onderdeel. In 40% van de gevallen wisten zij echter niet dat zij zich in dit gebied bevonden. Het is voornamelijk opvallend dat de helft van de mensen die zich in het flagship gebied bevonden aangaven het gebied niet te kennen in de verschillende benamingen. Dit kan er op duiden dat op de locatie zelf te weinig informatie en bewegwijzering aanwezig is om mensen bewust te maken van het gebied. Op deze manier leren mensen de visie die het gebied hoort uit te stralen dan ook moeilijk kennen.

De meest belangrijke pijler uit de visie is volgens Alden & Da Rosa Pires (1996) het opnieuw verbinden van het water en de stad. In de volgende paragraaf, 4.5, zullen de resultaten gepresenteerd worden met betrekking tot de connectie van de mensen in de stad en het waterfront in het algemeen.



## 4.5. Connectie met het water

Om inzicht te krijgen in het bewustzijn van het waterfront bij mensen in de stad is een aantal vragen gesteld over dit waterfront. In *diagram H, blok 4* is te zien hoeveel procent van de participanten het waterfront bezocht heeft in de afgelopen dagen. Ook hier scoort een derde van de participanten om te beginnen al positief, omdat een van de locaties direct aan het waterfront was, namelijk Cais do Sodre. Het Expo'98 gebied is ook aan het waterfront gelegen, echter het water is niet op elke plek zichtbaar. Het is dan ook voorgekomen dat participanten in dit gebied aangaven het waterfront niet bezocht te hebben. In de volgende paragraaf, 4.6. wordt dieper ingegaan op het waterbewustzijn per locatie.



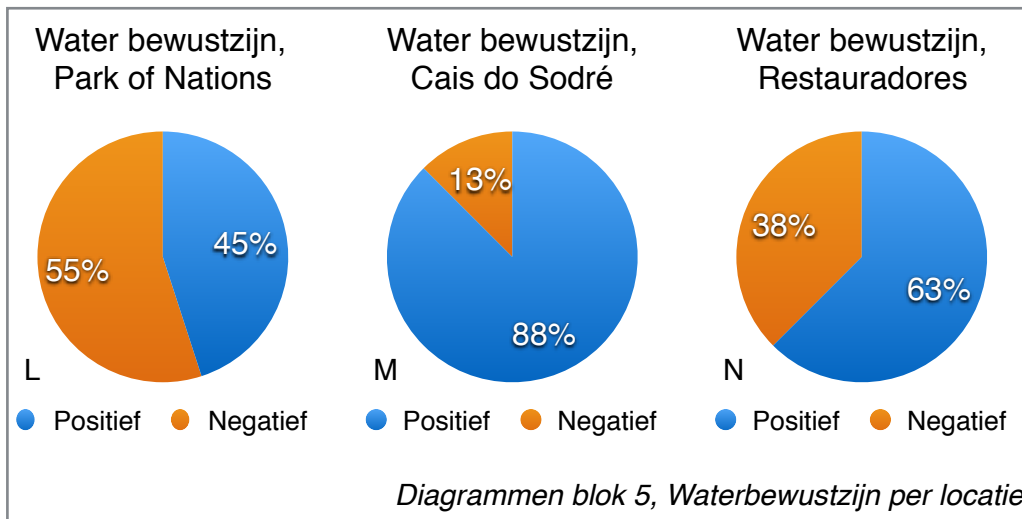
De *diagrammen I en J* laten zien of de participanten kennis hebben over de rivier. In de meeste gevallen, 80%, wist men wel de naam van de rivier te noemen. Het aangeven van de richting van De Taag bleek een lastigere vraag. Een aantal mensen twijfelde bij het antwoord. Het gaat hier om een vraag met twee keuzes, er is dus 50% kans op het goede antwoord, dit kan de resultaten mogelijk beïnvloed hebben.

Bij het afnemen van de enquêtes werd de indruk gewekt dat veel mensen niet heel bewust bezig waren met de rivier, sommige dachten zelfs te kijken naar de oceaan. Anderen waren echter verbaasd dat deze vragen gesteld werden en vonden het vanzelfsprekende kennis. De resultaten van de enquête wijzen in de richting dat de participanten zich bewust zijn dat de stad aan het water ligt. Een van de participanten stelde zelfs dat de rivier de eerste reden is om verliefd te worden op Lissabon.

De rivier als reden om verliefd te worden op de stad, maar is het volgens de meeste mensen ook een reden om de stad te bezoeken of er te wonen? In *diagram K* is te zien hoeveel procent van de participanten aan gaf dat de rivier een belangrijke reden is om in Lissabon te zijn. Ruim de helft van de participanten beantwoordde deze vraag negatief.

#### 4.6. Verschillende locaties

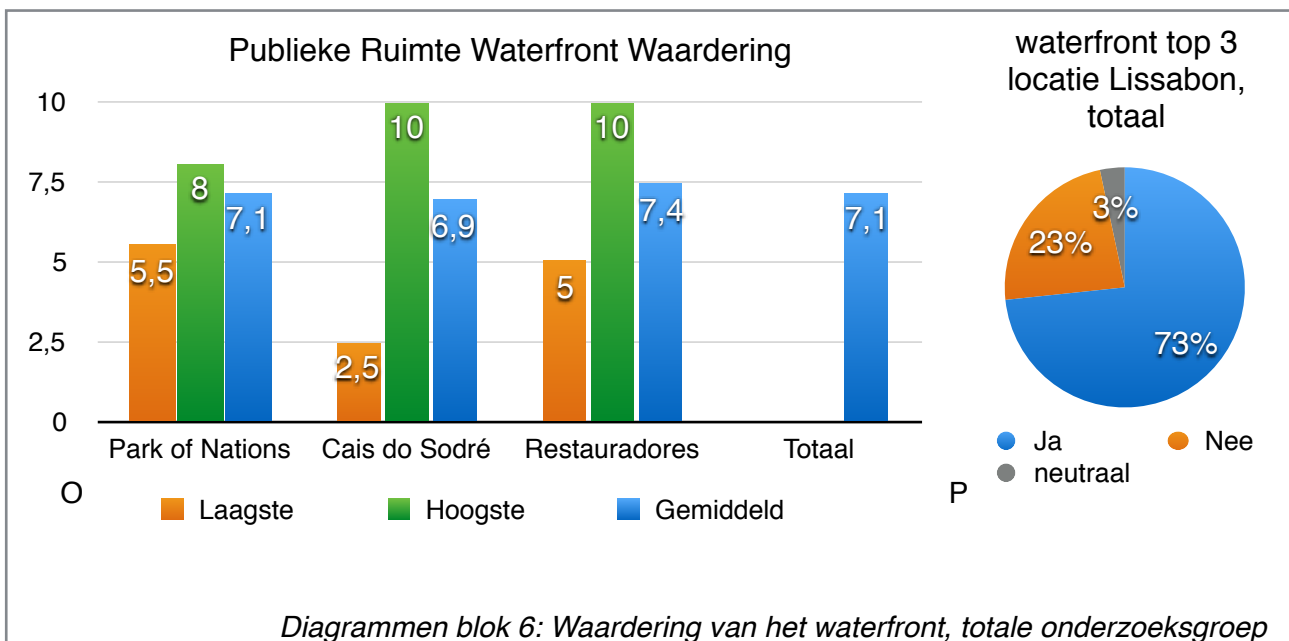
Om het waterbewustzijn tussen de verschillende locaties weer te geven zijn de onderdelen uit *diagrammen blok 4* samengevoegd. Bijvoorbeeld het bezoeken van het waterfront en het goed benoemen van de Taag geven een positieve score voor het waterbewustzijn. In *diagrammen blok 5* zijn de resultaten af te lezen. Het waterbewustzijn is het hoogst in Cais do Sodré, de onderzoekslocatie waar elke participant direct aan het water geïnterviewd is. De onderzoekslocatie verwijderd van het waterfront, Restauradores scoort ook hoog op het waterbewustzijn, ruim meer dan de helft van de antwoorden zijn positief beantwoord. In het flagship gebied, Park of Nations, is het waterbewustzijn het laagst onder de participanten. Deze resultaten zijn in conflict met de literatuur over de visie voor het flagship gebied. Het gebied zou juist de verbinding tussen stad en water moeten versterken, het is dan zeer opvallend dat juist in dit gebied het waterbewustzijn in minder dan de helft van de antwoorden positief scoort.



Met betrekking tot subvraag 5, “Is de beleving van Lissabon als stad aan het water op verschillende locaties gelijk, ongeacht de nabijheid van het waterfront?” kan niet gezegd worden dat het waterbewustzijn voornamelijk samenhangt met de locatie in de stad. In die gedachten zou het waterbewustzijn het laagst moeten zijn in het gebied waar geen waterfront aanwezig is, namelijk Restauradores.

#### 4.7. Waardering van het waterfront

Nu we inzicht hebben in hoe het waterfront meegenomen wordt in de algemene beleving van Lissabon en het waterbewustzijn in de stad zijn we aangekomen bij het onderdeel waarin de resultaten van de waardering van het waterfront besproken worden. In *diagrammen blok 6*, *diagram O* is weergegeven wat de waardering van het waterfront in rapportcijfers is. Gemiddeld scoort de publieke ruimte aan het water in Lissabon een ruime 7. In Cais do Sodré, de locatie



direct aan het water is het laagste rapportcijfer gegeven. Op deze locatie waren veel mensen meer kritisch naar de omgeving waar zij zich bevonden. Er werd veel potentie gezien die ongebruikt bleef, zoals ruimte voor ontmoetingsplaatsen en restaurants langs het water. De mensen die hoge cijfers en zelfs een 10 hebben gegeven aan de publieke ruimte aan het waterfront leken het

voornamelijk te wijten aan het prachtige uitzicht en de rivier zelf. Zij leken minder bezig met de stedelijke invulling van het waterfront. In *bijlage 4* zijn de rapportcijfers en bijbehorende uitspraken die de participanten gegeven hebben terug te lezen.

Ondanks een aantal onvoldoendes ziet de meerderheid van de participanten het waterfront wel als de top 3 locatie in de stad. De percentages zijn te zien in *diagram P, blok 6*. Het is opgevallend dat participanten die de potentie van het waterfront bespreekbaar maken vaak lage rapportcijfers geven maar heel duidelijk stellen dat het wél gaat om de toplocatie van de stad.

## 4.8. Reflectie

De enquête is zo opgebouwd dat er steeds meer gestuurd is naar het praten over het waterfront. Tijdens het afnemen van de enquêtes viel het op dat als de rivier en het waterfront eenmaal ter sprake waren gekomen men er bijna altijd wel een mening over had. Een aantal kritische mensen spraken hun ongeloof uit over hoe het waterfront vormgegeven is, “er zijn weinig faciliteiten; er zijn heel veel opbrekingen en werkzaamheden; je kunt niet onafgebroken langs het water lopen.” Wel leek er veel liefde voor de rivier, “het uitzicht is prachtig; ik kan hier goed nadenken en genieten van het uitzicht; het is hier vlak dus perfect om te sporten.”

De mensen in de stad kwamen op de onderzoeker over als zoekende hoe het waterfront op te nemen in hun beleving van de stad. Er is weinig te doen waardoor het minder tastbaar lijkt. Echter gaan de meeste participanten wél eens in de zoveel tijd naar het water om er te relaxen.

Over het flagship gebied wordt weinig gesproken, de focus ligt meer vanuit het centrum naar de oceanische kust. Een van de participanten zei “werkzaamheden zijn de eerste stap naar verbetering”. Het lijkt alsof er nog veel kansen liggen in de ruimtelijke invulling van het waterfront om de connectie tussen stad en water te versterken.

Na het afnemen van de enquête en met de beleving van de onderzoeker van ‘Lissabon als stad aan het water’ worden een aantal conclusies opgeworpen. Met betrekking tot de Expo’98 locatie is dit voornamelijk dat er meer wegwijzing en informatie nodig is om het gebied beter te laten doorleven. En om het waterfront en de stad meer te verbinden zal het van toegevoegde waarde kunnen zijn als het waterfront een vloeiende, publiek toegankelijke lijn is, dan worden mensen niet geremd door opbrekingen en kan de beleving van het waterfront aansterken. Lissabon is een stad aan het water, de rivier zorgt voor een prachtige sfeer en unieke locatie, maar er is wel mogelijkheid tot groei met betrekking tot de publieke beleving hiervan.

De figuurlijke springplank van de Wereld Tentoonstelling lijkt nog altijd in aanbouw en dus niet gebruikt. Het lijkt interessant om te kijken hoe de waterfront beleving over een aantal jaar is. Als de ontwikkelingen van het waterfront in een verder stadium zijn.

De enquêtes<sup>5</sup> heeft de onderzoeker samen met een mede student, Ambra Rinaldi (Italiaanse), afgenomen. Zij is afgestudeerd van de Bachelor ‘Engels en vertaling studies’ in Rome. Door de samenwerking was het mogelijk de participanten in 5 talen te benaderen, namelijk: Portugees, Engels, Spaans, Italiaans en Nederlands. Voor dit onderzoek was dit voornamelijk positief. Op deze manier is het mogelijk geweest meer mensen te benaderen en te interviewen zonder dat de participant beschikking had over de Engelse taal.

Een nadeel van het werken met verschillende talen is dat bij het vertalen informatie verloren gaat. Dit komt doordat in iedere taal unieke woorden en omschrijvingen gebruikt worden. De vertaling ligt zo dicht mogelijk bij de omschrijving maar zal nooit overeen komen. In de Nederlandse taal is het woord “gezellig” een van de beste voorbeelden van een omschrijving/beleving die zich moeilijk laat vertalen.

Verder zijn de resultaten gebaseerd op een onderzoeksgroep van 30 participanten. Het gaat hier dus echt om kwalitatief onderzoek. Om meer algemene en sterkere conclusies te trekken is een grotere onderzoeksgroep aan te bevelen. Echter de diversiteit van antwoorden die in dit onderzoek verkregen is op kwalitatieve wijze geeft waarschijnlijk al een goede weergave van verschillende meningen in de stad.

---

<sup>5</sup> Zie hoofdstuk 3. Methodologie en bijlage 1

## 5. Conclusie

De herontwikkeling van steden gaat vaak gepaard met een visie. In de stad wordt in sommige gevallen een locatie aangewezen als flagship voor deze visie. Het flagship gebied werkt als een katalysator, vanuit dit gebied wordt de beleving van de stad vergroot en gepromoot. Bij steden met een waterfront is waterfront regeneratie de manier om de stad aantrekkelijk te maken en te houden voor de verschillende gebruikers van de stad.

Sairinen & Kumpulainen (2005) stellen dat in onderzoek naar en in de uitwerking van ruimtelijke projecten de sociale dimensie steeds belangrijker wordt. Door de sociale dimensie veel ruimte te geven in een project is het mogelijk om meer duurzame projecten te ontwikkelen. Daarnaast is het volgens Doucet et al. (2010) van belang dat er meer onderzoek gedaan wordt naar de beleving van ruimtelijke ontwikkelingen. Ruimtelijke ontwikkelingen hebben veel invloed op de gebruikers van de stad. Door meer informatie te verzamelen over de beleving van de fysieke leefomgeving is het mogelijk projecten in de toekomst nog beter te laten aansluiten bij de belangen in een stad.

In dit onderzoek staat de sociale dimensie, 'resources and identity', centraal in de beleving van Lissabon als stad aan het water. De beleving is onderzocht door middel van een kwalitatief onderzoek in de stad. De uitkomsten zijn vervolgens vergeleken met de opgestelde visie van de waterfront regeneratie projecten. Hierdoor is het mogelijk om een antwoord te geven op de hoofdvraag:

*In hoeverre komt de beleving van gebruikers, van Lissabon als stad aan het water, overeen met de ontwikkelde (toekomst) visie voor de Expo'98, het Flagship project van de stad?*

In Lissabon is in de jaren '90 een visie opgesteld die de connectie tussen de stad en het water moet versterken. Hiervoor is een plan opgesteld van waterfront regeneratie. In dit plan is een flagship gebied ontwikkeld voor de Wereld Tentoonstelling, Expo'98. De Wereld Tentoonstelling zou vele bezoekers trekken en Lissabon als stad aan het water (opnieuw) op de kaart zetten. Oliveira & Pinho (2009) stellen dat het flagship gebied, in de huidige benaming Park of Nations, een populair gebied in de stad is.

Naar aanleiding van de bevindingen van Doucet et al. (2010) dat er meer onderzoek naar de beleving gedaan moet worden is in dit onderzoek de beleving van Lissabon als stad aan het water centraal gesteld met in het bijzonder het flagship project. Door middel van enquêtes is inzicht verkregen in de beleving van de gebruikers van de stad.

Lissabon wordt door de gebruikers van de stad ervaren als een fijne stad waar de nadruk ligt op de culturele aspecten die de stad kleuren. Het waterfront komt bij de meeste participanten niet voor in de eerste beschrijving van de stad. Eenmaal pratend over het waterfront blijken de meeste mensen het wel een belangrijk element in de stad te vinden. De waardering van de publieke ruimte aan het water is met een gemiddeld rapportcijfer van een 7 ruim voldoende. Er worden positieve - het prachtige uitzicht-, negatieve -de vele werkzaamheden- en opbouwende -veel aanwezige potentie- aspecten benoemd.

Echter het waterbewustzijn is in het Park of Nations het laagst in vergelijking met de andere locaties van onderzoek. Ook wordt het gebied niet vaak gekozen bij de vraag naar wat favoriete buurten zijn in Lissabon en hebben de bezoekers van het gebied niet altijd door dat zij zich aan het waterfront bevinden. Dit gebied is als flagship ontwikkeld en zou de katalysator voor de waterfront beleving in de stad moeten zijn. Uit dit onderzoek zou voorzichtig de conclusie kunnen worden getrokken dat dit gebied niet fungeert als die katalysator.

De waterfront beleving is sterker in het oude centrum van de stad, waar de overige twee locaties van onderzoek zich bevinden. Het hoogst is de waterfront beleving direct aan het water in Cais do Sodré.

De beleving van Lissabon als stad aan het water komt niet volledig overeen met de opgestelde visie voor de Expo'98, het flagship project van de stad. In deze visie zou Lissabon door de gebruikers van de stad op alle locaties in de stad, zeker het flagship gebied gekenmerkt moeten worden door de connectie met het water. Dit lijkt niet het geval, doordat de meeste mensen het

water niet benoemen indien hen gevraagd wordt de stad spontaan te omschrijven van de stad. Bij expliciet vragen naar het waterfront is de waardering van het water wel hoog en zien mensen het waterfront gebied als een gebied waar nog veel potentie is om de connectie tussen de stad en het water hoger te maken.

Naar aanleiding van de resultaten verkregen in dit onderzoek kan de volgende hypothese verworpen worden:

*Bij een goede uitwerking van de gestelde visie voor de Expo'98 komt de beleving van Lissabon als stad aan het water overeen met de visie. De beleving van het waterfront is dan in de gehele stad sterk aanwezig ongeacht of de locatie waar men zich bevindt direct aan het water gelegen is.*

Er is in twijfel genomen in hoeverre het flagship gebied fungeert als katalysator voor de waterfront beleving in de stad. Het lijkt dan ook nuttig om het advies van Doucet et al. (2010) te volgen en bij (waterfront regeneratie) projecten meer onderzoeks aandacht te besteden aan de beleving en sociale dimensie van het project.

Door de inzichten die de gebruikers van de stad aan de planoloog en mensen uit andere disciplines kunnen geven kan er in toekomstige projecten gewerkt worden aan een meer duurzame ontwikkeling van de leefomgeving.

## 5.1 Bevindingen en aanbevelingen

Bij de verwerking van de resultaten uit dit onderzoek is de onderzoeker tot het inzicht gekomen dat de connectie tussen de theorie en het uitgevoerde kwalitatief onderzoek niet overal even sterk is. Met behulp van het kwalitatief onderzoek is wel een goed algemeen beeld geschetst van de beleving van de gebruikers van de stad Lissabon, als stad aan het water. Echter het onderzoek levert nog weinig informatie over de redenen van deze beleving. Aan het begin van het onderzoek was weinig informatie te vinden over de huidige stand van zaken met betrekking tot de beleving van het flagship gebied in Lissabon. Tijdens het afnemen van de enquêtes is de onderzoeker tot nieuwe inzichten gekomen en zou in het ideale geval nog een tweede, meer specifieke, enquête opgesteld hebben. De specifiekere vragen zouden gericht zijn op ruimtelijke aspecten. Deze bevinding leidt tot de volgende aanbeveling, namelijk het opnieuw afnemen van enquêtes en het daarmee toetsen van de beleving van gebruikers van de stad met een focus op vragen over de fysieke ruimte.

De onderzoeker beveelt een dergelijk nieuw belevingsonderzoek bovendien nog eens extra aan, omdat het uitgevoerde onderzoek heeft laten zien dat de beleving van gebruikers van de stad nieuwe inzichten oplevert en daarmee een aanvulling is op ander onderzoek.



## Literatuurlijst

- Alden, J. Da Rosa Pires, A. (1996). Lisbon, Strategic planning for a capital city. *Elsevier Science*, 1(13), 25-36
- Bunce, S. Desfor, G. (2007). Introduction to "Political ecologies of urban waterfront transformations". *Elsevier Cities*, 4(24), 251-258
- Carrière, J. Demazière, C. (2002) Urban planning and flagship development projects: Lessons from EXPO 98, Lisbon. *Planning Practice & Research*, 1(17) 69-79
- Carta, M. Ronsivalle, D. (2016). *The Fluid City Paradigm, Waterfront regeneration as an urban renewal strategy*. [eBook]. Switzerland: Springer International Publishing. NB: Maurizio Carta, Daniele Ronsivalle
- Doucet, B. Van Kempen, R. Van Weesep, J. (2010). Resident perceptions of flagship waterfront regeneration: the case of the kop van zuid in Rotterdam. *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie*, 2(102), 125-145.
- Gemeente Lissabon (11 juni 2008). Direção Municipal de Planeamento Urbano. Geraadpleegd op 18/09/2016 via [http://www.cm-lisboa.pt/fileadmin/VIVER/Urbanismo/urbanismo/planeamento/prospectivos/ribeirinha/documento\\_enquadramento.pdf](http://www.cm-lisboa.pt/fileadmin/VIVER/Urbanismo/urbanismo/planeamento/prospectivos/ribeirinha/documento_enquadramento.pdf). Lissabon, Portugal
- Giovinazzi, O. Moretti, M. (2010). Port Cities and Urban Waterfront: Transformations and Opportunities. *TeMA*, 09(3), 57-64
- Goncalves, A. Thomas, H. (2012). Waterfront tourism and public art in Cardiff Bay and Lisbon's Park of Nations. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure & Events*, 1, 1-26
- Jayne, M. (2006). *Cities and consumption*. London: Routledge.
- McLafferty, SL. (2010). Conducting Questionnaire Surveys. "In" Clifford, N. French, S. Valentine, G. (Red.) *Key Methods in Geography* (77-88). London: Sage
- Oliveira, V. Pinho, P. (2009). City profile, Lisbon. *Elsevier Cities*, 27, 405-419
- Sairinen, R. Kumpulainen, S. (2005). Assessing social impacts in urban waterfront regeneration. *Elsevier*, (review 26), 120-135
- Sepe, M. (2013). Urban history and cultural resources in urban regeneration: a case of creative waterfront renewal. *Planning Perspectives*, 4(28), 595-613
- Williams, A.M. (1983). *City profile, Lisbon*. University of Exeter, UK: Butterworth&Co.

# Bijlagen

## Bijlage 1, enquête

### General information

**Date of interview:**

*Data da entrevista*

**Time of interview:**

*Início da entrevista*

**Location of interview:**

*Localização da entrevista*

**Weather conditions:**

*Condições meteorológicas*

**Would you like to participate in this research project?**

*Gostaria de participar neste projecto de investigação?*

- **Yes / No**  
*Sim / Não*

**Where do you currently live?**

*Onde vive actualmente?*

- **Lisbon**  
*Lisboa*
- **Metropolitan area of Lisbon**  
*Área Metropolitana de Lisboa*
- **Other town or city in Portugal**  
*Outra localidade ou cidade em Portugal*
- **Other town or city outside of Portugal**  
*Outra localidade ou cidade fora de Portugal*

## Part 1

### What is the reason why you are in Lisbon?

*Qual o motivo para estar em Lisboa?*

- **I live in Lisbon**  
*Eu vivo em Lisboa*
- **I work in Lisbon**  
*Eu trabalho em Lisboa*
- **I am on holiday in Lisbon**  
*Estou de férias em Lisboa*
  
- **Other, please provide reason:**  
*Outro motivo, por favor indique qual*

### Have you been in Lisbon before?

*Já esteve em Lisboa antes?*

- **Yes / No**  
*Sim / Não*

### What do you like about Lisbon?

*O que gosta em relação a Lisboa?*

### What is your favorite area (s) in Lisbon?

*Qual a(s) sua(s) área(s) preferida(s) em Lisboa?*

- A. Bairro Alto & Chiado
- B. Baixa & Rossio
- C. Alfama, Castelo & Graça
- D. Marquês de Pombal, Rato & Saldanha
- E. Estrela, Lapa & Alcântara
- F. Parque das Nações
- G. Belém

### Why do you like this specific area (s)?

*Porque razão gosta desta(s) área(s) em específico?*

---

## Part 2

**Are you familiar with the Expo '98 area?**

*Está familiarizado com a área da Expo '98?*

- **Yes / No**  
*Sim / Não*

**Are you familiar with the "Park of Nations"?**

*Está familiarizado com o "Parque das Nações"?*

- **Yes / No**  
*Sim / Não*

**Were you previously in this area (where we are currently)?**

*Já esteve anteriormente nesta área (onde nos encontramos actualmente)?*

- **Yes / No**  
*Sim / Não*

---

## Part 3

**Have you either today or in the past few days visited the waterfront area of Lisbon?**

*Já visitou hoje ou nos últimos dias a Zona Ribeirinha de Lisboa?*

- **Yes / No**  
*Sim / Não*

**If yes, what did you do there?**

*Se sim, o que fez nesta zona?*

**Do you know the name of the body of water that surrounds Lisbon?**

*Sabe o nome do corpo de água que circunda Lisboa?*

**There is a river that runs through Lisbon. In which direction do you think the river flows?**

*Há um rio que atravessa Lisboa. Em que direcção pensa que o rio circula?*

---

## Part 4

**Have you ever been to the other side of the river?**

*Já esteve alguma vez do outro lado do rio?*

• **Yes / No**

*Sim / Não*

**If yes, how did you get there?**

*Se sim, o que fez lá?*

**Is the fact that there is a body of water one of the most important reasons why you are visiting Lisbon?**

*É um facto que uma das razões mais importantes pelas quais está a visitar Lisboa é o corpo de água?*

• **Yes / No**

*Sim / Não*

**Are there other things that caught your attention around the waterfront?**

*Há mais alguma coisa que tenha chamado a sua atenção na Zona Ribeirinha?*

---

## Other

**What rating would you give for the quality of the public space along the river?**

*Que classificação daria à qualidade do espaço público ao longo da Zona Ribeirinha?*

1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.

**Do you think the space along the river in Lisbon is one of the top 3 locations in the city ?**

*Pensa que o espaço na Zona Ribeirinha, em Lisboa, é uma das 3 localizações de topo na cidade?*

• **Yes / No**

*Sim / Não*

**Would you like to share anything further regarding your thoughts and feelings on Lisbon?**

*Gostaria de partilhar algo mais sobre os seus pensamentos e sentimentos em relação a Lisboa?*

## Bijlage 2, data analyse

### ALGEMEEN

1. Datum van het gesprek:
2. Uur van het gesprek:
3. Locatie van het gesprek:
4. Weersomstandigheden:
5. Wilt u meewerken aan dit onderzoek?  
Ja. Nee.
6. Woonachtig in:
  - Lissabon
  - Lissabon Metropolitan Area
  - Elders in Portugal
  - Buiten Portugal

### ALGEMEEN, LISSABON

7. Wat is de reden dat u in Lissabon bent?
  - Wonen
  - Werken
  - Vakantie
  - anders, namelijk:
8. Bent u vaker in Lissabon geweest?
9. [Wat vindt u uniek aan Lissabon?](#)
10. [Wat zijn/is uw favoriet\(en\) buurt\(en\) in Lissabon?](#)<sup>6</sup>
  - A. Bairro Alto & Chiado
  - B. Baixa & Rossio
  - C. Alfama, Castelo & Graça
  - D. Marquês de Pombal, Rato & Saldanha
  - E. Estrella, Lapa & Alcântara
  - F. Parque das Nações
  - G. Belém
11. [Waarom juist deze buurt\(en\)?](#)

### FLAGSHIP GEBIED KENNIS

12. [Bent u bekend met het Expo'98 gebied?](#)
13. [Bent u bekend met het 'Park of Nations'?](#)
14. [Bent u eerder in het gebied \(waar we nu staan\) geweest?](#)

### ALGEMEEN, WATERFRONT

15. [Hebt u vandaag of de afgelopen dagen een bezoek gebracht aan het waterfront van Lissabon?](#)
16. [Zo ja, wat heeft u hier gedaan?](#)
17. [Kent u de naam van het water waaraan Lissabon ligt?](#)
18. [Er loopt een rivier door Lissabon, in welke richting denkt u dat de rivier uitmondt?](#)

### INTERACTIE MET HET WATER

19. [Bent u wel eens aan de andere kant van deze rivier geweest?](#)
20. [Zo ja, hoe bent u daar gekomen?](#)
21. [Is de aanwezigheid van het water een van de belangrijkste redenen geweest om deze keer Lissabon te bezoeken?](#)
22. [Zijn er dingen die u zijn opgevallen langs het water?](#)

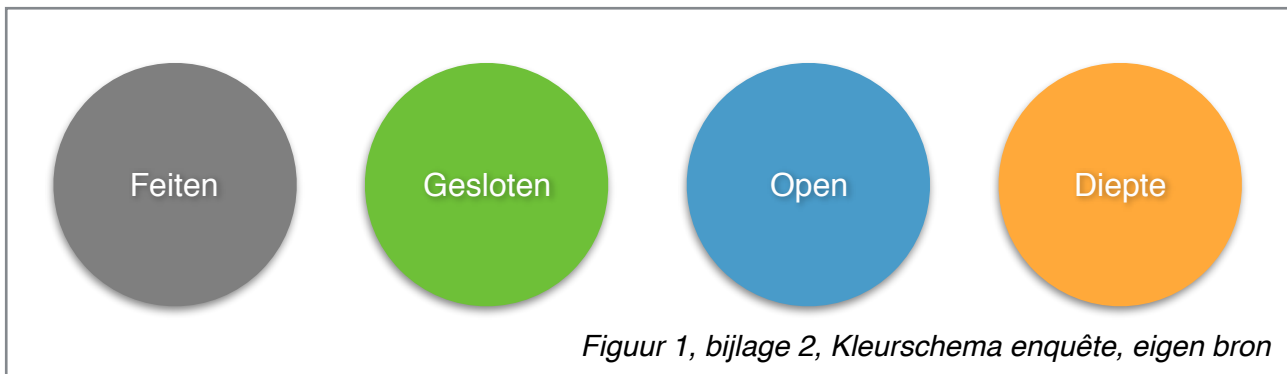
### OVERIG

23. [Welk rapportcijfer geeft u voor de kwaliteit van de openbare ruimte langs de rivier?](#)  
1. 2. 3. 4. 5. 6. 7. 8. 9. 10.
24. [Vindt u de openbare ruimte langs de rivier in Lissabon behoren tot de beste 3 locaties van de stad Lissabon?](#)
25. [Wilt u nog iets delen over uw bevindingen van Lissabon?](#)

---

<sup>6</sup> Zie bijlage 3 voor bron





**Feiten:**

Informatie over waar en met wie de enquête afgenomen wordt. De drie verschillende locaties zorgen voor drie groepen participanten.

**Gesloten:**

Er zijn verschillende soorten gesloten vragen, kennis vragen die goed of fout beantwoord kunnen worden en ondernemingsvragen die positief of negatief beantwoord kunnen worden. De goede en positieve antwoorden tellen mee voor een positieve beleving van de flagship visie. De foute en negatieve antwoorden tellen mee voor een negatieve beleving van het flagship.

Bijvoorbeeld:

12. Bent u bekend met het Expo'98 gebied?

17. Kent u de naam van het water waaraan Lissabon ligt?

Op vraag 12 zou een 'positief' antwoord zijn dat de participant bekend is met het gebied. En het antwoord op vraag 17 is als 'goed' te beantwoorden door De Taag te noemen.

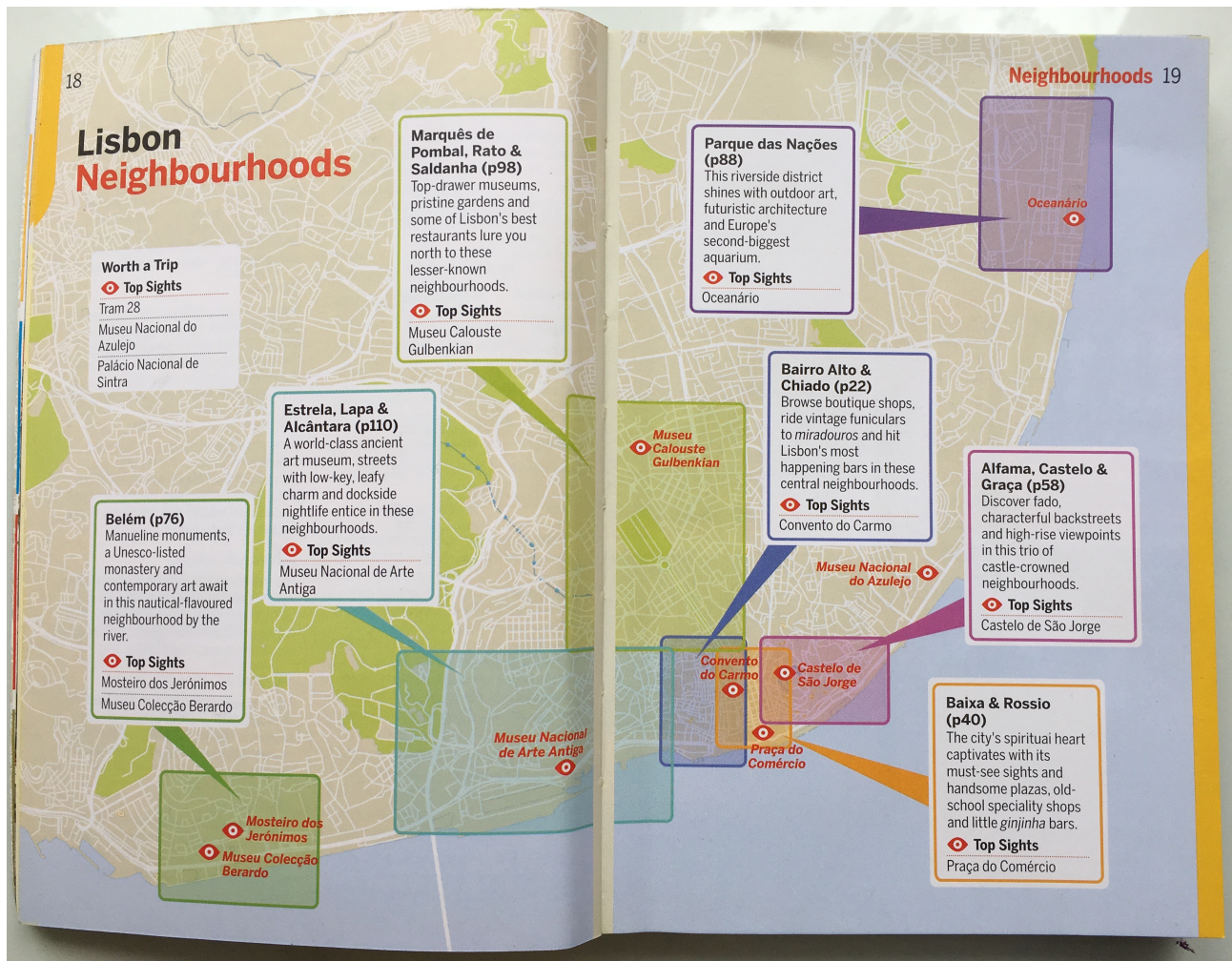
**Open:**

De open vragen zullen eerst gestructureerd worden. De open vragen worden gestructureerd door een ordening aan te brengen op thema niveau. In de antwoorden zijn thema's benoemd die te maken hebben met de beleving van de stad. Hoe meer deze beleving het thema "water" bespreekt, hoe positiever de visie beleving is.

**Diepte:**

Deze vragen zijn bedoeld om meer achtergrond informatie over de beleving van Lissabon te krijgen. De antwoorden zullen gebruikt worden als verklarend onderdeel van de resultaten.

# Bijlage 3, buurten in Lissabon



## Bijlage 4, Rapport cijfer waterfront en uitspraken

Locatie interview	Waardering	Quote (over het waterfront)
Park of Nations	7	Ik ben gewoon op bezoek bij familie, het maakt mij allemaal niks uit.
Park of Nations	-	Ik ben er nog nooit geweest
Park of Nations	5,5	Het is de mooiste stad in Europa waar ik ben geweest. Er is geen connectie tussen dit gebied (PN) en Belem, dus je moet een keuze maken. Ik denk dat een verbinding tussen deze gebieden een opwaardering van het waterfront zou zijn.
Park of Nations	8	Het is erg rustig
Park of Nations	-	-
Park of Nations	8	-
Park of Nations	7,5	Er zijn van die apparaten waar je foto's mee kunt maken en naar jezelf kunt mailen
Park of Nations	7	Er is niet echt toerisme op de rivier, ik zie alleen de functionele veerpont heen en weer gaan
Park of Nations	7	Ik vind dit park echt leuk, ik zou dit gebied een 9 geven, het zou wel leuk zijn als er een strand was. Maar langs de rest van het waterfront zijn er veel werkzaamheden.
Park of Nations	7	Ik houd van de heuvelachtige plekken waar je het uitzicht hebt, die vind ik leuker dan het waterfront. We zijn hier (PN) naartoe gekomen voor het Oceanarium, het was leuk.
Cais do Sodré	6,5	Als ik aan het waterfront denk dan denk ik aan de vele werkzaamheden. Ik wil gewoon op een relaxte manier kijken, maar dat laten ze niet toe. Ze zouden meer gebieden om te chillen moeten aanleggen, niet zo veel autos, mensen en werkzaamheden. Het zou dan veel meer relaxt zijn voor iedereen. Ik denk dat het waterfront een goede reflectie is van de stad, er zijn veel potenties maar ze worden niet gebruikt.
Cais do Sodré	9	De schepen, veel grote schepen, ik heb een cruise schip gezien vandaag. In Belem zag ik veel speedboten en zeilboten.
Cais do Sodré	8	Het is goed georganiseerd, vandaag is het een beetje vies maar normaal is het niet zo
Cais do Sodré	10	Het is schoon maar er zijn veel werkzaamheden in de richting van Belem. Ik geef het een 10, omdat ik zo gepassioneerd ben over deze plek.
Cais do Sodré	3	Het waterfront kan veel beter zijn, het waterfront is nu gewoon een plek waar je er zelf het beste van moet maken, maar met wat veranderingen kan het veel uitnodigender zijn voor iedereen. Kijk hoe mooi dit uitzicht is en dat direct achter ons heb je de auto's. En er zijn niet veel plekken waar je kunt verblijven.
Cais do Sodré	8	De festivals, de schoonheid van de rivier en de brug
Cais do Sodré	10	Het is heel anders dan vroeger, na de president Francisco da Costa Gomes. Hebben we hier nu het fijne waterfront waar je kunt relaxen.

Locatie interview	Waardering	Quote (over het waterfront)
Cais do Sodré	4	Zie je dat, dat grote ding, ik denk voor container schepen. Ik zag het gelijk de eerste keer dat ik hier kwam, ik vind het maar niks. En ook dat er geen plek is om in het water te gaan. Ik denk dat de stad meer plekken moet organiseren van strandjes of pleinen waar je veilig van boten en in het water kan gaan. Er zou een plek kunnen zijn waar je het water in kan, er zouden meer groen gebieden kunnen zijn, misschien ook meer restaurants, er zijn niet echt restaurants aan het water. Mogelijkheden om activiteiten in het water te doen. Zelfs in Parijs hebben we dat, en hier gewoon niet.
Cais do Sodré	2,5	Het waterfront is erg armoedig gedaan. Sommige delen zijn mooi en dan komt er weer een rommelig stuk. Het is niet continu/doorlopend. Ik vind het leuk om langs het waterfront te rennen. Tussen hier en het Expo gebied zijn veel werkzaamheden, dat vind ik interessant. Het Expo gebied is een beetje verwaarloosd maar wel een fijn gebied. Dat was een heel groot industrie gebied, ze hebben het mooi gemaakt. Dus die locatie komt er wel. Maar ik zie nu wel een falend leiderschap. Gaan ze er een toeristen Mecca van maken of gaan ze de buurten opwaarderen. Ik denk dat geld nu aan het woord is, ze zijn bang om te bewegen. Ik ben geen grote fan van de planning afdeling in deze stad. Er is veel meer potentie.
Cais do Sodré	8	Ik denk dat als de stad de rivier niet had er niet dezelfde geest in de stad hing. Het is een groot deel van de geschiedenis. Er zijn boten, ik zou wel mijn eigen zeilboot willen. Hoe makkelijk zou het zijn als je een boot hebt en de wereld kunt doorkruisen. Nu vind ik wel minder leuk dat ze veel aan het verbouwen zijn, maar dat is een stap om het beter te maken. Dit gedeelte waar we nu zijn (CS) is erg goed, het is redelijk recent, ik denk dat als alle werkzaamheden klaar zijn het waterfront nog beter is. Ik denk dat het waterfront meer faciliteiten moet hebben om de gemeenschap te promoten. Meer plekken waar mensen elkaar kunnen ontmoeten/afspreken. Zoals, alle restaurants zijn veel verder van het water. Hier heb je die bar en de stoelen waar je in kunt chillen en vaak live muziek. Ik denk dat er meer plekken zoals deze moeten zijn.
Restauradores	8	De brug, het pad waar je kunt rennen, ik hou wel van dat pad. Ik vind het gebied bij Cais do Sodre leuk.
Restauradores	-	Ik hou van het waterfront, ik vind het leuk om te surfen in de oceaan. Het is erg fijn om en rivier in de stad te hebben.
Restauradores	5	Veel werkzaamheden en je kan niet naar het strand, dan moet je eerst de trein nemen om naar mooie plekken te gaan.
Restauradores	7	We zijn er niet geweest.
Restauradores	10	Christus, en gewoon de rivier, het is prachtig
Restauradores	8	De brug, het waterfront is fijn maar een beetje vies
Restauradores	7	Het gebied is pittoresk, het heeft de zeevruchten winkels en het is meer uniek.
Restauradores	6	Er is een fietspad, je kunt er fijn lopen en het zicht op de brug is mooi

Locatie interview	Waardering	Quote (over het waterfront)
Restauradores	9	<p>Het geeft karakter aan de stad, ik denk dat veel mensen het niet beseffen maar het is erg uniek.</p> <p>Het waterfront is een duur gebied om een huis te hebben, dus op een bepaalde manier is het een betere plek.</p> <p>Het is erg belangrijk voor de planning van een stad om gecentreerd te zijn, hier is het erg gespreid. Er is geen toeristisch plan voor culturele dingen in de stad. Ze zouden een netwerk van culturele dingen moeten maken die alle musea met elkaar verbind. Een centrum van musea. In deze stad is het geen "must" om musea te bezoeken. Als er een beter plan voor promotie zou zijn zouden toeristen meer neiging hebben om deze plaatsen te bezoeken. We zijn vandaag naar het archeologisch museum geweest, we waren de enige mensen die daar waren.</p>
Restauradores	7	-