

# Imagotransformatie

Een onderzoek naar de katalyserende werking van Olympische spelen voor imagotransformatie op Brownfield locaties



Celine Lonis



Master City Developer Jaargang 5 (2007 – 2009)

# Imagotransformatie

Een onderzoek naar de katalyserende werking van de Olympische spelen voor  
imagotransformatie op Brownfield locaties



Augustus 2009

Celine P. L. Lonis

ING Real Estate Development

Master City Developer  
is een gezamenlijk initiatief van de Erasmus Universiteit Rotterdam (EUR),  
de Technische Universiteit Delft (TUD) en het ontwikkelingsbedrijf Rotterdam (OBR).

Alain Bernard (French,  
swimmer):

“The Americans? We’re  
going to smash them.  
That’s what we came here  
for!”





## Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeerscriptie voor de Master City Developer opleiding aan de Erasmus Universiteit te Rotterdam. Het onderzoek is mijn sluitstuk voor een fantastische periode in mijn leven. Ik heb naast mijn inspirerende werk de kans gekregen mijn professionele blik verder te verbreden. Ik ben gegroeid als vastgoedprofessional, ik ben gegroeid als mens en ik heb geen seconde spijt van mijn keuzen.

Twee jaar geleden startte ik mijn studie enigszins geïntimideerd door alle horror verhalen over werkdruk en gebrek aan sociaal leven. Nu twee jaar later kan ik concluderen dat de balans tussen werken, studeren en leven wel eens zoek is geweest. Maar dat wil niet zeggen dat studeren altijd de overhand kreeg. Mijn werkgever ING Real Estate inspireert me dagelijks, waardoor ik met veel plezier lange dagen maak. Ze dagen mij uit om het beste uit mijzelf naar boven te halen. Mijn sociaal leven is rijk en net zo inspirerend als mijn werk. En ja, mijn studie gaf me ruimte om te groeien en was daarmee eveneens een inspiratie en uitdaging. Mijn enthousiaste ik kan nooit kiezen, ik wil alles voor 100%.

Met nog steeds jeugdig enthousiasme denk ik na over wat de verdere toekomst mij brengen gaat. Mijn ervaringen in de afgelopen jaren hebben mijn denken beïnvloedt en stellen mij in staat de keuzen te maken. Nu kan ik de wereld aan! Maar voor ik daartoe over ga ben ik een aantal mensen dank verschuldigd.

Ik heb in totaal circa 9 maanden geschreven aan deze scriptie. In die negen maanden heeft mijn leven op verschillende wijzen op zijn kop gestaan. Ik prijs mij gelukkig dat ik in mijn directe omgeving veel mensen heb die met mij lachen, met mij huilen, met mij kletsen en met mij shoppen. Al deze interventies in mijn dagelijkse leven hebben mij door deze periode heen gesleept. Aan al diegene die zich in dit profiel herkennen wil ik zeggen dat hun vriendschap voor mij heel veel waard is. Ik hoop dat ik voor jullie hetzelfde kan en mag betekenen.

Erik Braun, mijn scriptiebegeleider, ik wil je bedanken voor onze interessante intermezzo's. Je kunt vreselijk boeiend praten over je vakgebied. Ik heb met veel interesse naar je geluisterd. Ik heb er veel van opgestoken. Ieder gesprek gaf me nieuwe energie om door te gaan. Ons laatste gesprek gaf me vreselijk veel inspiratie voor de kافت van dit verslag. Ik weet zeker dat je het hebt herkend.

Ook wil ik alle mensen bedanken die hun ervaringen met de Olympische spelen met mij hebben willen delen. De interviews in Barcelona hebben het verhaal van Olympische gebiedsontwikkeling levend gemaakt. Het uitwisselen van ervaringen internationaal was van grote meerwaarde voor het onderzoek maar ook voor mijn eigen ontwikkeling.

Wiljan, dank je dat ik af en toe gewoon tegen je aan mocht kletsen en dat je dan gewoon luisterde naar mijn redeneringen. De discussies die daarop meestal volgden hebben mijn scriptie sterker gemaakt.

Agnes ook jij hebt me af en toe het goede pad opgestuurd als ik vertwijfeld om me heen stond te kijken. Je heldere en scherpe analyse hebben ervoor gezorgd dat ik niet te veel zijwegen heb bewandeld. Dank je!



Noor en René, dank voor jullie engelen geduld met het doorlezen van mijn scriptie. Het was een vrij onbescheiden vraag van mij aan jullie. Maar desondanks hebben jullie het opgepakt. Ik sta absoluut bij jullie in het krijt.

Elias al liepen onze wegen het afgelopen jaar niet altijd parallel. Samen hebben we het gered naar de eindstreep van mijn studie. Je hebt me altijd gesteund in mijn beslissing om deze studie te gaan volgen. Je hebt me niet alleen de ruimte gegeven voor het studeren, je hebt alle leemtes ingevuld die ik achter me heb gelaten. De kans om naast mijn werk te kunnen studeren, me verder te ontwikkelen, dat is het cadeau dat je mij de afgelopen jaren hebt gegeven. En lieve Elias dat zal ik nooit vergeten.

Celine Lonis



## Samenvatting

Het NOC\*NSF en het Nederlandse kabinet durven gezamenlijk te dromen over een Olympische ambitie voor Nederland in 2028. De Olympische spelen zijn de afgelopen jaren sterk in omvang gegroeid. Steden over de gehele wereld beconcurreren elkaar om Olympische gaststad te mogen zijn. Sinds het succes van Barcelona in 1992, waar de Olympische spelen werden ingezet als katalysator voor stedelijke vernieuwing, proberen Olympische gaststeden dit succes te evenaren. Tot op de dag van vandaag is het lastig gebleken dit succes te evenaren en veel steden lukt het slechts gedeeltelijk om dit succes te evenaren.

### Doelstelling

“Het doel van het onderzoek is meer inzicht te krijgen in mogelijke **katalyserende werking** van de Olympische spelen voor **imagoformatie**, voor complexe **Brownfield ontwikkelingen**.

door

op basis van bestudering van twee voormalige Olympische gaststeden, kennis te krijgen over **condities** die de **imagoformatie** tot stand brengen.”

### Centrale vraagstelling

“Onder welke condities brengt het organiseren van de Olympische spelen een imagoformatie op gang in gebiedsontwikkeling op Brownfield locaties?”

### Theoretisch kader

Brownfield locaties zijn voormalige industriële zones in of aan de rand van de stad. Vroeger floreerde hier de industrie, maar ten gevolge van automatiseringsprocessen en de de-industrialisatie hebben de activiteiten zich verplaatst. De terreinen hebben hun functie verloren en hebben te maken met problematiek zoals:

- ◆ Milieuverontreiniging: in veel gevallen door bodem- en grondwater verontreiniging;
- ◆ Sociale problemen: door werkloosheid, kansarme bewoners, verpaupering en criminaliteit.

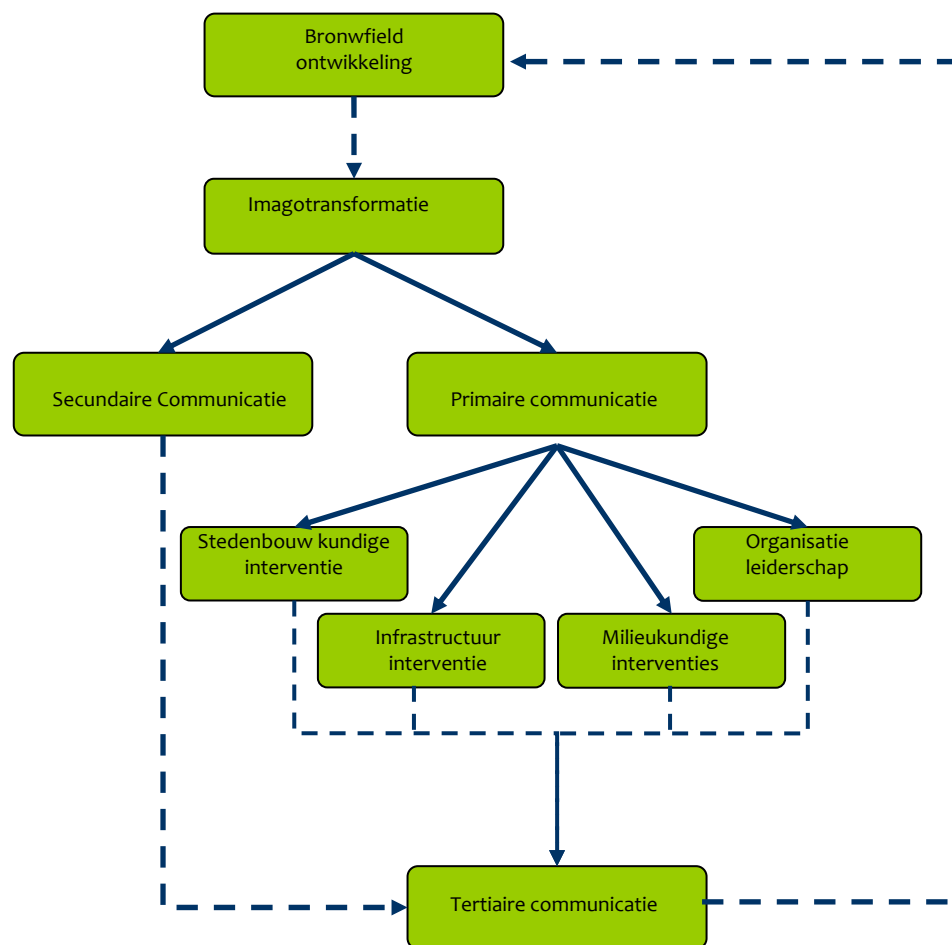
Door deze problematiek zijn de terreinen in een neerwaartse spiraal terecht gekomen. Deze neerwaartse spiraal heeft de problemen verergerd en daarmee het imago van het terrein negatief beïnvloed. Een Brownfield ontwikkeling is gericht op het integreren van het gebied in de stedelijke structuur en het transformeren van het terrein in een bruisend en aangenaam gebied. Een imagoformatie is daarbij van essentieel belang. Tegelijkertijd beseft men dat een dergelijke imagoformatie een lastige opgave is.

De Olympische spelen hebben een grote exposure over de gehele wereld en ze zijn in staat veel investeringsvermogen vrij te maken ten behoeve van de Olympische gebiedsontwikkeling. Dit investeringsvermogen kan worden ingezet om het gebied grondig te transformeren. De Olympische spelen zijn een evenement met een duidelijke



en krachtige promotionele boodschap. Deze promotionele boodschap wordt wereldwijd verspreid.

Het imago van een stad wordt bepaald aan de hand van 3 tal communicatielijnen (figuur s.1). De primaire communicatie is het bouwen aan bewijs. In dit stadium wordt de stad getransformeerd en de resultaten van deze transformatie hebben een positieve beeldvorming tot gevolg bij het grote publiek. De secundaire communicatie is gericht op het ondersteunen van de primaire communicatie, het transformatieproces, met promotionele activiteiten. Samen leiden primaire en secundaire communicatie tot tertiaire communicatie. Tertiaire communicatie is mond tot mond reclame. Wanneer er sprake is van positieve tertiaire communicatie, is er een imago-transformatie opgetreden.



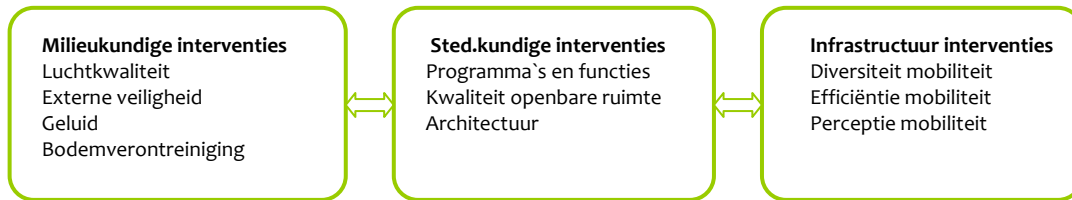
Figuur s.1: Brownfield imago-transformatie

Dit onderzoek richt zich op de fysieke aspecten van imago-transformatie. De primaire communicatie is daarbij het meest van belang. Primaire communicatie kent drie interventiegebieden en een organisatorische conditie. In dit onderzoek komen de drie interventiegebieden nader aan de orde.





Het onderzoek richt zich op de hardware bij de gebiedsontwikkeling en dus op de drie interventiegebieden. Ter beantwoording van de hoofdonderzoeksvraag zijn de condities voor imagoformatie weergegeven in figuur s.2.



Figuur s.2: Condities voor Olympische Legacy als inzet voor imagoformatie op Brownfield locaties

## Conclusie

Uit de praktijk analyse van twee case studies (Barcelona en Sydney) blijkt dat het noodzakelijk is om te investeren in alle drie de interventiegebieden. Het gebied moet een nieuw evenwicht verkrijgen. Door evenwichtig in de drie interventiegebieden te investeren ontstaat een attractief gebied dat in staat is de beeldvorming van stedelijke actoren positief te beïnvloeden. Dit leidt tot een imagoformatie.

Zichtbare milieuverontreinigingen moeten worden aangepakt. Dit beïnvloedt het imago van het gebied positief. Naar verwachting zal het belang van milieu interventies verder toenemen onder druk van de maatschappelijke discussie ten aanzien van duurzaamheid en milieu.

De stedenbouwkundige interventie creëert een aangename programmamix en een aansprekende en inspirerende openbare ruimte. Beide zijn noodzakelijk om levendigheid in het gebied te krijgen.

De infrastructuur en de diversiteit in mobiliteit bepaalt in grote mate de bereikbaarheid van het gebied. Wanneer een gebied goed bereikbaar is voor alle doelgroepen bestaan er geen nieuwe barrières in het gebruik.





## Inhoudsopgave

<b>Voorwoord .....</b>	<b>1</b>
<b>Samenvatting .....</b>	<b>3</b>
<b>Inhoudsopgave.....</b>	<b>7</b>
<b>1 Inleiding .....</b>	<b>11</b>
1.1 Veranderde opgave van Vinex naar Brownfields.....	12
1.2 Olympische Spelen en gebiedsontwikkeling.....	13
1.3 Probleem verkenning .....	14
1.4 Doelstelling .....	15
1.5 Onderzoeksmodel .....	15
1.6 Casestudie .....	16
1.6.1 Inventarisatie beschikbare informatie.....	16
1.6.2 Beperkingen casestudie .....	17
1.6.3 Selectiecriteria cases .....	17
1.6.4 Selectie casestudie .....	18
1.7 Vraagstelling .....	19
1.8 Leeswijzer .....	21
<b>2 Contextueel kader .....</b>	<b>23</b>
2.1 Katalysatoren in gebiedsontwikkeling .....	23
2.1.1 Wat is een katalysator?.....	23
2.1.2 Wat is de functie van een katalysator? .....	24
2.1.3 Welke soort katalysatoren kunnen we onderscheiden? .....	24
2.2 Olympische gebiedsontwikkeling en de Legacy .....	26
2.2.1 De Olympische Spelen een uniek evenement? .....	27
2.2.2 De Legacy van de Olympische Spelen?.....	29
2.3 Brownfield ontwikkeling de opgave van de toekomst .....	32
2.3.1 Wat verstaan we onder een Brownfield ontwikkeling? .....	33
2.3.2 Welke complexiteit kent een Brownfield ontwikkeling?.....	33
2.3.3 Olympische Legacy als katalysator van Brownfield ontwikkelingen .....	36



<b>3</b>	<b>Theoretisch kader .....</b>	<b>39</b>
3.1	Gebiedsimago .....	39
3.2	Wie is gevoelig voor een gebiedsimago .....	40
3.3	Imagotransformatie .....	42
3.4	Imagotransformatie op Brownfield locaties .....	43
3.4.1	Milieukundige interventies.....	46
3.4.2	Stedenbouwkundige interventies .....	47
3.4.3	Infrastructuur.....	49
3.4.4	Organisatie en Leiderschap.....	51
3.5	Samenvatting.....	53
<b>4</b>	<b>Case Barcelona .....</b>	<b>55</b>
4.1	Barcelona en het Olympische bid .....	55
4.2	Olympische gebiedsontwikkeling.....	57
4.3	Het Olympisch dorp: Parc de Mar .....	60
4.4	Imagotransformatie .....	61
4.4.1	Gentrification .....	62
4.4.2	Prijsstijgingen vastgoed .....	64
4.4.3	Bezoekers.....	65
4.5	Olympische transformatie opgave in Parc de Mar .....	66
4.5.1	Milieukundige interventies.....	67
4.5.2	Stedenbouwkundige interventies .....	69
4.5.3	Infrastructuur interventies.....	73
<b>5</b>	<b>Case Sydney .....</b>	<b>79</b>
5.1	Het Australische bid voor de Olympische spelen.....	79
5.2	Olympische gebiedsontwikkeling.....	80
5.2.1	Sydney en de Olympische spelen.....	80
5.2.2	Sydney Olympic Parc .....	81
5.3	Toetsing theoretisch kader .....	82
5.3.1	Milieu interventies .....	82
5.3.2	Stedenbouwkundige interventies .....	83
5.3.3	Infrastructuur interventies.....	84
5.4	Conclusie .....	84



<b>6</b>	<b>Synthese en conclusies .....</b>	<b>87</b>
6.1	Doelstelling en vraagstelling van het onderzoek.....	87
6.2	Theoretisch kader .....	87
6.3	Conclusies.....	89
6.3.1	Milieukundige interventies.....	89
6.3.2	Stedenbouwkundige interventies .....	90
6.3.3	Infrastructurele interventies .....	91
6.4	Algemene conclusies .....	93
<b>7</b>	<b>Aanbevelingen.....</b>	<b>94</b>
7.1	Aanbevelingen .....	94
7.2	Algemeen .....	95
7.3	Nederland 2028.....	95
	<b>Lijst met geïnterviewde personen.....</b>	<b>98</b>
	<b>Literatuurlijst.....</b>	<b>99</b>





## 1 Inleiding

Vrijdag 3 juli 2009 heeft het Nederlandse kabinet zich enthousiast uitgesproken over de Olympische ambitie van het NOC\*NSF<sup>1</sup>. De Nederlandse staat stelt zich tot doel Nederland op een Olympisch niveau te brengen. In 2016 wordt bekeken, of het uitbrengen van een Olympisch bid<sup>2</sup> voor de spelen van 2028, kansvol is. Het kabinet tot die tijd een bedrag van €13,5 miljoen beschikbaar, om Nederland op Olympisch niveau te brengen.

Deze duidelijke Olympische ambitie van zowel de sportwereld alsook de politiek, laten de vastgoedwereld niet onberoerd. Nederland kampt ruimtelijk al jaren met overvolle snelwegen en slechte kansarme wijken in de stad. De vastgoedwereld ziet de Olympische plannen als een kans om Nederland weer vitaal te maken.

Deze commotie wakkerde mijn interesse in het onderwerp “**de Olympische Legacy**” aan. Het is een tot de verbeelding sprekend evenement en het biedt gaststeden en landen ongekende mogelijkheden lastige agendapunten te realiseren. Hoe kunnen de Olympische spelen worden ingezet om een bredere ruimtelijke agenda in Nederland te dienen?

Dit inleidende hoofdstuk behandelt de veranderende ruimtelijke opgaven van Nederland, de Olympische spelen en gebiedsontwikkeling, de probleemverkenning, de doelstelling van het onderzoek, het onderzoeksmodel, de opzet van de casestudie, de vraagstelling en de leeswijzer.

### Kabinet omarmt Olympische aspiraties

Algemeen Dagblad - John Volkers  
Gepubliceerd op 03 juli 2009 21:51, bijgewerkt op 4 juli 2009 08:32

Den Haag -

Het kabinet heeft zich vrijdag 'enthousiast' achter het Olympisch Plan 2028 van NOC\*NSF geschaard. Het gaat de volgens staatssecretaris Bussemaker van Sport daarbij vooralsnog niet om het binnenhalen van de Olympische Spelen van 2028. Dat is voor een later moment. De eerste bedoeling van het door de overheid omarmde plan is om sport in te zetten als voorbeeld en inspiratiebron voor de samenleving. En om Nederland te laten 'uitblinken op alle niveaus'. Pas later, in 2016, zullen we beslissen of het de moeite waard is ons te kandideren voor de Spelen van 2028.

Bussemaker deed namens het kabinet een financiële toezegging van 13,5 miljoen euro voor drie jaar: van 2009 tot 2011. Voorzitter Erica Terpstra, voorzitter van NOC\*NSF, sprak haar tevredenheid uit dat het kabinet nu eindelijk besloten had de sport ten volle te omarmen. Terpstra: 'Het getuigt van lef en visie dat de regering wil meedoen en het Olympisch Plan gebruikt om bij te dragen aan een vitaal Nederland. Dat past bij ons motto: heel Nederland naar Olympisch niveau.'

In 2028 is het honderd jaar geleden dat de hoofdstad de Spelen organiseerde. Nederland kende mislukkingen met het kandideren voor de Olympische Spelen van 1952 en 1992. Het leek velen in de sportwereld voor eeuwig af te schrikken. Onder Terpstra is er een elan sportwereld gevaren om te trachten het onmogelijk geachte na te streven. Voor de planontwikkeling is de komende zeven jaar volgens calculaties van experts een bedrag van tussen de 3,4 en 4,6 miljard euro nodig. Het kabinet gaat mee in de gedachten dat er geïnvesteerd moet worden op vijf gebieden. Die heten Talentvol Nederland, Meedoen in Nederland, Vitaal Nederland, Kaart van Nederland en Nederland in beeld.

<sup>1</sup> NOC NSF: Nederlands Olympisch Comité \* Nederlandse Sport Federatie staat voor de bundeling van georganiseerde sport in Nederland. Het NOC NSF heeft een haalbaarheidsonderzoek gedaan naar de mogelijkheden ten aanzien van uitbrengen van een succesvol Olympisch bid voor de Olympische spelen van 2016 in Nederland. Hun bevindingen zijn vastgelegd in het Olympisch plan 2028.

<sup>2</sup> Olympisch bid: Een Olympisch bid is een officiële kandidaatstelling voor de Olympische spelen. Een land of gaststad dient een plan in voor de toekomstige Olympische spelen en de daarbij horende Olympische gebiedsontwikkeling.



## 1.1 Veranderde opgave van Vinex naar Brownfields

De tijd waarin Nederland onbeperkt kon uitbreiden aan de randen van de steden lijkt voorgoed voorbij. De Nota Ruimte (VROM, 2006) roept een halt toe aan een verdere uitbreiding van de buitengebieden aan de randen van steden. De nota zet in op een verdere verdichting van het bestaande stedelijke gebied door een norm te stellen dat minimaal 40% van de uitbreiding van een stad binnen de stedelijke structuur moet worden gerealiseerd en dat ca 21.000 ha bedrijventerrein geherstructureerd moet worden.

De Nederlandse steden beschikken over voormalige industriezones in het hart van de stad. Deze binnenstedelijke terreinen met een industriële achtergrond worden ook wel Brownfield genoemd. Deze gebieden zijn door de jaren heen in onbruik geraakt en liggen nu afgesloten van de buitenwereld weg te kwijnen. Het transformeren van deze voormalige industriële gebieden is een complexe opgave.

De nota ruimte geeft veel vrijheid aan de decentrale lagere overheden. Onder het motto 'decentraal wat kan, centraal wat moet' verschuift het accent van het stellen van ruimtelijke beperkingen, naar het stimuleren van gewenste ontwikkelingen. Steden pakken dit intensief op en schrijven prijsvragen uit om partijen te selecteren. Met als doel het aangaan van partnerschappen tussen publieke en private partijen om gezamenlijk complexe binnenstedelijke industriële zones in de stad te herontwikkelen.

Vanuit de markt bestaat veel interesse om te participeren in dit soort ontwikkelingen. Zoals blijkt uit de vele prijsvraaginzendingen die worden ontvangen bij het uitschrijven van een Europese aanbesteding. In de praktijk zijn dit lastige businesscases met complicaties op het gebied van versnipperd grondeigendom, milieuproblematiek, negatieve imago's en langdurige trajecten met hoge rentelasten risico's en exploitatiekosten (VROM, 2008). Binnenstedelijke ontwikkelingen spelen zich af in een veranderd speelveld, een toename van de complexiteit met de noodzaak om een integrale oplossing uit te werken (Deloitte, e.a. 2008).

Deze langdurige ontwikkelingstrajecten staan onder constante druk van hun omgeving en de steeds veranderende context. Een context die wordt bepaald door maatschappelijke, politieke, sociale en economische veranderingen (Zeeuw, 2007). Door de lange tijdspanne van dit soort trajecten moet de planvorming flexibel genoeg zijn om dergelijke veranderingen binnen de planvorming op te vangen en daarmee een duurzame ontwikkeling te creëren.

De centrale overheid probeert de bouwproductie van bijvoorbeeld woningen te stimuleren door prestatieafspraken te maken met steden. Door de complexiteit van de hedendaagse ontwikkelingspraktijk worden deze productieafspraken niet gehaald. Dit is overigens niet alleen het gevolg van de complexere processen, maar heeft ook een oorzaak in de sterk gestegen bouwkosten, het onstuimige economische klimaat en de achterblijvende vraag naar woningen.





Om de stedelijke gebiedsontwikkelingen op gang te krijgen en aan te blijven jagen tijdens het proces is dringend behoefte aan katalysatoren of vliegwielen. Zij zetten het betreffende gebied op de kaart, trekken (publiek) geld aan en slagen erin veel bezoekers naar het gebied te trekken. Dit biedt de mogelijkheid om in een vroeg stadium van de ontwikkeling markt te maken. Deze gecreëerde markt zal de afzet van producten uiteindelijk bespoedigen maar is ook een blijk van vertrouwen in de locatie. Dit vertrouwen is noodzakelijk om te investeren in een duurzame gebiedsontwikkeling (Wellink, 2008).

Aanjagers voor gebiedsontwikkeling kunnen qua aard en impact verschillen maar ze hebben alle met elkaar gemeen dat zij een momentum tot gevolg hebben waarin kansen gecreëerd worden. Dit momentum is een policywindow waar politieke belangen zich verenigen met bestaande problemen (Kingdon, 1995; Nelissen, 1996). Waar men door oplossingsideeën een energie op gang brengt om een gebiedsontwikkeling aan te pakken. De wens de Olympische zomerspelen van 2028 naar Nederland te halen kan als een policywindow gebruikt worden om private partijen te laten participeren in complexe stedelijke gebiedsontwikkelingen.

## 1.2 Olympische Spelen en gebiedsontwikkeling

De Olympische spelen vertegenwoordigen een droom. Een droom gekoesterd door elke topsporter om voor het oog van de gehele wereld, na jarenlange training, uit te blinken in de wedstrijd van zijn of haar leven. Deze droom wordt volmaakt als de sporter het erepodium mag bestijgen om te worden gehuldigd. Het is een droom die velen tot de verbeelding spreekt. Sporten krijgt daarmee zijn historische heldenstatus terug.

**Mia Hamm** (American football player, 2004 Summer Olympics):

“I’m building a fire, and everyday I train, I add more fuel. At just the right moment, I light the match”

De Olympische spelen zijn van een eeuwenoude Griekse traditie uitgegroeid tot een megasportevenement met ongekende populariteit. In de tweede helft van de twintigste eeuw zijn de spelen exponentieel gegroeid. De groei is niet alleen zichtbaar in het aantal sporten, het aantal deelnemers of de toeschouwers. De afgelopen jaren is ook de media aandacht rondom de spelen enorm toegenomen. Hierdoor zijn de Olympische spelen over de gehele wereld te volgen voor circa 3,9 miljard kijkers (Rivenburgh, 2004). Daarmee is het uitgegroeid tot 's werelds grootste sportevenement.

Olympische gaststeden staan vanaf het toekennen van het bid tot en met de eindceremonie in de schijnwerper. Wereldwijd worden de verwickelingen rondom de budgetoverschrijdingen van de bouw van de Olympische faciliteiten gevolgd. Iedere keer weer maakt de wereld zich zorgen of de faciliteiten tijdig worden opgeleverd voor de aanvang van het evenement. Tijdens het evenement wordt deze media aandacht versterkt en kijkt de gehele wereld mee naar beelden van sporters en het leven in de Olympische gaststad. De Olympische spelen gaan gepaard met promotionele activiteiten van een stad om zich te profileren ten opzichte van de wereld (Essex, Chalkey, 2003). Deze promotionele mogelijkheden bieden mogelijkheden om een imago te communiceren of juist te transformeren.



De Olympische spelen zijn niet alleen gericht op topsport en het verbeteren van sportprestaties, de spelen hebben ook veel aandacht voor de culturele ontwikkeling en het samenbrengen van mensen. De Olympische spelen worden ingezet om maatschappelijke, ruimtelijke en politieke belangen op de agenda te zetten. De Olympische spelen van Barcelona in 1992, hebben aangetoond dat niet alleen de sporter kan winnen. Ook de gaststad kan winnen door de inzet van de Olympische spelen als katalysator van stedelijke vernieuwing.

Barcelona heeft zich ontwikkeld van een perifeer gelegen industriestad naar een hippe metropool aan de kust (Majoor, 2006). De stad heeft zich geopend naar de zee. Met deze ontsluiting van de zee beschikt de stad over een nieuwe quality of life. De komst van de Olympische spelen betekende voor Barcelona de kans om de stad stedelijk ingrijpend te vernieuwen en te voorzien van efficiënte hoogwaardige infrastructuur. Deze investeringen zijn bedoeld de stad een goede concurrentiepositie te geven in de wereldeconomie. De ambitie is werkelijkheid geworden, de stad floreert sinds de Olympische spelen. Het succesverhaal van Barcelona deed andere steden over de hele wereld beseffen dat de Olympische spelen een brede agenda kunnen dienen.

De concurrentie de Olympische spelen als gaststad te organiseren is sindsdien heviger geworden. Nederland is voornemens in 2021 een bid te doen om de Olympische zomerspelen van 2028 naar Nederland te halen, precies 100 jaar na de zomerspelen in Amsterdam van 1928. De concurrentie is moordend en op dit moment beschikt Nederland nog over onvoldoende kwaliteit om een succesvol bid te kunnen uitbrengen.

Hoewel alle gaststeden het succes van Barcelona nastreven, is tot nu toe geen enkele stad erin geslaagd het succes van Barcelona te evenaren. Na Barcelona volgden Atlanta, Sydney, Athene en Beijing en in 2012 mag ook London zich van haar beste kant laten zien. Het Londense bid is pas uitgebracht na een uitgebreid onderzoek naar de faal- en succesfactoren van Barcelona en het creëren van de “Barcelona Legacy” (LERI, 2007). Deze doordachte aanpak is nog niet bewezen, maar biedt een realistische kijk op de mogelijkheden ter bevordering van de Legacy.

### 1.3 Probleem verkenning

Binnen de MCD opleiding, maar ook daarbuiten, is eerder onderzoek gedaan naar de werking van katalysatoren in gebiedsontwikkelingen. Daarbij zijn typen katalysatoren onderscheiden en is ingezoomd op de werking van een katalysator in gebiedsontwikkelingen. Met het vaststellen van de Olympische ambitie van Nederland door zowel de sportbonden en de politiek is het interessant om de effecten van de Olympische gebiedsontwikkeling en de bijna mythische Olympische Legacy te onderzoeken in de rol van aanjager / katalysator voor Brownfield ontwikkelingen.

Tot heden is dit aspect van de Olympische gebiedsontwikkeling slechts beperkt onderzocht. De opbouw van een theoretisch kader is gericht op imago-transformatie door Olympische gebiedsontwikkeling op Brownfield locaties. Het onderzoek draagt bij aan de kennisontwikkeling van Brownfield ontwikkelingen en de inzet van Olympische



gebiedsontwikkeling. Deze kennis vergroot de kansen op een succesvol Olympisch bid van Nederland in 2021, voor de Olympische spelen van 2028.

In het kader van dit onderzoek bedoelen we met Olympische Legacy, de mate waarin de Olympische spelen erin slagen om vooraf, tijdens en na de spelen een afdruk na te laten op het gebied waarin een Olympische gebiedsontwikkeling heeft plaatsgevonden. Deze footprint kan een fysieke, economische, sociale, culturele of organisatorische impact hebben (LERI, 2007).

In Nederland is ruimte schaars. Indien Nederland in staat wordt gesteld de Olympische spelen te organiseren, dan wordt de Olympische ruimtebehoefte gerealiseerd binnen de grenzen van de stad.

Brownfield locaties zijn erg interessant vanwege hun uiterst prominente en centrale positie in de grote steden. Brownfield ontwikkelingen zijn bijzonder complex. Het zijn langdurige trajecten met grote risico's veelal uitgevoerd in publieke private samenwerking. Publieke en private partijen onderkennen de complexiteit van dit soort locaties en beseffen dat dringend behoefte is aan katalysatoren die het proces kunnen aanjagen of op gang houden. Is het mogelijk om de Olympische Legacy in te zetten als katalysator van een Brownfield ontwikkeling?

#### 1.4 Doelstelling

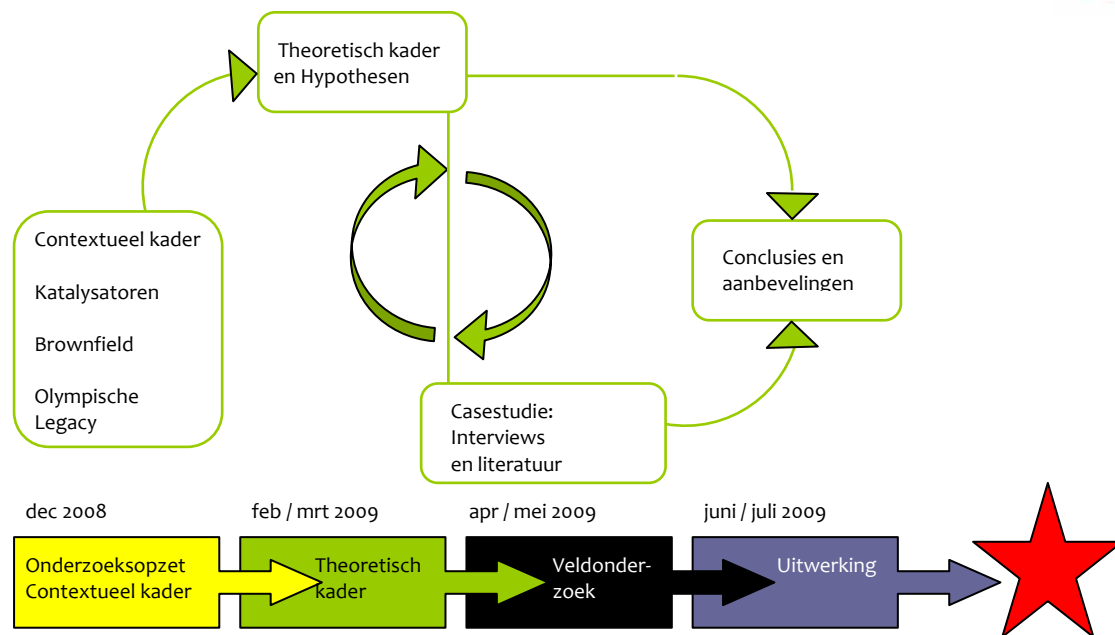
“Het doel van het onderzoek is meer inzicht te krijgen in mogelijke **katalyserende werking** van de Olympische spelen voor **imago-transformatie**, voor complexe **Brownfield ontwikkelingen**.

door

op basis van bestudering van twee voormalige Olympische gaststeden, kennis te krijgen over **condities** die de **imago-transformatie** tot stand brengen.”

#### 1.5 Onderzoeksmodel

Figuur 1.1 is een schematische weergave van het onderzoeksmodel. Dit onderzoeksmodel is een stappenplan waarmee het gewenste onderzoeksresultaat bereikt wordt.



Figuur 1.1: Onderzoeksmodel

Het onderzoek start met het schetsen van de context van de rol van katalysatoren in gebiedsontwikkelingen, de karakteristiek van Brownfield ontwikkeling en het creëren van Olympische Legacy. Door deze aspecten aan elkaar te linken wordt een theoretisch kader opgebouwd, dat betrekking heeft op de katalysatorrol van Olympische Legacy in Brownfield ontwikkeling. Het theoretisch kader wordt getoetst aan de hand van casestudie onderzoek. Deze toetsing leidt tot conclusies en handreikingen in algemene zin. Tot slot geeft het onderzoek een doorkijk naar de mogelijkheden van Olympische gebiedsontwikkeling voor de Nederlandse praktijk.

## 1.6 Casestudie

Het theoretisch kader wordt getoetst aan de praktijk door middel van een case studie. In deze paragraaf volgt een nadere uitwerking van de casestudie en de selectie van de cases voor het onderzoek.

### 1.6.1 Inventarisatie beschikbare informatie

De toetsing van het theoretisch kader aan de praktijksituatie, vereist kwalitatief onderzoek. Dit kwalitatief onderzoek wordt in eerste instantie uitgevoerd aan de hand van de beschikbare informatie in de literatuur. Daar waar de literatuur te weinig antwoorden geeft op de vragen die voortkomen uit het toetsingskader zal de informatie worden aangevuld aan de hand van praktijkinterviews met experts en bezoeken aan de Olympische locatie.

De literatuurbronnen zijn veelal beschrijvend van aard. De beschikbare literatuur richt zich op een feitelijke weergave van de Olympische gebiedsontwikkeling, het verloop van de Olympische spelen en de effecten van de Olympische spelen voor de stad aan de hand



van objectieve data. De literatuurbronnen zijn veelal afkomstig van wetenschappelijke instellingen.

De praktijkinterviews vinden plaats met experts op het gebied van de Olympische gebiedsontwikkeling. Deze experts zijn niet allen direct betrokken geweest bij de daadwerkelijke ontwikkeling. Veel van de geïnterviewde experts hebben jarenlang de Olympische gebiedsontwikkeling en haar effecten op de stad bestudeerd. Zij hebben de transformatie van de stad en het gebied in kaart gebracht.

Het bezoeken van de Olympische locaties heeft een meerwaarde om als onderzoeker een beter beeld te kunnen vormen van de gerealiseerde gebiedsontwikkeling en de effecten van deze gebiedsontwikkeling op het gebruik van de stad.

**Michael Phelps** (American Swimmer):

“You can’t put a limit on anything. The more you dream the farther you get”

### 1.6.2 Beperkingen casestudie

Een casestudie is een arbeidsintensief onderzoek. Zeker gezien het feit dat de onderzoeksonderwerpen een grote geografische spreiding kennen over de gehele wereld. Het aantal te onderzoeken cases is verbonden aan beperkingen.

Dit onderzoek is uitgevoerd als Masterstudie naast een fulltime baan in het praktijkleven. De beschikbare tijd voor het uitvoeren van het onderzoek is beperkt. De Olympische spelen hebben een sterke geografische spreiding en bestrijken de hele wereld, bijna al haar continenten. Gezien de beschikbare tijd is het onmogelijk kwalitatief en diepgaand onderzoek uit te voeren op casestudies buiten Europa.

### 1.6.3 Selectiecriteria cases

De selectie van de relevante cases voor de Nederlandse praktijk vindt plaats aan de hand van een aantal selectiecriteria. De kenmerken van de specifieke Olympische gebiedsontwikkeling in de gaststad, bepalen de relevantie van de betreffende case voor dit onderzoek.

#### Brownfield ontwikkeling

Het onderzoek spitst zich toe op Brownfield ontwikkelingen gecombineerd met Olympische gebiedsontwikkeling en imagoformaties. Bij de keuze voor cases is dit een belangrijke selectievoorwaarde.

#### Type Olympische spelen

De Olympische spelen vinden plaats met een tijdsinterval van 2 jaar. Er worden zomerspelen en winterspelen georganiseerd. Afhankelijk van de locatiemarken van een gaststad, doet de stad een bid voor een bepaald type spelen. De zomerspelen hebben veruit de meeste populariteit.

Dit onderzoek richt zich op de consequenties voor de Nederlandse situatie. De Nederlandse locatiemarken beperken zich tot de mogelijkheden voor het organiseren van zomerspelen.



### Meetbaarheid Legacy effecten

Alvorens de lange termijn effecten van een Olympische Legacy zichtbaar worden, verstrijken een aantal jaren. Het is daarbij van belang dat de Olympische gebiedsontwikkeling is afgerond en dat ook een periode van een aantal jaren is verstreken sinds het evenement is afgesloten.

Barcelona is de eerste gaststad die de Olympische spelen organiseerde met een bredere agenda. Voor het eerst zijn de Olympische spelen ingezet om stedelijke vernieuwing te faciliteren. Ter waarborging van de meetbaarheid van de imago-transformatie komen alleen cases in aanmerking die plaats hebben gevonden vanaf 1992 en voor 2004.

#### 1.6.4 Selectie casestudie

In figuur 1.2 is een overzicht opgenomen van alle Olympische gaststeden sinds 1992 tot en met 2004. Per gaststad is een korte beschrijving opgenomen van de specifieke kenmerken van de Olympische spelen en hun ruimtelijke vertaling (Gold, 2008).

Gaststad	Kenmerken
	<p>De spelen van Barcelona stonden in het teken van stedelijke vernieuwing. De stad was jarenlang achtergesteld en had behoefte aan een grootschalige renovatie. Er werden vier ontwikkelingszones in de stad aangewezen. Waaronder ook de voormalige industriële zone langs de kust van Barcelona. Deze Brownfield werd tijdens de Olympische gebiedsontwikkeling getransformeerd naar een bruisende boulevard met een hoogwaardig woon en leefklimaat.</p> <p>De case Barcelona is interessant vanwege de transformatie van een Brownfield locatie en de imago impact die deze transformatie teweeg heeft gebracht.</p>
	<p>De spelen van Atlanta werden georganiseerd met voornamelijk private investeringen. De volledige planning en financiering van de spelen werden commercieel ingestoken. De spelen werden geconcentreerd op één plek in de stad. Na de spelen bleef er bij het IOC een bittere nasmaak over ten aanzien van de commercialisering van de spelen.</p> <p>De case Atlanta is minder interessant voor dit onderzoek omdat de lange termijn effecten van de Olympische gebiedsontwikkeling erg beperkt zijn geweest.</p>
	<p>De Spelen in Australië hadden als voornaamste thema: Green Games. Australië droomde al jaren van het organiseren van de Olympische spelen. Er was uitgebreid onderzoek gedaan naar mogelijke locaties voor de Olympische gebiedsontwikkeling. Bij het bid voor 2000 was Sydney de aangewezen gaststad.</p> <p>Sydney heeft zich actief ingezet om het imago van de stad te transformeren. De Olympische gebiedsontwikkeling concentreerde zich op een Brownfield locatie. Het is interessant om deze decentrale ligging ten opzichte van de stad nader te onderzoeken.</p>
	<p>De terugkeer van de Olympische spelen in Athene werd gezien als een thuiskomst. De antieke spelen en de link naar het hedendaagse moderne Athene vormden de rode draad in het verhaal. Athene had te kampen met een enorme luchtvervuiling en zag het als haar opgave om de spelen in te zetten voor het creëren van een meer duurzame vorm van transport en het voorkomen van congestie door de aanleg van een Olympische ringweg. Athene kampt momenteel met leegstaande grootschalige sportfaciliteiten die niet meer gebruikt worden. In vaktermen worden dit ook wel “Witte olifanten” genoemd. Deze case is minder relevant aangezien het geen Brownfield ontwikkeling betreft.</p>

Figuur 1.2: Selectie casestudie aan de hand van kenmerken van de Olympische gebiedsontwikkeling



De kenmerken van de Olympische gebiedsontwikkelingen per gaststad geeft een duidelijk beeld ten aanzien van de relevantie per case voor de onderzoeksdoelstelling. De Olympische gebiedsontwikkelingen op Brownfield locaties, binnen het gestelde tijds kader, betreft de steden Barcelona en Sydney.

Uit een eerste inventarisatie van beschikbare literatuur blijkt dat het verhaal van de Olympische spelen van Barcelona uitstekend gedocumenteerd is. Barcelona beschikt over een eigen universiteit die zich specifiek richt op de Olympische gebiedsontwikkeling van Barcelona. De kennis en kunde die uit eerdere onderzoeken is van grote toegevoegde waarde voor dit onderzoek. Barcelona is een bereikbare bestemming in tijd, geld en beschikbare experts. De case Barcelona biedt voldoende mogelijkheden de case kwalitatief diepgaand te onderzoeken.

Sydney is net als Barcelona gedocumenteerd. Echter het aantal beschikbare literatuur bronnen is beperkt. De geografische afstand van Nederland tot Sydney is erg groot. Het is binnen het gestelde tijds kader voor mij niet mogelijk Sydney te bezoeken. Expert interviews zijn aangewezen op telefonisch contact en e-mailverkeer. Informatie van de case Sydney is minder voor handen. De case heeft voldoende relevantie voor de toetsing van het theoretisch kader, de case wordt meegenomen, echter minder diepgaand van aard. De case Sydney wordt als controle naast de case Barcelona gelegd. Resultaten uit beiden cases kunnen daarna vergeleken worden.

## 1.7 Vraagstelling

Op basis van de doelstelling van het onderzoek wordt een centrale onderzoeksvraag geformuleerd. Deze centrale onderzoeksvraag luidt als volgt:

### Centrale onderzoeksvraag:

“Onder welke condities brengt het organiseren van de Olympische spelen een imago-transformatie op gang in gebiedsontwikkeling op Brownfield locaties?”

Het beantwoorden van de centrale onderzoeksvraag volgt na het opstellen van een contextueel kader, een theoretisch kader en een praktijkanalyse. Per onderzoeksonderdeel zijn de onderzoeksvragen opgesteld.

Sparky Anderson (Major League baseball manager):

“Success isn't something that just happens. Success is learned, success is practiced and then it's shared.”



### Contextueel kader:

#### 1 Theorie Katalysatoren

Wat is een katalysator?

Wat is de functie van Katalysatoren?

Welke soort katalysatoren zijn er?

#### 2 Theorie Olympische gebiedsontwikkeling

Welke uniciteit bezitten de Olympische spelen voor gebiedsontwikkeling?

Wat is de Legacy en welke Legacy effecten brengen de Olympische spelen teweeg?

#### 3 Theorie Brownfield ontwikkeling

Wat is Brownfield ontwikkeling?

Wat is de complexiteit van de opgave?

Wat is de functie van een katalysator in een Brownfield ontwikkeling?

### Theoretisch kader:

1. Wat is het imago van een gebied?

2. Wie beleeft het imago van een gebied?

3. Op welke manier kan het imago van een gebied getransformeerd worden?

4. Welke condities beïnvloeden een imagotransformatie op Brownfield ontwikkelingen?

### Praktijk analyse:

1. Wat is de karakteristiek van de case?

2. Welke fysieke ingrepen hebben de Olympische spelen te weeg gebracht op de Brownfield ontwikkeling?

3. Welke condities van imagotransformatie hebben plaatsgevonden in de Olympische gebiedsontwikkeling?

4. Welke effecten zijn merkbaar na afloop van de Olympische gebiedsontwikkeling?

5. Welke condities kunnen worden aangemerkt als noodzakelijk onderdeel van de imagotransformatie?

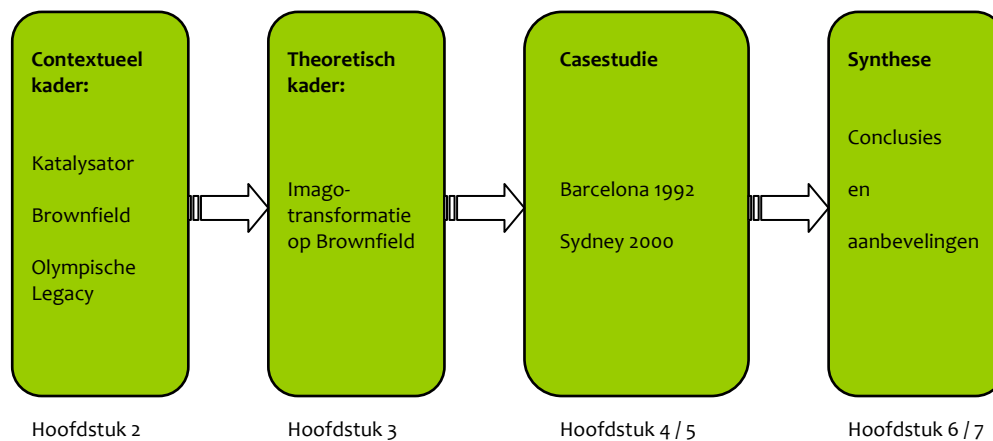




## 1.8 Leeswijzer

Het onderzoek valt uiteen in drie hoofdonderdelen, te weten: conceptueel kader, theoretisch kader en praktijkanalyse. Het onderzoek wordt afgesloten met een synthese waarin conclusies en aanbevelingen worden gedaan.

Om de onderzoeksresultaten overzichtelijk te presenteren is gekozen deze indeling ook te laten terugkomen in de hoofdstuk indeling. Figuur 1.3 is een schematische weergave van deze hoofdstukindeling voor het onderzoek.



Figuur 1.3: Schematische weergave hoofdstukindeling onderzoeksmodel





## 2 Contextueel kader

De context van dit onderzoek wordt bepaald door een drietal begrippen. Te weten:

- ◆ De katalysatoren in gebiedsontwikkeling;
- ◆ De Legacy van de Olympische spelen;
- ◆ De problematiek van Brownfield ontwikkeling.
- ◆ Deze begrippen zullen achtereenvolgens in dit hoofdstuk worden uitgewerkt.

In paragraaf 2.1 wordt ingezoomd op katalysatoren in de gebiedsontwikkeling. Paragraaf 2.2 behandelt de Olympische gebiedsontwikkeling en de door vele gaststeden nagestreefde Olympische Legacy. In paragraaf 2.3 wordt de complexiteit van Brownfield ontwikkeling nader toegelicht. Tot slot wordt aan de hand van de uitkomsten van de paragraaf 2.1 tot en met paragraaf 2.3 gezocht naar de mogelijkheden van de inzet van Olympische Legacy als katalysator van Brownfield ontwikkeling. Deze uitkomsten zijn terug te vinden in paragraaf 2.4.

### 2.1 Katalysatoren in gebiedsontwikkeling

Vastgoed professionals overwegen steeds vaker de inzet van een katalysator in gebiedsontwikkeling. Het begrip katalysator wordt ook wel aangeduid als een “incubator”, een “vliegwiel” of “trekker” van een gebied. Het doel van de katalysator is het aantrekken van bezoekers, bewoners en bedrijven in een gebied (Hoogendoorn, Peeters, 2005).

De katalyserende werking van Olympische gebiedsontwikkeling is het onderwerp van deze scriptie. Het is van belang om de werking en functie van katalysatoren in gebiedsontwikkeling nader te onderzoeken. In de navolgende paragrafen wordt antwoord gegeven op de volgende vragen:

- ◆ Wat is een katalysator?
- ◆ Wat is de functie van een katalysator in gebiedsontwikkelingen?
- ◆ Welke soort katalysatoren worden onderscheiden?

#### 2.1.1 Wat is een katalysator?

Een katalysator wordt al in een vroeg stadium van het gebiedsontwikkelingsproces ingezet. In deze vroege fase wordt getracht het gebied op de mental map van stedelijke actoren te zetten. Veelal is een katalysator een fysieke functie die publiek toegankelijk is en in staat is grote doelgroepen aan te spreken (Hoogendoorn, Peeters, 2005).



In zijn afstudeerscriptie voor de MCD definieert J. Wellink (Wellink, 2008) de incubator als volgt:

“Een (in de nabije toekomst) fysiek aanwezige tijdelijke of permanente publiek toegankelijke functie met een sterke relatie met de gebiedsontwikkeling waarin deze functie zich bevindt, die in een vroeg stadium bewust en zorgvuldig wordt ingezet door de gebiedsontwikkelaar met als doel sturing te geven aan de koers en voortgang van de gebiedsontwikkeling.”

Uit deze definitie wordt afgeleid dat de katalysator een tijdelijke rol kan spelen maar ook permanent in een gebied aanwezig kan zijn. Tijdelijke katalysatoren zijn gericht op evenementen die een culturele of leisure achtergrond hebben. Permanente katalysatoren zijn meer divers van aard.

### 2.1.2 Wat is de functie van een katalysator?

De katalysator is in staat een proces te verrijken of te verrijken (Wellink, 2008).

De verrijkende werking van een katalysator in gebiedsontwikkeling heeft betrekking op het positief laden van een imago in een gebied. Dit is een bewuste manier van beïnvloeden van de perceptie van bezoekers. De katalysator als verrijking in een gebied heeft in veel gevallen een grote culturele waarde voor de stad in het geheel. Bezoekers identificeren het imago van het gebied met de kwaliteit van de katalysator.

Een versnelling van het proces is mogelijk door de aantrekkende werking van een katalysator. Een katalysator wekt de interesse van bepaalde groepen mensen. De aantrekkingskracht van de katalysator op groepen mensen zorgt ervoor dat mensen een perceptie krijgen van een gebied. Het ultieme doel is het positief beïnvloeden van de perceptie van de bezoeker. Een positieve perceptie leidt in veel gevallen tot een vestiging of investering interesse. Dit noemt men ook wel markt creëren.

Voor gebiedsontwikkelingen is de rol van de katalysator als verrijking voor een gebied erg belangrijk (Wellink, 2008). De katalysator is in staat een imago op de kaart te zetten of een imago verandering te weeg te brengen. Voor Brownfield ontwikkelingen is dit van essentieel belang.

Daarnaast geeft de inzet van een katalysator en de effecten die daardoor teweeg worden gebracht, vertrouwen bij samenwerkingspartners in het proces. Juist dit vertrouwen is van essentieel belang om langdurige complexe projecten te initiëren. In complexe gebiedsontwikkelingen worden grote risico's genomen. Vertrouwen in het product, in elkaar en in de toekomst zijn daarbij essentieel.

### 2.1.3 Welke soort katalysatoren kunnen we onderscheiden?

Katalysatoren kunnen sterk verschillen van aard. We onderscheiden drie typen katalysatoren (Wellink, 2008):

- ◆ Iconen en architecturale objecten;
- ◆ Bedrijven en organisaties;
- ◆ Evenementen.



In deze paragraaf worden alle drie typen katalysatoren beschreven.

### Iconen en architecturale objecten

Het aanwenden van een gebouw met aansprekende architectuur kan werken als katalysator voor een gebied. Bijzondere voorbeelden van dergelijke katalysatoren zijn de Erasmusbrug voor de Kop van Zuid in Rotterdam en het Guggenheim museum voor Bilbao. De architecten van deze objecten hebben met het ontwerp van het gebouw een nieuw symbool gecreëerd voor de stad. Het symbool is in staat met haar dramatische architectuur een identiteit te creëren voor een gedeelte van de stad of voor de gehele stad. Deze identiteit trekt jaarlijks duizenden bezoekers. Het gebouw functioneert als een landmark of baken in de stad (Stegmeijer, 2008).

De faam die een dergelijk gebouw ten deel valt is afgeleid van de bekendheid van zijn ontwerper de architect. Maar in veel gevallen kan ook de vorm van het gebouw de bekendheid ontlenen aan het gebouw. Iconen dragen een verhaal met zich mee. Dit verhaal is aansprekend voor een grote groep mensen. Het verhaal geeft het gebouw een identiteit. Opvallend is het feit dat iconische architectuur weinig links heeft met de regionale of lokale context. Iconen zijn gericht op globalisering en internationalisering. De kracht van iconen en de daarbij horende identiteit is de lokale trots die het gebouw ontketend (Stegmeijer, 2008).

### Bedrijven en organisaties

Bedrijven en organisaties kunnen bijdragen aan het verrijken van een gebied. De vestiging van een bedrijf kan ertoe bijdragen dat het gebied interessant wordt voor andere stedelijke actoren. De vestiging van de Theaterfabriek op het Oostenburgereiland te Amsterdam, heeft al veel bezoekers naar deze voormalig Brownfield ontwikkeling getrokken. Tevens heeft de vestiging van deze organisatie in het gebied gezorgd voor vertrouwen bij andere bedrijven in een toekomstige waardecreatie voor hun bedrijfsvoering in het gebied. Doordat publiekstrekkingen gevestigd worden op deze terreinen, hopen andere bedrijven mee te kunnen profiteren van de bezoekersstromen.

De bedrijven en organisaties verlenen hun identiteit aan het gebied. Deze identiteit moet leiden tot een positief imago.

Dit segment bedrijven of organisaties is in staat door middel van een gevarieerd cultureel aanbod, bezoekers te trekken naar een bepaalde plek in de stad. Het is daarbij van belang de doelgroep van het bedrijf in overeenstemming te brengen met het gewenste profiel van toekomstige gebruikers in het gebied.

Bedrijven of organisaties kunnen zich tijdelijk vestigen in een gebied in aanloop van de verdere ontwikkelingen. Echter een definitieve vestiging van de organisatie moet daarbij niet worden uitgesloten.

### Evenementen

Het organiseren van een grootschalig evenement werkt als katalysator voor gebiedsontwikkeling. Bekende voorbeelden van dergelijke evenementen zijn de Olympische spelen geweest voor Barcelona in 1992, of de World Expo voor Lissabon (Berg, Pol, Speller 2007).



Een evenement is in staat in korte tijd veel bezoekers naar een stad of gedeelte van de stad te trekken. Wereldwijd bestaan veel verschillende soorten evenementen. De Olympische spelen genieten daarbij de meeste bekendheid en media-aandacht. Ook de World Expo, The Commonwealth games of de WK voetbal hebben een grote impact op hun gaststad.

Een evenement kenmerkt zich door haar tijdelijke karakter. Afhankelijk van de aard en doelstellingen van het betreffende evenement, is het een eenmalige gebeurtenis of juist een periodiek terugkerende happening.

Evenementen kenmerken zich door grote mediabelangstelling die ermee gepaard gaat. Juist deze mediabelangstelling geeft de kans het imago van de stad of een gedeelte van de stad te communiceren met een grote en brede doelgroep.

### Conclusie

Uit bovenstaande analyse blijkt dat katalysatoren divers zijn. Architectuur iconen in een stad en in zekere mate ook de vestiging van bedrijven of organisaties in de stad hebben een katalyserende werking voor een langere tijdshorizon. Evenementen spelen zich af in een kort tijdsbestek. De evenementen zijn in staat in een korte tijdsperiode een groot publiek te bereiken. Evenementen worden vaak ingezet om promotionele boodschappen over het gebied uit te zenden. De Olympische spelen zijn uniek vanwege de schaal en omvang van de spelen. Door de Olympische spelen op de juiste wijze in te zetten in een gebiedsontwikkeling kunnen de spelen een imago-transformatie van het gebied bewerkstelligen. Dit imago effect heeft een langdurige werking. Denk hierbij aan het succesverhaal van Barcelona.

Brownfield ontwikkeling is gebaad bij promotionele maar ook duurzame inzet van katalysatoren. Het gebied moet een levendigheid krijgen, duurzame katalysatoren zijn daartoe langdurig in staat. Brownfield ontwikkeling hebben een lange adem nodig en kunnen hun succes niet laten afhangen van een eenmalig evenement.

De katalysator rol op een Brownfield moet in staat zijn op lange termijn een aantrekkende werking te hebben.

## 2.2 Olympische gebiedsontwikkeling en de Legacy

Zoals blijkt uit voorgaande paragraaf beschikken grootschalige evenementen over een katalyserende werking op gebiedsontwikkelingen. De Olympische spelen zijn 's werelds grootste sportevenement.

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de volgende vragen uit het contextuele kader:

- ◆ Wat is de uniciteit van de Olympische spelen?
- ◆ Wat is de Legacy en welke Legacy effecten brengen de Olympische spelen teweeg?



### 2.2.1 De Olympische Spelen een uniek evenement?

De Olympische spelen zijn de laatste jaren enorm gegroeid en met de groei van het evenement is ook de media aandacht enorm gestegen. Over de gehele wereld volgen circa 3,9 miljard mensen de prestaties van topsporters (Rivenburgh, 2004).

#### Brede doelgroep

De brede sport, het verwezenlijken van de Olympische droom, het gevoel van nationale trots zijn alle stuk voor stuk factoren die ervoor zorgen dat de Olympische spelen een grote doelgroep aanspreekt.

Fanatieke supporters proberen een kaartje te bemachtigen voor een wedstrijd van hun favoriete sport. Het bezoek aan de Olympische spelen en het gevoel onderdeel te zijn van dit enorme spektakel is een unieke belevenis die in veel gevallen een grote indruk achterlaat op bezoekers.

Thuisblijvers hoeven echter niets te missen. Wereldwijd wordt uitgebreid verslag gedaan van alle sportwedstrijden en de culturele activiteiten rondom de Olympische spelen. Deze media aandacht maakt de Olympische spelen uniek ten opzichte van alle andere grote evenementen. De media aandacht wordt dan ook maar al te vaak door een gaststad benut om het imago van de stad te verbeteren of te versterken (Maragas, 1995).

#### Omvangrijke investeringen

De omvang van de spelen vereisen een omvangrijke investering in de aanleg van faciliteiten. Faciliteiten die vanwege hun aard en omvang niet achteloos kunnen worden gebouwd. Gezien het feit dat bij hoge uitzondering een gaststad meer dan één keer de Olympische spelen mag organiseren is het onwaarschijnlijk dat de faciliteiten opnieuw kunnen worden ingezet voor hetzelfde doel. Bij andere evenementen is het vaak mogelijk om meerdere malen de expositieruimten in te zetten voor hetzelfde soort evenement (Chalkley, Essex, 1999).

De moderne Olympische spelen moeten aan de volgende eisen van het Internationaal Olympisch Comité (IOC) voldoen (Essex, Chalkey, 2003):

#### Sportfaciliteiten

Onder sportfaciliteiten worden de wedstrijdaccommodaties verstaan maar ook alle oefen- en trainfaciliteiten. Het IOC stelt eisen aan het soort accommodatie en bijhorende aantal toeschouwers. De accommodaties zijn zeer divers van aard.

Er is behoefte aan (VROM, 2008):

- ◆ Olympisch stadion (60.000 toeschouwers);
- ◆ Olympische hal (20.000 toeschouwers);
- ◆ 4 a 5 Multipurpose hallen;
- ◆ 7 stadions voor veldspelen;
- ◆ Olympisch zwembad;
- ◆ Velodrome, schietbanen, tennis, wildwatervaren, roeien, zeilen en groen ruimte sport.



### Infrastructuur

De stedelijke infrastructuur moet in staat zijn grote groepen mensen efficiënt te verplaatsen van en naar alle activiteiten. Het gaat daarbij niet alleen vervoer over de weg, maar ook openbaar vervoerverbindingen moeten de stad op efficiënte wijze ontsluiten. De aantakking op regionaal en internationale vervoersstromen is van groot belang. Denk hierbij aan ringwegen om de stad, de aanleg van snelwegen en het verbeteren van de internationale luchthaven.

### Olympisch dorp en overnachtingfaciliteiten

Voor alle sporters en hun begeleiding moeten accommodaties worden gerealiseerd in het Olympisch dorp. De omvang van het Olympisch dorp varieert van 5.000 tot 8.000 woningen. Om ervoor te zorgen dat alle atleten zich gedegen kunnen voorbereiden op de wedstrijden, liggen in de directe nabijheid van het Olympische dorp ook diverse trainingsfaciliteiten. Voorzieningen voor ontspanning en gezondheid maken eveneens integraal onderdeel uit van het Olympisch dorp.

De Olympische spelen trekken wereldwijd duizenden bezoekers. Deze worden opgevangen in hotelfaciliteiten in de stad of in de regio. Voor de opvang van toeschouwers is behoefte aan circa 72.000 hotel bedden. Dit levert een flink beslag op de aanwezige bedcapaciteit van een gastland. Het is echter gebleken dat reguliere toeristen een gaststad mijden tijdens de drukte van het evenement.

De grote media-aandacht vereist een goed geëutiliseerd perscentrum. Het IOC stelt eisen ten aanzien van de maximale afstand van het Olympisch dorp tot aan de wedstrijdlocaties. Wedstrijdlocaties moeten op een maximale reisafstand van 45 minuten liggen van het Olympisch dorp.

### Overige stadsvernieuwingsactiviteiten

Gaststeden investeren veelal niet alleen in de noodzakelijke voorzieningen voor het evenement zelf. Veruit het leeuwendeel van de investeringen worden gedaan in stadsvernieuwingsprojecten. Hieronder worden alle projecten verstaan die moeten worden gerealiseerd om de stad te kunnen laten voldoen aan de internationaal geldende norm van gastvrijheid. Bijvoorbeeld: drinkwatervoorziening, telecommunicatie, duurzaamheid en milieu, groenvoorzieningen maar ook culturele voorzieningen.

Deze stadsvernieuwingsprojecten hebben vaak geen directe relatie met de Olympische spelen zelf. De Olympische spelen zijn slechts een aanknopingspunt om de projecten, die vaak al lange tijd op de agenda van de stad stonden, eindelijk te kunnen realiseren

### **Conclusie**

De Olympische spelen zijn een duur en intensief investeringsprogramma voor een stad. Deze investeringen kunnen in de meeste gevallen niet alleen door lokale overheden worden gedragen. Naast hogere overheden zijn ook marktinvesteringen en marktkennis essentieel voor een succesvolle realisatie van alle ambities.

De grote investeringen en het ondernemersinstinct zorgen ervoor dat steden proberen een toegevoegde waarde te creëren. De toegevoegde waarde wordt ook wel “Legacy” genoemd.





### 2.2.2 De Legacy van de Olympische Spelen?

In hoofdstuk 1 werd het begrip “Legacy” gedefinieerd. In deze paragraaf komen de verschillende soorten Legacy nader aan bod. De Legacy van de Olympische gebiedsontwikkeling intrigeert potentiële gaststeden voor toekomstige Olympische spelen.

Barcelona is het lichtend voorbeeld van een stad die erin geslaagd is een mega evenement als de Olympische spelen in te zetten om een stedelijke vernieuwing kracht bij te zetten. Hoewel iedere gaststad zich graag een voorbeeld neemt aan Barcelona, blijken er in werkelijkheid maar weinig steden in te slagen de Legacy ook volledig tot uitdrukking te laten komen na de Olympische Spelen (Kearney, 2005).

De Olympische Legacy kan meetbaar gemaakt worden op 9 hoofdonderdelen (LERI, 2007):

#### Versterking van de stedelijke economie

Een sterke en duurzame stedelijke economie heeft een brede basis met een grote differentiatie aan bedrijvigheid en werkgelegenheid (Pol, e.a., 2007). De Olympische spelen kunnen bijdragen aan het versterken en verbreden van de lokale stedelijke economie. Vanuit de historische context ontstaan in steden dominante bedrijfssectoren. Deze dominante bedrijvigheid zorgt voor een bepaald imago van de stad. Dit imago zorgt in veel gevallen het uitsluiten van de vestiging van andere soorten bedrijvigheid in de stad. Met als gevolg een eenzijdig opgebouwde stedelijke economie.

De Olympische spelen kunnen deze vicieuze cirkel doorbreken. De Olympische spelen etaleert de stad als een internationale speler. Het internationale karakter van de stad trekt nieuwe bedrijvigheid aan. Het internationale karakter heeft tevens een aantrekkende werking op toerisme, waardoor ook de toeristische sector een nieuwe impuls krijgt (Brunet, 1995).

#### Creëren van werkgelegenheid

In de aanloop naar de Olympische spelen leiden de investeringen in de stad tot een verhoging van de werkgelegenheid. De ambitie van de stad bepaalt in grote mate het investeringsvermogen en daarmee de aangroei van werkgelegenheid en de stimulans voor de stedelijke economie (Preuss, 2002).

Olympische investeringen zijn niet alleen fysiek van aard. Veelal hebben deze investeringen ook een sociale en economische kant. Het stimuleren van werkgelegenheid is een zeer belangrijk onderdeel voor de stedelijke economie. Dit heeft niet alleen betrekking op de investeringen die gedaan worden in de aanloop naar de spelen. Zoals de aanleg en realisatie van alle noodzakelijk voorzieningen. Juist ook ten tijde van het evenement is het van essentieel belang dat mensen worden ingezet om alles goed te laten verlopen. De echte Legacy van het creëren van werkgelegenheid ontstaat als een stad de werkgelegenheid ook na de spelen weet vast te houden.

Het vasthouden van de werkgelegenheid heeft daarmee een nauwe verwantschap gekregen met het versterken van de stedelijke economie. Nieuwe bedrijvigheid leidt tot meer werkgelegenheid en meer kansen op de arbeidsmarkt.



### Versterken van toeristische sector

De Olympische spelen vestigen de aandacht van de wereldbevolking op de gaststad. Dit gebeurt al in de realisatie fase van de Olympische spelen. De grote bouwwerken trekken jaarlijks duizenden stedelijke toeristen.

Tijdens de spelen wordt de gaststad overspoeld door toeschouwers, atleten, begeleiders, media vertegenwoordigers en hoogwaardigheidsbekleders. Op dit soort momenten zullen reguliere toeristen de stad of zelfs het land mijden om de drukte te omzeilen.

Na de spelen is sprake van een verhoogd bezoekersaantal. Mensen hebben de beelden van de stad via de media vernomen. Na de spelen willen ze dit graag met eigen ogen ervaren. De Olympische spelen kunnen ook zorg dragen dat geïnvesteerd wordt in het ontwikkelen van nieuwe toeristische producten voor de stad. Bijvoorbeeld door de aanleg van een belangrijk museum etc. Dit soort investeringen leiden tot het verder ontwikkelen van de toeristische bedrijvigheid, na afloop van het evenement (Chalip, 2002). Onder toerisme wordt hierbij niet alleen het leisure toerisme verstaan maar juist ook het zakelijke toerisme. Tijdens de Olympische spelen kan een stad haar imago als wereldstad etaleren. Dit imago trekt bedrijvigheid aan en deze bedrijvigheid trekt op haar beurt weer zakelijk toerisme aan. (Vrijaldenhoven, 2007)

### Stedelijke vernieuwing

De Olympische spelen worden maar al te vaak ingezet om de stedelijke vernieuwing te faciliteren. De Olympische spelen vervullen dan de rol als katalysator in het proces van gebiedsontwikkeling. De Olympische gebiedsontwikkeling waarborgt de stedelijke vernieuwing niet, maar ze zijn een duidelijk onderdeel van de totale stedelijke transformatie. De investeringsbereidheid die wordt losgemaakt bij het organiseren van de Olympische spelen kan worden aangewend om de stedelijke vernieuwing te versnellen en te verrijken (Nel-Lo, 1997).

Veel steden hebben als achterliggend motief bij het organiseren van de Olympische spelen, het vernieuwen van de stad of een gedeelte daarvan. Afhankelijk van de ambities van de stad, liggen de investeringen in de stedelijke vernieuwing ver boven de reguliere investeringen voor de faciliteiten van de Olympische spelen.

### Professionalisering

Het karakter van de Olympische spelen vraagt op veel terreinen naar bijscholing van personeel en professionals. De complexiteit van de projecten die samenhangt met het organiseren van Olympische spelen vormen een unieke leerschool voor professionals. Maar ook horecatrainingen en taalcursussen van de lokale bevolking spelen hierbij een grote rol. De aangeleerde vaardigheden kunnen ook voor andere gelegenheden worden ingezet. De stad kan zich ten opzichte van internationale bedrijven profileren met een internationaal georiënteerde bevolking.

### Bevorderen van de sportcultuur

Sporten is gezond en heeft daarnaast ook een zeer grote sociale component. Sport verbreedert. De sociale cohesie in een stad wordt vergroot zodat tegenstellingen tussen culturen worden overbrugd. Een belangrijk onderdeel van de

Avery Brundage  
(American Athlete):

“The Olympic games must not be an end in itself, they must be a means of creating a vast programme of physical education and sports competitions for all young people”



Olympische gebiedsontwikkeling is het ontwikkelen van nieuwe sportaccommodaties. Daarmee wordt sporten bereikbaar voor een grote doelgroep.

De Olympische spelen zorgen voor populariteit van nieuwe sporten. Op de lange termijn is dit vaak lastig vast te houden, omdat de voorkeur van inwoners vaak cultuur gebonden is. De locatie van de accommodatie in relatie tot de afstand tot werk of woonruimte is hierbij eveneens van groot belang (Truño, 1995).

### **Saamhorigheid en betrokkenheid bevolking vergroten**

Grote evenementen spreken tot de verbeelding en veel mensen beschouwen het als een eer daar deel van uit te maken. Voor het organiseren van de Olympische spelen zijn veel vrijwilligers noodzakelijk. Het organiseren van de Olympische spelen ontketent een zeker gevoel van trots van de lokale bevolking. De stad krijgt veel internationale exposure en is in de jaren voorafgaand aan de spelen en zeker ook tijdens de spelen in veel media onderwerp van gesprek. Deze lokale trots is de ware ambassadeur voor een stad of een land (Panagiotopoulou, 2005).

### **Gehandicaptenvoorzieningen verbeteren**

Tijdens de spelen is het mogelijk alle voorzieningen zodanig uit te voeren dat ze geschikt zijn voor gehandicapten. Deze mentaliteit lijkt na de spelen vaak weer te verdwijnen.

### **Milieu en duurzaamheid**

Sinds een aantal jaren stelt het IOC ook eisen aan duurzaamheid en milieu bij het beoordelen van de Bids. Steden moeten aantonen dat het organiseren van de Olympische spelen geen negatieve effecten op het milieu heeft en dat het evenement zelfs bijdragen aan het verbeteren van de milieuomstandigheden. Gezien de recente invoering van deze aspecten zijn er nog weinig concrete resultaten over bekend.

Vanuit het unieke karakter van de Olympische spelen is het noodzakelijk een tiende Legacy aspect toe te voegen aan deze lijst:

### **Imagoversterking van de stad**

Steden hebben al jarenlang aantrekkingskracht op toeristen. Steden zijn met elkaar in concurrentie. De inzet van de strijd, is het aantrekken en vasthouden van bedrijven, bewoners en bezoekers. Door de globale economie wordt deze strijd steeds internationaler. De stad heeft de positieve effecten van het toerisme ontdekt voor de stedelijke economie. Imago van een stad speelt een cruciale rol in de beleving van stedelijke doelgroepen.

Een stad communiceert haar imago bewust en onbewust. De uitgezonden boodschappen conflicteren vaak met elkaar. Individuen interpreteren en selecteren de uitgezonden boodschappen. (Kavaratzis, 2004). De boodschap die wordt uitgezonden moet dus een consistente inhoud hebben en worden ontvangen door een publiek dat open staat voor de uitgezonden boodschap. Voor steden is de media een belangrijk communicatiemiddel (Gold, Gold, 2003).

De Olympische spelen bieden een stad een unieke kans het imago van de stad opnieuw op te bouwen en voor een groot internationaal publiek kenbaar te maken. De Olympische spelen zijn het grootste mediaspektakel ter wereld. Spektakels trekken al eeuwenlang de aandacht van grote groepen mensen. Het is bij uitstek een belevenis waar men deel van



wil uitmaken. Gaststeden staan sinds de opleving van de media-aandacht onder grote internationale belangstelling. Enerzijds zenden de gaststeden bewust promotionele boodschappen uit, anderzijds zorgt de media voor verslaglegging. De verslaglegging door media is slechts beperkt beïnvloedbaar. Beide soorten communicatie leiden tot een beeld van de stad bij kijkers over de gehele wereld. Dit beeld vertegenwoordigt het imago van de stad.

Het imago van het evenement wordt verbonden met het imago van de stad. Wanneer een stad in staat is de Olympische spelen succesvol te organiseren, betekent dit een internationale erkenning als moderne wereldstad (Rivenburgh,2004).

### Conclusie

De Legacy van de Olympische spelen is in staat de stad naar een hoger niveau te tillen. De Legacy richt zich afhankelijk van de focus van de gaststad op de economische, sociale, fysieke pijler van een stad. De Legacy ten aanzien van het versterken van het imago van een stad wordt door veel organiserende gaststeden aangehaald als een hoofdreden de Olympische spelen te willen organiseren.

### 2.3 Brownfield ontwikkeling de opgave van de toekomst

Iedere grote stad beschikt over één of meerdere Brownfield locaties. Deze gebieden waren medio vorige eeuw de motor voor de stedelijke economie. Bedrijvigheid vestigde zich in de stad in de nabijheid van transport faciliteiten zoals wegen en water. De beschikbaarheid van grondstoffen was de meest belangrijke vestigingsvoorwaarde. Voor de stad en haar inwoners betekende de vestiging van een industrie binnen de grenzen van de stad een groei in werkgelegenheid en daarmee gepaard gaande een aanwas van inwoners. Mensen uit de regio vestigden zich in de stad om te kunnen werken in de industrie. Openbaar vervoer en andere transportmiddelen waren destijds nog niet bereikbaar voor alle bevolkingsgroepen (Berg 2004). Vandaar de vaak centrale ligging van dit soort bedrijvigheid in de stad.

De groeipotentie van de stad had eveneens consequenties voor de potentie van de stad en de inkomsten van de stad op langere termijn door middel van belastingheffing.

Met de transformatie van industriële bedrijvigheid naar een kenniseconomie is de bedrijvigheid op dit binnenstedelijke terrein sterk afgenomen. Bedrijven hebben door het automatiseren van de bedrijfsprocessen minder arbeiders nodig. Sinds de intrede van de diensteneconomie is de industriële activiteit van Nederland verder afgenomen. Industrieën vertrekken naar lage lonen landen, waar ze op goedkopere wijze arbeid kunnen inkopen. Met als gevolg: werkloosheid, leegstand en verpaupering van het gebied.

In deze paragraaf wordt ingezoomd op de Brownfield ontwikkeling in Nederland. Er wordt een antwoord gegeven op de volgende vragen uit het contextuele kader:

- ◆ Wat is Brownfield ontwikkeling?
- ◆ Wat is de complexiteit van de opgave?
- ◆ Wat is de functie van een katalysator in een Brownfield ontwikkeling?



### 2.3.1 Wat verstaan we onder een Brownfield ontwikkeling?

Een Brownfield ontwikkeling is een transformatie van een voormalig industrieel gebied gelegen in of tegen de rand van het centrum van een stad. De ligging van dit soort gebieden is strategisch. Vanwege de transportmogelijkheden, waren industrieën vaak naast of in de directe nabijheid van het spoor of water gelegen, maar ook in de nabijheid van de uitvalswegen. Deze strategische ligging betekent een centrale ligging in de stad waardoor veel stedelijke voorzieningen in de directe nabijheid zijn gelegen (Straalen, 2006).

De terreinen zijn in het verleden gebruikt voor industriële bedrijvigheid en de achtergebleven bebouwing heeft dan ook vaak een industrieel historisch karakter. Veelal zijn gedeelten van de terreinen nog steeds in gebruik. De locatie van de terreinen in de stad geeft de terreinen veel ontwikkelingspotentie met de mogelijkheid de stad op een duurzame wijze te intensiveren.

Bij Brownfield ontwikkelingen is altijd sprake van een grootschalige functiewijziging. Deze terreinen worden getransformeerd in stedelijke woonmilieu's met een complexe samenhang van milieu kwetsbare functies zoals wonen, recreëren, winkelen en werken (Besemer, 2007).

### 2.3.2 Welke complexiteit kent een Brownfield ontwikkeling?

Brownfield ontwikkeling wordt tegenwoordig mondjes maat opgepakt door marktpartijen. De overheid neemt in veel gevallen het initiatief een transformatie van een Brownfield gebied te starten. De overheid zet ook op nationaal niveau in op een verdere aanpak van deze terreinen. Ondanks de aandacht vanuit de overheid voor deze kansrijke zones in de stad komen de ontwikkelingen nog steeds moeizaam van start. Wat is daar de oorzaak van?

De complexiteit van een Brownfield ontwikkeling is gelegen in problematiek die kenmerkend is voor Brownfield ontwikkelingen. Onderstaande paragrafen zoomen in op de specifieke problematiek van Brownfield ontwikkelingen (Besemer, 2007).

#### Milieuverontreiniging:

In het verleden lag de focus van de overheid en de industrie op productie en werkgelegenheid. Milieu items en het ontstaan van vervuiling hadden simpelweg niet de aandacht die ze tegenwoordig krijgen. In die tijd was weinig bekend over de schadelijke effecten van de vervuiling voor de volksgezondheid. Het industriële gebruik, met bedrijfsprocessen waarin het gebruik van zware metalen en of schadelijke vloeistoffen, heeft ervoor gezorgd dat op Brownfield locaties sprake is van zware bodemverontreiniging en grondwatervervuiling. (Besemer, 2007)

Afhankelijk van de ligging van het terrein ten opzichte van geluidsintensieve bestemmingen, hebben deze terreinen eveneens te maken met geluidsoverlast. De luchtkwaliteit is door fijnstof steeds meer in opspraak geraakt. Door de strategische ligging in de nabijheid van infrastructuur, is de lucht vervuild. (Besemer, 2007)



Het ontwikkelen van een Brownfield start dus met het in kaart brengen van alle milieubelastende factoren. De nieuwe milieu kwetsbare functies kunnen pas worden ontwikkeld op het moment dat de milieuproblematiek is opgelost.

### Ruimtelijke ordening:

Vanuit de Wet Ruimtelijke Ordening (WRO) is het noodzakelijk rekening te houden met milieuzoneringen. Deze zoneringen leggen beperkingen op het toekomstige gebruik van dit soort terreinen. Deze zoneringen worden ook wel hindercirkels genoemd. Deze cirkels leggen beperkingen op aan efficiënt ruimtegebruik voor milieu kwetsbare functies.

(Besemer, 2007)

Daarnaast zijn de proceduretijden in de ruimtelijke ordening lang. Belanghebbenden hebben de mogelijkheid inspraak te hebben in de planvorming. Deze inspraakmomenten vergroten de onzekerheid van de planvorming. Brownfield locaties zijn vaak gelegen te midden van stedelijk gebied, met veel belangen van betrokken stedelijke actoren. Maatschappelijk en politiek draagvlak verwerven voor de plannen is van groot belang een Brownfield ontwikkeling succesvol te kunnen realiseren. (Besemer, 2007)

Hoewel de problematiek op en rondom dit soort terreinen vaak groot is, blijkt in de praktijk dat weerstand ontstaat tegen verandering. Veelal is deze weerstand niet rationeel van aard, maar juist ingegeven door emotie. Deze weerstand kan hardnekkig zijn en de planvorming jarenlang tegen houden.

### Sociale problematiek:

De werkgelegenheid in de industrie was veelal laaggeschoold en laagwaardig. De bedrijven zorgden voor de arbeiders door ze te voorzien van huisvesting in zogenaamde arbeiderswijken. In dergelijke wijken woonden alle arbeiders van een bepaalde fabriek. Dit soort wijken werden aangelegd in de directe nabijheid van het bedrijf, zodat reisafstanden minimaal waren. Met het verdwijnen van de werkgelegenheid werden de bewoners geconfronteerd met werkloosheid. Gezien het lage opleidingsniveau was het vaak onmogelijk ander werk te vinden. Waardoor in veel wijken grote aantallen werklozen wonen. (Besemer, 2007)

De werkloosheid en de verveling die daarmee gepaard gaat zorgt voor de intrede van criminaliteit. Wijken verpauperen en de toestand verslechterd verder in een neerwaartse spiraal.

### Imago:

De milieuproblematiek en sociale problematiek raken naar verloop van tijd bekend bij het grote publiek. Het imago van het gebied verslechtert. Het gebrek aan sociale controle en de intrede van criminaliteit zorgen voor een neerwaartse spiraal. (Besemer, 2007)

Het transformatieproces voorziet in de toevoeging van functies als wonen en recreëren. De negatieve associatie en de jarenlange isolatie van de terreinen ten opzichte van de stad, zorgen ervoor dat men niet bereid is zich in het gebied te vestigen. Een imago-transformatie van essentieel belang deze neerwaartse spiraal te doorbreken.

(Besemer, 2007)

De opgave ligt in het creëren van een nieuwe markt met een marktvraag. Het opwekken van een marktvraag vereist interesse van stedelijke actoren. De industrie verdwijnt en ze moeten zich kunnen verbeelden hoe de toekomst eruit ziet. Wanneer markt ontstaat, is het mogelijk waarde te creëren door een toenemende vraag en beperking in aanbod. Zo



ontstaat een druk op de woning en bedrijvenmarkt. Gentrification en het verdrijven van de overlast gevende bevolkingsgroepen is van essentieel belang om de problematiek van de terreinen te kunnen beslechten. Het imago-transformatie proces is dus van groot belang om uiteindelijk de plannen succesvol te kunnen realiseren.

### **Versnipperd eigendom:**

Industrie terreinen zijn te verdelen in twee hoofdgroepen. De eerste groep heeft betrekking op terreinen waar zich grote industriële ondernemingen vestigden. Dit bedrijf was vaak eigenaar van het gehele terrein rondom haar onderneming. Er bestaan echter ook een aantal industriegebieden waar de eigendomsverhouding veel meer gefragmenteerd is. Dit heeft tot gevolg dat veel partijen als eigenaar gebruiker betrokken zijn in de gebiedsontwikkeling. (Besemer, 2007)

Aankoop van gronden is complex en kapitaal intensief. In dit soort trajecten is de samenwerking tussen publieke en private partijen van groot belang. De overheid beschikt immers over een aantal publiekrechtelijke instrumenten die de slagingskans van de onderhandelingen groter maakt. De private partijen beschikken daarnaast over voldoende investeringsvermogen.

### **Planning:**

Transformatie opgaven zijn processen met een lange adem. De vele betrokken actoren maar ook de complexiteit van de opgave staat vaak garant voor een lang en intensief proces waarbij het belangrijk is dat alle actoren vertrouwen blijven houden in een goed eindresultaat. (Besemer, 2007)

Veelal zijn de terreinen erg omvangrijk en waarbij fasering essentieel is. Fasering kan ook noodzakelijk zijn omdat de industriële activiteit nog gedeeltelijk aanwezig is op het terrein. Ontwikkelingen van 15 á 20 jaar zijn daarbij geen uitzondering.

### **Grond exploitatierisico's**

Iedere transformatie start met het opstellen van een businesscase. Deze businesscase bepaalt of de ontwikkeling haalbaar en interessant is voor de deelnemende partijen. Het opstellen van een businesscase bestaat uit een grondexploitatie, een vastgoedexploitatie en een beheerexploitatie. De som der delen dient sluitend te zijn. (Besemer, 2007)

De problematiek van de Brownfield ontwikkeling ligt in de lange doorlooptijd van het ontwikkelingsproces. Waardoor het bij de start van de ontwikkeling onmogelijk is om alle externe en interne invloeden op de businesscase te voorzien. Voor onvoorziene omstandigheden worden risicovergoedingen opgenomen. (Besemer, 2007)

De complexiteit van de totale transformatie zorgt voor een lange lijst met risico's. De meest voorkomende risico's zijn:

- ◆ Kosten bodemsanering
- ◆ Afzetpotentie
- ◆ Vertragingen
- ◆ Aanleg nutsvoorzieningen
- ◆ Beheerkosten



## Conclusie

De transformatieopgave op een Brownfield is in essentie het terrein te transformeren zodat het terrein aantrekkelijk wordt voor alle stedelijke actoren. De Brownfield heeft door de neerwaartse spiraal een negatief imago opgebouwd. Dit negatieve imago moet worden omgebogen naar een positief imago.

“De lelijke kikker moet door een prinses gekust worden om prins te worden”, verteld een kindersprookje. In essentie is dat ook de opgave voor een Brownfield ontwikkeling. De Brownfield moet een imago-transformatie ondergaan om uit te kunnen groeien tot een attractief gebied.

Een positief imago zorgt voor aantrekkingskracht en het ontstaan van marktvraag in een gebied. Het creëren van een marktvraag is essentieel voor het creëren van waarde om hiermee een sluitende businesscase op te bouwen. Bij het uitblijven van een marktvraag is een herontwikkeling niet mogelijk en kunnen ambities niet gerealiseerd worden. Een imago-transformatie is daarbij onontbeerlijk. Het slechte imago van dit soort terreinen staat in veel gevallen garant voor het uitblijven van een marktvraag.

### 2.3.3 Olympische Legacy als katalysator van Brownfield ontwikkelingen

In voorgaande paragrafen zijn de vragen van het contextueel kader beantwoord. Deze paragraaf ziet erop toe dat een koppeling gelegd wordt tussen de begrippen katalysator, Olympische Legacy en Brownfield ontwikkeling. Deze koppeling zal de basis vormen voor het te construeren theoretisch kader in hoofdstuk 3.

Zoals in paragraaf 2.1 beschreven zijn veel verschillende soorten katalysatoren. Hoewel de katalysatoren divers van aard zijn hebben ze een belangrijk kenmerk met elkaar gemeen. Katalysatoren zijn in staat publiek aan te trekken. Deze aantrekkingskracht kan gevoed worden vanuit een ervaring of beleving door ergens fysiek getuige van te zijn. Maar kan evengoed zijn werk doen door middel van media aandacht.

**Sebastian Coe** (British Athlete):

“We must not lose sight of the wider benefits of this project. It’s not simply about cost. It’s also about value and ambition”

De Olympische spelen is een evenement dat in staat is veel media aandacht te vergaren. Het is een evenement dat een brede doelgroep aanspreekt. Daarnaast zijn de investeringen gekoppeld aan Olympische gebiedsontwikkeling explosief gegroeid. Sinds de Olympische spelen van Barcelona streven alle gaststeden een bepaalde mate van Olympische Legacy na. In het kader van de Legacy zijn een aantal belangrijke verschijnselen te onderscheiden.

Brownfield ontwikkelingen kenmerken zich door complexe problematiek. De problematiek heeft een ruimtelijke, sociale, economische, organisatorische en milieu achtergrond. De complexiteit van dit soort processen vraagt om een groot vertrouwen tussen samenwerkingspartners. Veelal kan dat vertrouwen in elkaar maar ook in een goede afloop gecreëerd worden door de inzet van een katalysator in het proces.

In deze paragraaf worden de mogelijkheden onderzocht ten aanzien van de inzet van de Olympische spelen als katalysator bij Brownfield ontwikkelingen. In onderstaande tabel 2.1 wordt de problematiek van Brownfield ontwikkeling verbonden met de Legacy van Olympische spelen.





Brownfield	Legacy	Effect
Milieuverontreiniging	Milieu, duurzaamheid	Het investeringsvermogen ingezet om te voldoen aan milieu en duurzaamheidseisen voor de Olympische spelen kan worden aangewend om de milieukwaliteit op de Brownfield te verbeteren.
Ruimtelijke procedures	Professionaliteit,	De ervaring die wordt opgedaan bij het organiseren en realiseren van de Olympische spelen professionaliseert de vastgoedsector. Met als gevolg een versnelling in de te volgen ruimtelijke procedures.
	Betrokkenheid saamhorigheid bevolking	De saamhorigheid van de bevolking zorgt voor een breed draagvlak. Hierdoor worden de ruimtelijke procedures versneld uitgevoerd.
Sociale Problematiek	Werkgelegenheid	De Olympische spelen kunnen werkgelegenheid creëren in een stad. Deze werkgelegenheid zorgt voor afname van criminaliteit en verpaupering.
	Versterking stedelijke economie	Door een bredere stedelijke economische basis is de stad in staat een aantrekkelijk vestigingsklimaat te bieden aan Internationale bedrijven. Het opleidingsniveau van de bevolking stijgt en gentrification vindt plaats.
Negatief imago	Imago transformatie	De Olympische spelen dragen met de media aandacht bij aan de imago-transformatie. Uiteraard moeten daarvoor ook fysieke, economische en sociale maatregelen worden genomen.
	Versterking toerisme	Het ontwikkelen van toeristische producten op een Brownfield zorgt voor grote bezoekersstromen.
Versnipperd eigendom	Professionalisering	Door de ervaring die wordt opgedaan bij het organiseren en realiseren van de Olympische spelen professionaliseert de vastgoedsector. Dit stelt de betrokken actoren in staat de opgave integraal aan te pakken.
Planning	Stedelijke vernieuwing	Stedelijke vernieuwing door de Olympische spelen is een proces dat in een pressure cooker wordt gestopt.
Grexit risico's	Professionalisering	De ervaring die men opdoet in complexe trajecten kunnen worden ingezet om de risico's gedegegen in te schatten.

Tabel 2.1: Olympische Legacy als katalysator bij Brownfield ontwikkelingen

Een Brownfield business case is gebaad bij waardecreatie en markt stimulering. Deze onderdelen van de businesscase zorgen voor investeringsbereidheid. Deze investeringsbereidheid kan worden aangewend om de problematiek op het terrein aan te pakken.

Om waarde te creëren en een markt vraag te laten ontstaan is het noodzakelijk om de negatieve perceptie die stedelijke actoren hebben bij het gebied, omgebogen wordt naar een positief imago. Imago-transformatie is een succesfactor voor het laten slagen van een Brownfield locatie.

In dit onderzoek zal de focus liggen op imago-transformatie die wordt bewerkstelligd door de Olympische gebiedsontwikkeling voor een Brownfield locatie. De Olympische gebiedsontwikkeling is in staat investeringsbereidheid te creëren. Daarnaast is de media aandacht gepaard gaande met de Olympische spelen ongekend groot. Deze media aandacht stelt de gaststad in staat een groot publiek te bereiken met promotionele boodschappen.





### 3 Theoretisch kader

In hoofdstuk 2 is het contextuele kader van dit onderzoek beschreven. De imagoformatie is van doorslaggevend belang voor een succesvolle Brownfield ontwikkeling. Het doel van een imagoformatie is het creëren van marktvraag door een positieve beïnvloeding van het imago van het gebied.

In dit hoofdstuk wordt het theoretisch kader rondom imagoformaties verder uitgewerkt. Het theoretisch kader geeft antwoord op de volgende vragen:

- ◆ Wat is het imago van een gebied?
- ◆ Wie beleeft het imago van een gebied?
- ◆ Op welke manier kan het imago van een gebied getransformeerd worden?
- ◆ Welke condities beïnvloeden een imagoformatie op Brownfield ontwikkelingen?

In paragraaf 3.1 volgt een definitie van het begrip “gebiedsimago”. Paragraaf 3.2 behandelt de doelgroepen van stedelijke imago’s. Kennis van de doelgroep voorziet in kennis van de marktvraag. In paragraaf 3.3 wordt de formatieopgave gekoppeld aan de condities waaronder deze tot stand komt. In paragraaf 3.4 wordt de imagoformatie gekoppeld aan de specifieke Brownfield opgave. Deze koppeling geeft inzicht in de condities die bepalend zijn voor de imagoformatie.

#### 3.1 Gebiedsimago

Het imago van een stad, wijk of locatie is een relatief jong onderzoeksveld. Het belang van imagoformatie is toegenomen door de toegenomen concurrentie tussen steden. Niet alleen steden lijken te concurreren met elkaar, ook wijken in één stad zijn met elkaar in concurrentie. Dit vraagt een zorgvuldig uitgekende marketingstrategie die in staat is het imago van een gebied te profileren ten opzichte van de stedelijke actoren.

Het begrip imago wordt in de literatuur door Kavatzis als volgt gedefinieerd:

*“An image is the result of various different and often conflicting messages, sent by the city. Image is formed in the mind of each individual receiver of these messages separately.”*  
(Kavatzis, 2004)

Braun spreekt van imago als resultaat van een perceptie en imago als resultaat van een beeldvorming. De perceptie wordt daarbij bepaald door een optelsom van idealen en impressies van de ontvanger. De beeldvorming wordt bepaald door observatie, interpretatie en evaluatie. Zowel de perceptie als de beeldvorming hebben hun weerslag op het individuele beeld van de werkelijkheid, gevormd in het hoofd van de ontvanger  
(Braun, 2008).

Zoals uit bovenstaande definities en beschouwingen blijkt, is het imago van een gebied het resultaat van bewuste en onbewuste communicatie inspanningen van een stad  
(Kavatzis, 2004). Alle activiteiten die in een stad worden opgepakt, alle gebeurtenissen in



een stad en alle reacties die een stad heeft op een continu veranderende omgeving, hebben effect op de communicatie boodschap die een stad de wereld in stuurt.

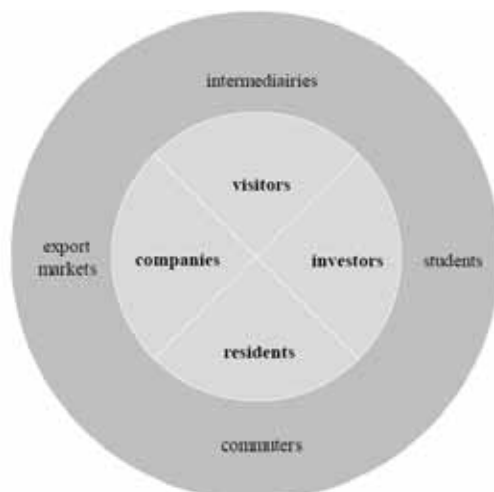
Betrekken we bovenstaande specifiek op een Brownfield locatie dan concludeer ik dat de door de jaren heen ontstane problematiek van milieuverontreiniging, sociale achteruitgang en fysieke verloedering, het imago van het gebied negatief beïnvloeden.

### 3.2 Wie is gevoelig voor een gebiedsimago

Zoals uit de definitie van gebiedsimago blijkt, wordt het imago van een gebied bepaald door de ontvanger van de imago boodschap. Voor de ontvanger spelen de eigen associaties van een gebied, een belangrijke rol in hoe het imago wordt beleefd. Uiteindelijk is de ontvanger ook de doelgroep om met het positieve imago een markt vraag te creëren.

Het stimuleren van de markt vraag gebeurt aan de hand van Place Marketing. Kotler definieert het begrip “Place Marketing” (Kotler, et al, 2002 p. 183, uit Braun 2008) als volgt:

“Designing a place to satisfy the need of its target markets. It succeeds when citizens and businesses are pleased with their community, and the expectations of visitors and investors are met.”



Figuur 3.1: The customers of a city (Braun, 2008)

In de marketing is de klant focus van extreem groot belang. De klant is namelijk de afnemer van het product. Wanneer we praten over de stad, de wijk of een locatie in de stad, als product, dan kunnen we een viertal belangrijke doelgroepen onderscheiden (Braun, 2008).

Figuur 3.1 onderscheidt de vier hoofd-klantgroepen van de stad en introduceert daarnaast eveneens een aantal randgroeperingen. In de literatuur worden ook andere indelingen onderscheiden, bovenstaande indeling is echter het meest compleet.

De klantgroepen van een stedelijk gebied bestaan uit twee schillen. De binnenste schil benoemt de hoofd-klantgroepen van een stad of gebied en bestaan uit bedrijven, bewoners, bezoekers en investeerders. De buitenste schil benoemt secundaire klantgroepen de mate waarin deze klantgroepen voorkomen in een stad is afhankelijk van de breedte van de stedelijke economie. De secundaire klantgroep bestaat uit export markten, forenzen, studenten en intermediairs.



Voor alle doelgroepen geldt dat dit zowel de zittende als de toekomstige doelgroepen betreft. De doelgroepen kunnen permanent in de stad of het gebied verblijven, maar ze kunnen eveneens de stad periodiek bezoeken of slechts eenmalig bezoeken (Braun,2008).

Imagotransformatie voor Brownfield ontwikkelingen moet zich dus richten op de wensen van de beoogde klantgroepen. Deze klantfocus is essentieel ter bevordering van de markt vraag. De klantgroepen van een stedelijke gebiedsontwikkeling zijn de hoofd klantgroepen uit figuur 3.1, te weten:

- ◆ Bewoners;
- ◆ Bedrijven;
- ◆ Bezoekers;
- ◆ Investeerders.

In deze moderne wereld worden 24 uur per dag, 7 dagen per week non stop informatieve boodschappen aan individuen uitgezonden. Ons brein is niet in staat al deze informatie op te slaan en zal automatisch de uitgezonden informatie filteren op relevantie. De mate van relevantie wordt grotendeels bepaald door de interesses, achtergrond, religie en opleidingsniveau van de ontvanger.

Succesvolle marketing van een stad komt tot stand door een band op te bouwen tussen het imago van de stad of van een bepaald gebied en de gebruiker van het gebied. Door ervoor te zorgen dat het imago naadloos aansluit op de gebruikers eigen fysieke en psychologische behoeften (Karavatzis, 2004).

Steden kunnen voorzien in het bevredigen van fysieke, functionele, symbolische en emotionele behoeften. Stedelijke vernieuwing is in staat een nieuwe identiteit te creëren voor een gebied (Florian, 2002). Deze identiteit is als het ware een afdruk die uniek is in programma, functie, activiteiten en evenementen en als laatste het soort mensen dat het gebied gebruikt (Karavatzis, 2004).

Guy Baker (American Waterpolo team):

“Each Olympic games has their own unique qualities and identity”

De stedelijke doelgroepen ervaren een imago als positief op het moment dat een attractief woonklimaat, leefklimaat, bedrijfsklimaat, bezoekersklimaat en of investeringsklimaat wordt gerealiseerd. Uiteraard is “attractief” in dit geval een subjectief begrip dat een ieder voor zichzelf anders invult. Voor dit onderzoek is een verdere uitsplitsing van de klantgroepen niet relevant. Het is echter wel van belang te weten welke soorten klantgroepen worden bereikt met het imago.

Alvorens een transformatie opgave start is het van belang vast te stellen welke doelgroep beoogd wordt te bereiken ten behoeve van het creëren van markt vraag. Kennis van de wensen en eisen van deze doelgroepen is essentieel om een transformatie opgave te laten slagen.



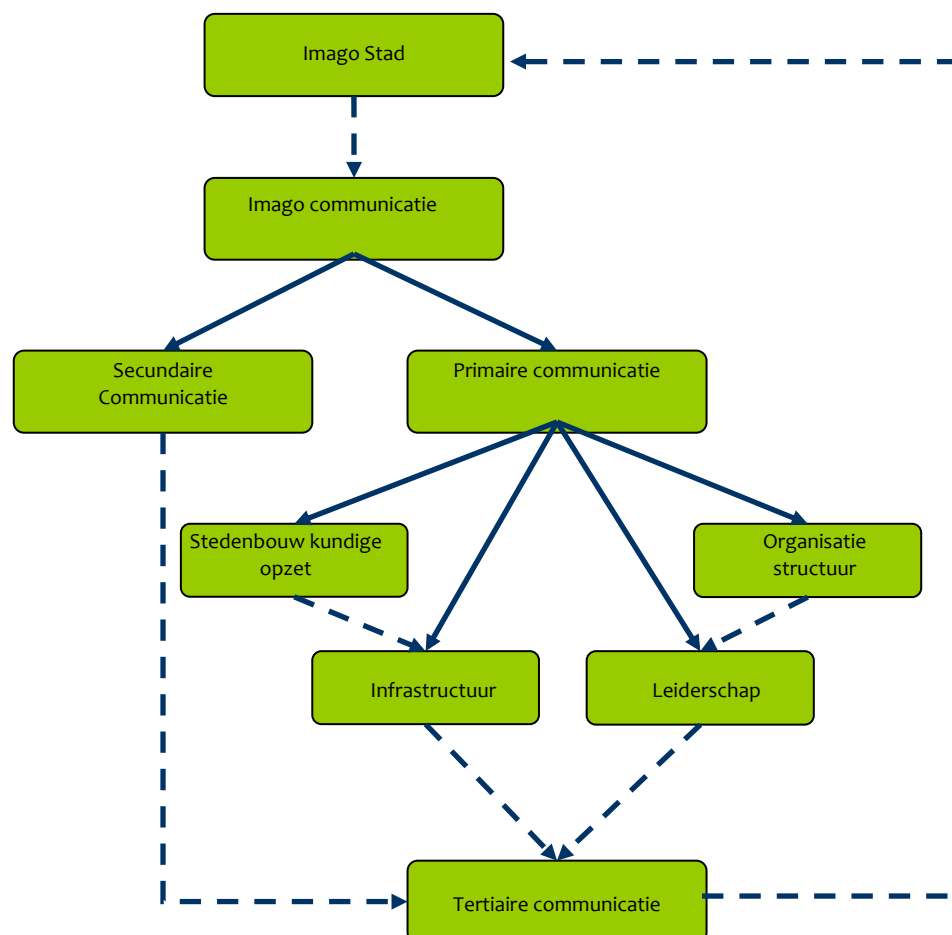
### 3.3 Imagoformatie

Het imago van een gebied komt tot stand door een individueel waardeoordeel aan de hand van percepties en beeldvorming. Percepties zijn beperkt beïnvloedbaar. Een perceptie wordt opgebouwd uit ervaringen (Braun).

Het aanpassen van een perceptie of beeldvorming van een klantgroep ten aanzien van een bepaald gebied vindt alleen plaats als de klantgroep nieuwe ervaringen kan opdoen. De inzet van een katalysator in de rol van het aantrekken van klantgroepen naar een gebied, kan hierin een sleutelrol vervullen.

De transformatie van het imago van het gebied is afhankelijk van de aspecten die de perceptie van het individu beïnvloeden. Communicatie en marketing zijn daarvoor de aangewezen instrumenten.

Het communiceren van de juiste imago boodschap van een stad verloopt via drie soorten communicatie (Kavaratzis, 2004)



Figuur 3.2: Totaal communicatie

Kavaratzis gaat in zijn model van totaal communicatie (figuur 3.2) uit van 3 vormen van imago boodschappen. Hij onderscheidt primaire communicatie, secundaire communicatie en tertiaire communicatie.



### 1. Primaire communicatie

Primaire communicatie is zowel een bewuste als onbewuste vorm van communiceren. De focus van de primaire communicatie is gericht op stedelijke verschijningsvorm. De boodschap wordt gevormd door een fysieke beleving van de stad. Het imago wordt bij primaire communicatie bepaald door het handelen van de stad. Aspecten als stedenbouwkundige opzet en de aanwezige infrastructuur zijn daarbij van groot belang. Daarnaast erkent Kavaratzis eveneens een tweetal organisatorische aspecten, te weten organisatie structuur en leiderschap.

### 2. Secundaire communicatie

Secundaire communicatie is gericht op alle promotionele activiteiten die een stad of gebied onderneemt om de kernwaarden bewust onder de aandacht te brengen van individuen. Evenementen zoals de Olympische spelen zorgen voor een grote media exposure wereldwijd. Steden gebruiken deze media aandacht om hun promotionele boodschap de wereld over te sturen.

### 3. Tertiaire communicatie

Tertiaire communicatie ontstaat uit beelden die zijn opgeroepen met de primaire en secundaire communicatie. Tertiaire communicatie is netwerk communicatie. Er wordt van mond tot mond een boodschap doorgegeven in een netwerk. Deze vorm van communicatie is slechts ten dele beïnvloedbaar. Barcelona en haar post Olympische imago is een voorbeeld van imagoformatie dat tot op de dag van vandaag gesteund wordt met tertiaire communicatie.

Barcelona is erin geslaagd haar algemene succesverhaal ten aanzien van de Olympische Legacy wereldwijd te verspreiden. Op het gebied van kennisontwikkeling is de stad jarenlang onderwerp geweest van vele wetenschappelijke studies op het gebied van Olympische Legacy. Deze scriptie is daar een direct bewijs van. Het is niet beperkt gebleven tot wetenschappelijke overtuiging. Ook bezoekers en toeristen zijn op de hoogte van het imago van Barcelona. Het is een populaire stad geworden voor korte vakanties.

De stad kan haar fysieke verschijningsvorm aanpassen, de stad beter bereikbaar maken, de stad goed besturen. Alle onderdeel van de primaire communicatievorm. Dit zijn noodzakelijke voorwaarden om een imagoformatie tot stand te brengen. Echter de imagoformatie is daarmee niet verzekerd. Primaire communicatie moet ondersteund worden door de secundaire communicatie ofwel de promotionele boodschap.

Beide vormen van communicatie moeten ertoe leiden dat de tertiaire communicatievorm in positieve zin veranderd. De directe beïnvloedbaarheid van de tertiaire communicatievorm is zeer beperkt.

### 3.4 Imagoformatie op Brownfield locaties

De transformatie van een identiteit of imago is essentieel om de attractiviteit van een gebied te verhogen. De beeldvorming van het gebied is negatief door de tertiaire communicatie, gebaseerd op waarneming van de problematiek van de Brownfield. Een Brownfield in haar oorspronkelijke opzet heeft geen attractieve waarde voor de



doelgroepen. De transformatie opgave van een Brownfield dient moet de attractiviteit terug brengen.

Het is evident dat indien de primaire communicatie niet op orde is de effectiviteit van de secundaire communicatie verloren gaat en daarmee eveneens de tertiaire communicatie niet succesvol kan zijn. In wezen start de imago-transformatie met het opbouwen van een nieuw fysiek beeld.

De primaire communicatie is gericht op het handelen en doen van de stad. De ingrepen die een stad doet om het gebied te transformeren zijn bepalend voor de beïnvloeding van de perceptie en beeldvorming van individuen.

Uit paragraaf 3.1 blijkt de samenhang tussen het imago en de perceptie of beeldvorming die het individu heeft ten aanzien van een gebied. Een transformatie op het niveau van de primaire communicatie is daarbij het meest effectief. Secundaire communicatie is daarbij slechts ondersteunend.

De door Kavaratzis in zijn theorie beschreven fysieke ingrepen in een stad concentreren zich rond de thema's: stedenbouwkundige opzet en infrastructuur. Voor een Brownfield ontwikkeling is juist ook de milieupgave kenmerkend en passend bij de ontstane problematiek.

Michael Jordan (American Basketball team):

“You have to expect things of yourself before you can do them”

Zoals in een eerder beschreven in paragraaf 2.3 is een Brownfield een oud industrieterrein. Deze oude industrieterreinen hebben te kampen met grote milieuproblematiek zoals bodemverontreinigingen en milieuzoneringen. Alvorens men dergelijke terreinen kan herontwikkelen moeten op voorhand grote investeringen

worden gedaan door de samenwerkingspartners om deze milieuproblemen te kunnen neutraliseren.

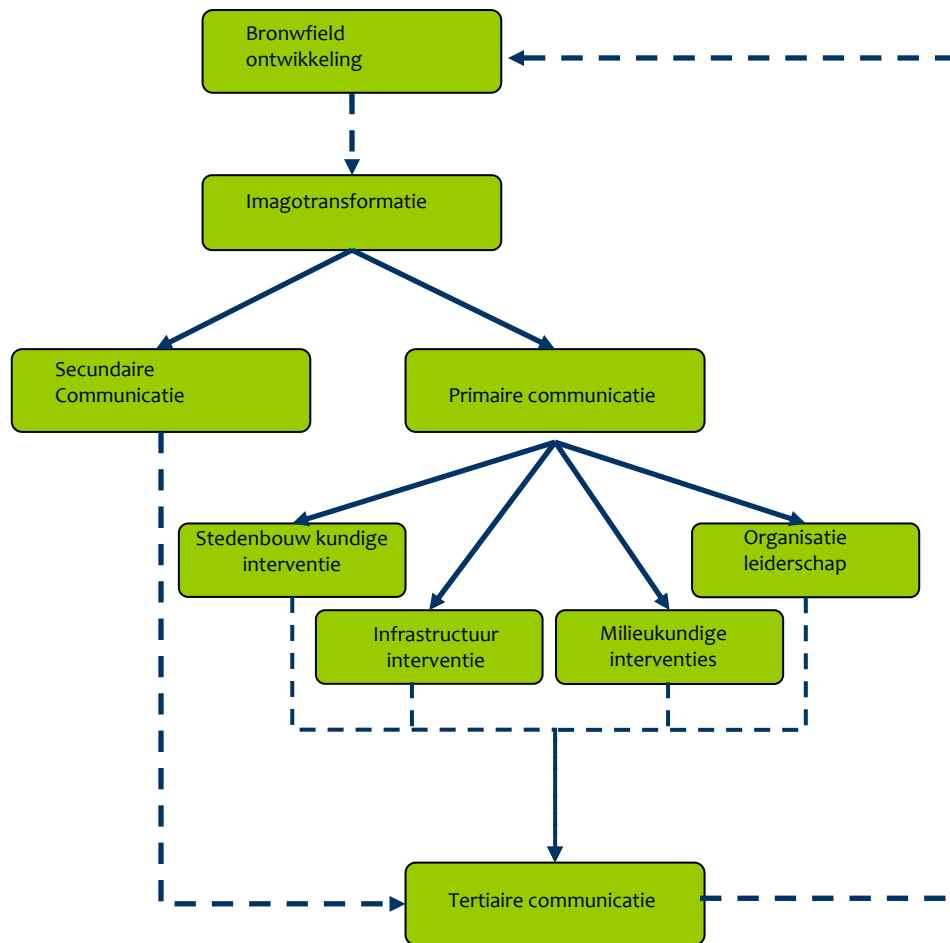
De milieuproblematiek wordt de laatste jaren steeds meer onderwerp van een maatschappelijke discussie. De maatschappij is zich steeds meer bewust van de schadelijke gevolgen voor de gezondheid op het moment dat men woont in de buurt van een verontreinigd gebied. De consument heeft steeds meer oog voor persoonlijke veiligheid en gezondheid. Brownfield ontwikkelingen met zichtbare milieuproblemen zoals afval, bodemverontreiniging of geluidsbelasting veroorzaken een negatieve beeldvorming. Deze negatieve beeldvorming heeft een negatief effect op het imago van het gebied. Het transformeren van het imago vereist het zichtbaar aanpakken van de schadelijke milieuaspecten.

Milieu-interventies worden aan het model van Kavaratzis toegevoegd om een compleet beeld te kunnen geven van imago-transformaties op Brownfield locaties.

Ter verfijning van het schema worden “organisatie structuur” en “leiderschap” samengevoegd. Deze aspecten zullen kort besproken worden maar vormen niet de hoofdzaak van het onderzoek.

Het totaal communicatiemodel van Kavaratzis kan omgebouwd worden tot een imago transformatiemodel voor Brownfield ontwikkelingen. Onderstaande figuur 3.3 is een schematische weergave van dit aangepaste model.





Figuur 3.3 : Brownfield imagotransformatie

Dit onderzoek concentreert zich op de bewuste en beïnvloedbare aspecten van imagotransformatie. Zoals blijkt uit bovenstaande theorie is bewuste en beïnvloedbare imagotransformatie mogelijk door interventies te doen in de fysieke structuur van het gebied. Door het gebied fysiek aantrekkelijk te maken voor de beoogde klantengroepen is het mogelijk de perceptie en beeldvorming van deze klantengroepen aan te passen.

De primaire communicatie wordt ondersteund door promotionele activiteiten (secundaire communicatie) met als ultiem doel tertiaire communicatie te bewerkstelligen.

De focus van dit onderzoek ligt bij de primaire communicatielijn. Het onderzoek richt zich op het verkrijgen van kennis ten aanzien van de fysieke condities om een imagotransformatie mogelijk te maken door middel van primaire communicatie. In de navolgende subparagrafen zullen relevante interventiegebieden voor Brownfield ontwikkeling, nader worden uitgewerkt. Deze interventiegebieden vormen de condities voor imagotransformatie door Olympische gebiedsontwikkeling als katalysator in Brownfield ontwikkeling.



### 3.4.1 Milieukundige interventies

Ter bescherming van de woonomgeving en de gezondheid van bewoners en bezoekers gelden milieukwaliteitseisen (Schutte 2004). Deze milieukwaliteitseisen zijn door de overheid opgesteld om ervoor te zorgen dat de gezondheid van milieu kwetsbare groepen niet in het geding komen.

Brownfield locaties hebben te maken met complexe milieuproblemen. Het geschikt maken van een Brownfield locatie voor herontwikkeling vereist een neutralisering van de milieukundige problematiek. Daarmee gaan de milieukundige ingrepen vooraf aan de daadwerkelijke herontwikkeling van de locatie.

De maatschappelijke discussie rondom milieuverontreiniging heeft zich de laatste jaren verstevigd. Consumenten zijn selectiever geworden en persoonlijke veiligheid en gezondheid zijn belangrijk geworden in de overwegingen ten aanzien van vestiging in een gebied. Door deze beeldvorming is een Brownfield met milieuproblemen een zeer onaantrekkelijk gebied om in te verblijven. Het zichtbaar uitvoeren van milieu-interventies overtuigd het grote publiek van de eerste sporen van transformatie.

Hoe serieuzer de milieuproblematiek wordt aangepakt des te meer het publiek geloof krijgt in een nieuwe toekomst voor het gebied. Daarmee is een milieu-interventie de eerste stap in een imago-transformatie geworden.

In de literatuur worden milieukundige problemen en hun ingrepen als volgt ingedeeld (Schutte 2004):

- ◆ Luchtkwaliteit;
- ◆ Externe veiligheid;
- ◆ Geluid;
- ◆ Bodemverontreiniging.

Pieter van den  
Hoogenband (Dutch  
Swimmer, after winning gold in  
Sydney):

“I was so surprised.  
Then again, I was so  
relaxed in the water, it  
felt amazing”

#### Luchtkwaliteit

De luchtkwaliteit is door middel van normering in Europees kader dwingend opgelegd aan de Europese lidstaten. In Nederland heeft het begrip “luchtkwaliteit” en daarmee samenhangend het begrip fijnstof de laatste jaren veel aandacht gekregen. Problematiek van deze aard heeft vergaande gevolgen voor de potentie van een locatie. Interventies om de luchtkwaliteit te verbeteren in een gebied, zijn bijvoorbeeld het omleggen van wegen, saneringen en slopen van infrastructuur. Anderzijds is het mogelijk beperkingen op te leggen aan het nieuwbouwprogramma ter voorkoming van verdere verslechtering. (Schutte 2004)

#### Externe veiligheid

Externe veiligheid wordt bepaald door normen waaraan de veiligheid voor individuen of groepen moet voldoen. Groep- of persoonrisico's ontstaan indien milieu kwetsbare functies gelegen zijn in de directe nabijheid van gevaarlijke stoffen (Schutte, 2004). Locaties nabij luchthavens maar ook locaties in de nabijheid van infrastructuur waarover gevaarlijke transporten plaatsvinden worden gezien als risicozones. Ingrepen ter verbetering van de externe veiligheid bestaan uit: het aanbrengen van zoneringen, het verbeteren van de veiligheid van de overlast veroorzakende functie of het omleggen van de infrastructuur. (Schutte 2004)



### Geluid

Geluidproblematiek is veelal het gevolg van geluidsoverlast door infrastructuur of industrielawaai. De overheid heeft hier normeringen voor opgesteld. Wanneer deze normeringen overschreden worden is het enerzijds mogelijk maatregelen te nemen aan de te ontwikkelen gebouwen dan wel maatregelen aan de bron. (Schutte 2004)

### Bodemverontreiniging

Voor de bodemkwaliteit in een gebiedsontwikkeling zijn milieunormeringen opgesteld. Deze normeringen hebben betrekking op bodem- en grondwater (Schutte 2004). Wanneer deze normeringen overschreden worden ten gevolge van verontreinigingen in het gebied dient men de bodem cq het grondwater te saneren. Bodem- en grondwaterverontreiniging is een veel voorkomend probleem op Brownfield locaties. Vaak is vooraf lastig in te schatten welke kosten gemoeid zijn met de sanering. Bodemverontreiniging geldt dan ook als groot risico in een grondexploitatie. (Schutte 2004)

Milieu interventies zijn voor imagoformaties het meest effectief als het probleem voor aanvang van de interventie duidelijk zichtbaar aanwezig is in het gebied. Door de milieuproblematiek op te lossen en een gezond en veilig woon- en leefklimaat te creëren kijkt het publiek met andere ogen naar het gebied. Milieu interventies op zich zelf staand zijn niet in staat het gehele imago van het gebied te veranderen. Het zijn echter de eerste tekenen van verandering die positieve signalen uitzenden naar de stedelijke actoren.

#### 3.4.2 Stedenbouwkundige interventies

In transformatieopgaven zijn fysieke ingrepen in de stedenbouwkundige structuur van een gebied, een onmiskenbare verandering. Aanpassingen in de stedenbouwkundige structuur van een gebied verhogen de attractieve waarde van het gebied. Deze aanpassingen zijn gericht op het herinrichten van het gebied zodat het gebied voldoet aan de verwachtingspatronen van de beoogde klantgroepen.

Stedenbouwkundige interventies zijn aan trends onderhevig en de wensen van klantengroepen zijn niet consistent. Ze zijn afhankelijk van tijd en context, emotie en alternatieven die een individu of groep ter beschikking heeft (Braun).

De stedenbouwkundige interventies en daarmee de gekozen programmering en functiemix, de kwaliteit van de openbare ruimte, en de architectuur, zijn van groot belang in de beeldvorming van individuen ten aanzien van een stad (Kavaratzis, 2004). In deze paragraaf zullen deze begrippen nader worden uitgewerkt.

#### Programma en functies

De ambitie die nagestreefd wordt in een gebied, is sterk afhankelijk van de uiteindelijke programmering en de beoogde klantgroepen. Hieronder wordt verstaan de verhouding tussen de functies wonen, werken, winkelen en recreëren. Binnen de verschillende functiecategorieën is een nadere opdeling mogelijk. Bijvoorbeeld binnen de categorie “wonen” wordt onderscheid gemaakt tussen huur en koop en eveneens tussen goedkope, middeldure en dure prijs categorieën.



Gezien de vaak strategische ligging van de Brownfield ten opzichte van het centrum van de stad, wordt in dit soort gebieden vaak getracht een stedelijke levendige sfeer op te roepen. Partijen moeten zich realiseren dat de steden hun levendigheid vaak te danken hebben aan de vele verschillende functies die op een kleine ruimte worden samengevoegd en de grote diversiteit aan soorten mensen die gebruik maken van het gebied. Dat impliceert dat de programmering van groot belang is voor het succesvol realiseren van de ambitie.

Door verschillende functies te combineren of verschillende woondoelgroepen te huisvesten in één gebied ontstaan overlastsituaties. Recreëren kan de privacy en rust van het wonen in de weg staan. Het komt vaak voor dat toekomstige bewoners die in eerste instantie werden aangetrokken door de charme en de joie de vivre van een plek, als ze eenmaal wonen in het gebied, aanstoot nemen aan levenswijzen van andere bevolkingsgroepen. Een zorgvuldige afweging van de belangen en een uitgebalanceerde mix van functies, is essentieel voor het welslagen van een plan.

Voorzieningen zoals recreatievoorzieningen, medische faciliteiten, sportfaciliteiten en scholen zijn eveneens erg bepalend voor de quality of life in een gebied. Stedelijke gebieden beschikken vaak over een hoger voorzieningenniveau dan landelijke gebieden. De diversiteit van verschillende voorzieningen zorgt ervoor dat het gebied bezocht wordt en dat de mensen die wonen in het gebied niet buiten hun eigen gebied op zoek gaan naar dergelijke faciliteiten. De voorzieningen zorgen daarmee voor een levendigheid in het gebied maar ook voor een sociale binding van de gebruikers.

### **Kwaliteit van de openbare ruimte**

Het woon- en leefgenot van mensen wordt in de literatuur voor een groot gedeelte toegekend aan de kwaliteit van de woon- en leefomgeving (Bergeijk, 2008). De openbare ruimte bestaat uit de parken, groenstroken, netwerken van wegen, paden en stegen en speelvoorzieningen. De kwaliteit van de openbare ruimte bepaalt in belangrijke mate het stadsbeeld en de beleving van de stad in de ogen van haar klantgroepen.

De openbare ruimte vraagt een zorgvuldige inrichting. Het openbare gebied in de stad is een podium voor recreatie. De laatste jaren heeft een toename plaatsgevonden in de veelzijdigheid van het gebruik van de openbare ruimte (Den Haag, 2004). Stedelijke doelgroepen stellen een mooie, veilige en “hele” woon, werk en leefomgeving erg op prijs. Na de aanleg van de openbare ruimte is het van belang dat deze op een zorgvuldige wijze wordt beheerd en onderhouden.

Steden kiezen veelal voor een herkenbare integrale inrichting van delen in de stad. Afhankelijk van de intensiteit van het gebruik wordt gekozen voor hoogwaardigere kwaliteitsniveau's. Zo heeft de binnenstad een hoger kwaliteitsniveau dan de woonwijken aan de randen van de stad.

Een duurzame openbare ruimte wordt als volgt gedefinieerd (Den Haag, 2004):

- ◆ Inrichting: eenvoudig, harmonieus en ruimtelijk;
- ◆ Onderhoud: schoon, heel en veilig;
- ◆ Gebruik: functioneel, veelzijdig en flexibel

Deze definitie is zeer geschikt om te gebruiken in dit onderzoek. Het behandelt de drie belangrijkste aandachtsgebieden van ruimtelijke kwaliteit in de openbare ruimte.



Daarmee doet deze definitie recht aan de eisen die in de hedendaagse maatschappij worden gesteld aan de openbare ruimte.

### Architectuur

De uitstraling en ontwerpen van gebouwen hebben eveneens een grote invloed op de beleving van de openbare ruimte. Gebouwen met een uitgesproken architectuur geven een identiteit aan het gebied. De gekozen architectuur kan werken als een icoon in de stad of het gebouw kan zich volledig aanpassen aan haar omgeving. Het toepassen van icoonarchitectuur is al eerder in dit onderzoek aangeduid als een katalysator voor het gebied. Icoon objecten hebben een aantrekkende werking op klantgroepen.

De stedenbouwkundige interventies zijn zeer zichtbare en fysieke interventies. De transformatieopgave voltrekt zich als het ware voor de ogen van het publiek. De bouwwerkzaamheden geven de contouren van het nieuwe gebied weer. Plannen leven niet meer bij de kwaliteit van het voorstellingsvermogen van het publiek. De veranderingen worden tastbaar. Deze tastbaarheid en zichtbaarheid bepalen in grote mate de beeldvorming en daarmee het imago van het gebied.

### 3.4.3 Infrastructuur

De aanwezige infrastructuur in een stad bepaalt de bereikbaarheid van de gebieden aan sich. De infrastructuur is in staat de gebieden te integreren in het stedelijke weefsel door een koppeling te maken tussen oude en nieuwe gebieden. De bereikbaarheid van een gebied geeft het gebied karakter. Het vertelt het individu in welke hiërarchie het gebied staat tot de rest van de stad.

**Herb Elliott** (Australian Athlete):

“It’s the inspiration of the Olympic games that drives people not only to compete but to improve”

Fysieke barrières tussen een Brownfield en de rest van de stedelijke structuur voorkomen dat stedelijke actoren het gebied kunnen ervaren. Verhalen ten aanzien van problematiek op de Brownfield worden van mond tot mond overgebracht. Deze verhalen kunnen niet gestaafd worden op ervaringen. Door de fysieke barrières op te lossen en het gebied bereikbaar te maken voor alle stedelijke doelgroepen, kunnen deze doelgroepen hun eigen percepties vormen in een gebied. Infrastructuur en de aanwezigheid daarvan op een Brownfield zorgen voor een imago-transformatie in het gebied.

De infrastructuur en de mobiliteit hebben een aantoonbaar effect op de waarde van onroerend goed en de kwaliteit van de voorzieningen. De bereikbaarheid en daarmee samenhangend de waardecreatie van onroerend goed zorgt voor een positief imago van het gebied. (Bijl, 2008)

Het begrip infrastructuur wordt gezien vanuit de bereikbaarheid van de locatie ten opzichte van de stad, de regio, of (inter)nationaal.

De bereikbaarheid van steden staat in toenemende mate onder druk. Door het toegenomen autobezit ontstaan problemen op het gebied van congestie en parkeer capaciteit. Onze heilige koe, de auto, speelt een grote rol in onze vervoersbewegingen. Met de toegenomen filedruk staat de efficiëntie van deze



vervoersmogelijk steeds meer onder druk. Desondanks is de overheid nog steeds niet geslaagd in het terugdringen van het autogebruik. Maatschappelijk ontstaat steeds meer vraag naar duurzame mobiliteit, waardoor de focus van steden niet meer alleen gericht is op de automobilititeit (Bijl, 2008).

Het openbaar vervoer is in staat de bereikbaarheid van grote steden te bevorderen. Uit onderzoek is gebleken dat openbaar vervoer niet alleen een sociale functie vervult maar ook kan bijdragen aan de vitaliteit van steden. Door de inzet van openbaar vervoer worden knooppunten van mobiliteit hiërarchisch sterke zones in een stad.

Wanneer we de infrastructuur van een gebied nader beschouwen is het van belang om daarbij onderscheid te maken in:

- ◆ diversiteit mobiliteit;
- ◆ efficiëntie mobiliteit;
- ◆ perceptie mobiliteit.

Deze begrippen zullen afzonderlijk van elkaar worden toegelicht. Echter de begrippen staan in onderlinge samenhang tot elkaar. Door meer diversiteit en daarmee keuzemogelijkheden ten aanzien van de mobiliteit is het gebied efficiënter te bereiken en neemt de perceptie van de bereikbaarheid toe. De diversiteit van de mobiliteit is daarmee een belangrijke indicator voor de totale imago-transformatie.

### **Diversiteit mobiliteit**

De bereikbaarheid van een locatie wordt bepaald door de diversiteit van vervoersmogelijkheden. Hierin wordt onderscheid gemaakt tussen: de bereikbaarheid per weg, water, lucht en spoor. Infrastructuur wordt aangelegd om de bereikbaarheid van de stad te verbeteren of te waarborgen.

Investeren in infrastructuur betekent ook dat geïnvesteerd moet worden in het voorkomen van nieuwe barrières in een stad. In het verleden werd bij de aanleg van infrastructuur niet altijd nagedacht over de consequenties van deze ruimtelijke ingrepen. Jaren later blijken deze infrastructuur-ingrepen een barrière te hebben opgeworpen in de stad. Door te investeren in hoogwaardige oplossingen kan men dat voorkomen.

Om diversiteit in mobiliteit te kunnen creëren is de ligging van een gebied van belang. Knooppunten van infrastructuur bieden de mogelijkheid om diversiteit aan te brengen in de mobiliteit. Locaties gelegen aan knooppunten van infrastructuur zijn vaak snel, efficiënt en comfortabel te bereiken. Daarnaast bieden dit soort knooppunten de consument de mogelijkheid om snel en efficiënt over te stappen op andere vormen van vervoer (Wijger, 2008). Wederom wordt hiermee de samenhang van de begrippen aangetoond.

### **Efficiëntie mobiliteit**

De efficiëntie van mobiliteit wordt verhoogd door zoveel mogelijk bestemmingen te koppelen aan het netwerk van infrastructuur. Het type vervoer waarborgt de snelheid en daarmee eveneens de efficiëntie van de mobiliteit. Ingrepen als busbanen, ondergrondse metrosystemen etc. dragen bij aan de snelheid van het vervoer. Dit soort systemen zijn hoogwaardige vervoerssystemen en vereisen een groot investeringsvermogen.

Het hoge investeringsvermogen vereist een efficiënt en intensief gebruik van de aangeboden infrastructuur. Compacte steden zijn daarbij van belang. Een compacte stad



zorgt voor een verkorting van reisafstanden waardoor eveneens de efficiëntie van de mobiliteit toeneemt.

### Perceptie mobiliteit

De perceptie van de efficiëntie mobiliteit of de bereikbaarheid van een locatie verschilt sterk afhankelijk van het type vervoer. Bepaalde soorten mobiliteit hebben het imago niet snel of niet comfortabel te zijn in de ogen van de gebruiker. Deze perceptie is daarbij niet altijd terecht. Bij de perceptie van de mobiliteit is van belang:

- ◆ Type vervoersmiddel → railverkeer wordt als sneller en efficiënter ervaren dan een pont verbinding;
- ◆ Comfort → de directe verbinding van a naar b is daarbij van groot belang. Overstappen naar een ander vervoersmiddel wordt daarbij als onprettig ervaren.

Infrastructuur bepaalt de hiërarchische positie van een gebied in de stad. De bereikbaarheid van een gebied is sterk afhankelijk van de aanwezige infrastructuur. Wanneer een gebied goed bereikbaar is, verhoogt dat de attractieve waarde van de bestemming. Infrastructuur kan op zich zelf staand nooit een imago-transformatie te weeg brengen maar het ondersteunt het gecreëerde stedelijke programma uit de stedenbouwkundige interventies. De bereikbaarheid van de locatie zorgt ervoor dat het gebied laagdrempelig bezoekbaar is. Het bezoek aan het gebied zorgt op haar beurt voor een nieuwe beeldvorming bij de stedelijke actor. Deze beeldvorming draagt bij aan een positief imago.

### 3.4.4 Organisatie en Leiderschap

Complexe gebiedsontwikkelingen zijn onmogelijk te realiseren door één solitair staande partij. Dit geldt zowel voor publieke als voor private partijen. De meegekoppelde belangen van alle stakeholders in het proces vragen eveneens om een breed draagvlak in maatschappelijk en politiek opzicht. Leiderschap is noodzakelijk om draagvlak te verkrijgen en vast te houden.

Grootschalige projecten als Brownfield ontwikkelingen staan vaak in de publiciteit. Veelal worden dit soort ontwikkelingen uitgevoerd door publieke en private partijen gezamenlijk. De publieke partij is maatschappelijke rekenschap verschuldigd. Wanneer een gebiedsontwikkeling vaak op een negatieve wijze in het nieuws verschijnt beïnvloedt dat het imago van het gebied negatief. Wanneer de organisatie erin slaagt het gebied succesvol te ontwikkelen met minimale negatieve media aandacht, beïnvloedt dit organisatorische vermogen en leiderschap het imago van het gebied op positieve wijze.

**Eddie Robinson**  
(American Football coach):

“Leadership, like coaching, is fighting for the heart and souls of men and getting them to believe in you”

Wanneer we kijken naar de imago-transformatie van Brownfield ontwikkelingen is het van belang om deze drie aspecten van organisatie en leiderschap nader te bezien:

- ◆ Samenwerkingsvormen;
- ◆ Draagvlak;
- ◆ Leiderschap.



### Samenwerkingsvormen

Bij complexe gebiedsontwikkelingen is het noodzakelijk een professionaliseringslag te maken met alle betrokkenen. Professionalisering vraagt om kennisdeling en de inzet van veel hooggeschoolde mensen. Zowel publieke als private kennis is daarbij van essentieel belang. Dit voorkomt eveneens dat ontwikkelingen vanuit slechts één perspectief worden gezien. Samenwerkingsvormen tussen publieke en private partijen zijn van groot belang om het integrale perspectief in een ontwikkeling zeker te stellen.

Het type samenwerking tussen publieke en private partijen is veelal gekoppeld aan het grondbezit, het beschikbare financiële investeringsvermogen, de verdeling van risico's en de kennis en kunde van partijen. Afwegingen op het gebied van de gewenste regiefunctie van de overheid spelen een grote rol bij het inkleden van het publiek-private samenwerkingsmodel (Wolting, 2006).

### Draagvlak

Brownfield locaties zijn veelal gelegen in het centrum van steden. In dergelijke gebieden zijn veel stake- en shareholders betrokken bij de gebiedsontwikkeling. Veelal hebben partijen tegengestelde belangen die ze gerealiseerd willen zien in de transformatie opgave. Het verknopen van deze belangen en het zorgen dat alle neuzen dezelfde kant op wijzen, is van essentieel belang draagvlak te krijgen voor de ontwikkelingen. Een sterke visie en meegekoppelde gezamenlijke belangen zijn voorwaarden om te komen tot draagvlak voor een ontwikkeling (Dusseldorp, Peek, 2008).

Intern draagvlak betreft draagvlak tussen samenwerkingspartners. Het is daarbij van belang elkaars belangen te kennen en te respecteren. Op basis van de individuele belangen moet een gezamenlijk belang geformuleerd worden.

Extern draagvlak wordt ook wel eens maatschappelijk- en of politiek draagvlak genoemd. Deze externe partijen hebben geen "share" of aandeel in de toekomstige ontwikkelingen. Maatschappelijk draagvlak bestaat uit draagvlak voor plannen bij individuen (bewoners of bedrijven) maar ook professionele groeperingen zoals milieugroeperingen. Wanneer maatschappelijk draagvlak ontbreekt, zal ook het politiek draagvlak voor de planvorming snel afkolven. Op het moment dat sprake is van breed draagvlak in de samenleving zal vanzelf politiek draagvlak ontstaan. Politici worden gekozen door de burgers en zij zijn aan hun achterban verplicht, het algemeen belang in het oog te houden (Verlaet, 2005).

### Leiderschap

Leiderschap is cruciaal voor het welslagen van complexe gebiedsontwikkelingen (Berg, Braun, Meer, 1997). Leiderschap wordt getoond wanneer een individu of organisatie erin slaagt een integrale visie voor een ontwikkelingslocatie tot uitvoering weet te brengen zonder daarbij de ambitie te hoeven loslaten.

Leiderschap zit in een competentie van een individu of in het charisma van de persoon in kwestie. De functie van leiders wijzigt gedurende het ontwikkelingstraject. Leiders zijn in staat investeringsvermogen los te maken en belangen met elkaar te verknopen. Organiserend vermogen en ondernemersgeest zijn daarbij essentieel.

De organisatorische aspecten en het leiderschap zijn minder tastbaar. Dit betekent echter niet dat ze minder zichtbaar zijn bij het publiek. De media aandacht rondom grootschalige gebiedsontwikkelingen is groot. Een charismatische leider is in staat een breed draagvlak





te genereren zowel op politiek en maatschappelijk vlak. Het charisma stelt de leider in staat de boodschap goed over te brengen op het publiek. Daarnaast slaagt een goed leider erin om alle partijen een gezamenlijk doel na te streven. Deze ingrediënten zorgen voor een positief beeld in de media. En daarmee een positieve beeldvorming ten aanzien van het gebied bij het brede publiek. De organisatie en het leiderschap dragen daarmee bij aan het creëren van een positief imago.

### 3.5 Samenvatting

In deze paragraaf is het van belang dat wij de hoofdonderzoeksvraag kunnen beantwoorden met het opgestelde theoretische kader. Dit theoretisch kader zal in hoofdstuk 4 en 5 getoetst worden aan de praktijk door middel van casestudie. Na afloop van de praktijktoetsing kan de definitieve synthese van het onderzoek worden opgesteld.

#### De hoofdvraag van het onderzoek luidt:

“Welke condities brengen een imago-transformatie op gang in Olympische gebiedsontwikkeling op Brownfield locaties?”

Vanuit het imagocommunicatie model van Kavaratzis is een model voor imago-transformatie op Brownfield locaties opgesteld. Dit communicatiemodel gaat uit van drie communicatielijnen. Primaire communicatie creëert de bewijslast voor de imago-transformatie. Deze bewijslast bestaat uit de fysieke interventies in het gebied. De secundaire communicatievorm is ondersteunend aan de primaire communicatie en zendt een promotionele boodschap uit aan de doelgroep. Beide vormen van communicatie richten zich op het tot stand brengen van tertiaire communicatie. Tertiaire communicatie is de ultieme vorm van imago-transformatie en bestaat uit communicatie van mond tot mond. Het geeft blijk van het daadwerkelijk slagen van de imago-transformatie.

Dit onderzoek is gericht op de primaire communicatie. Deze primaire communicatie richt zich op het transformeren van de Brownfield locatie tot een attractief aantrekkelijk gebied voor de beoogde klantgroepen (bewoners, bedrijven, bezoekers en investeerders).

Primaire communicatie bestaat uit een drietal interventiegebieden en daarnaast onderscheidt het model leiderschap en organisatievermogen. Leiderschap en organisatievermogen hebben een randvoorwaardelijk karakter en zijn na afloop van een transformatie opgave niet meer als zodanig te herkennen. De cases worden onderzocht aan de hand van de zichtbare, bewust uitgevoerde interventiegebieden. Te weten:

- ◆ Milieukundige interventies;
- ◆ Stedenbouwkundige interventies;
- ◆ Infrastructurele interventies.

Het moge duidelijk zijn dat deze interventiegebieden niet los van elkaar beschouwd kunnen worden. Zonder milieukundige interventie is het onmogelijk een nieuw stedenbouwkundig programma te realiseren. De aanleg van infrastructuur heeft geen enkele zin en is niet rendabel als er geen stedenbouwkundig programma gerealiseerd wordt dat het gebruik van de mobiliteitssystemen waarborgt. De aanleg van een prachtig stedenbouwkundig gebied zonder dat dit gebied goed bereikbaar is vanuit de stad, heeft tot gevolg dat het gebied niet gebruikt of bezocht wordt.





## 4 Case Barcelona

Het theoretisch kader is beschreven in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 4 en 5 wordt het theoretisch kader getoetst in de praktijk. Deze toetsing vindt plaats aan de hand van case studie. Dit hoofdstuk behandelt de case Barcelona. Barcelona is voor dit onderzoek een dieptecase.

De Olympische spelen van Barcelona werden gehouden in 1992. Het verhaal van de Olympische gebiedsontwikkeling is goed gedocumenteerd. Het Olympische verhaal van Barcelona is een succesverhaal dat wereldwijd bekendheid heeft gekregen. Barcelona heeft in de Olympische gebiedsontwikkeling ingezet op een grootschalige stedelijke vernieuwing. Voor het eerst in de geschiedenis werden de Olympische spelen ingezet als een katalysator voor stedelijke vernieuwing.

In de aanloop naar de spelen verschijnt Barcelona herhaaldelijk in de media. De stad wordt geprezen vanwege haar inspanningen in de stedelijke transformatie opgave. De stad ging voor goud, alle inspanningen van atleten ten spijt, zij stonden in de schaduw van de prestaties die de stad heeft geleverd (Ladron de Guevara, Coller, Romani 1995).

In paragraaf 4.1 wordt de context van Barcelona geschetst in de jaren voorafgaand aan het Olympische bid. In paragraaf 4.2 is beschreven welke inspanningen de stad leverde om zich klaar te maken voor de Olympische spelen. Het Olympisch dorp sluit qua context en gebiedsinterventies het meest aan bij de doelstelling van dit onderzoek. In paragraaf 4.3 worden de Olympische plannen voor het Olympisch dorp nader beschreven. In paragraaf 4.5 worden de effecten beschreven die zijn opgetreden na de transformatie van Parc de Mar. De toetsing van het theoretisch kader vindt plaats in paragraaf 4.4. Tot slot worden de resultaten van de toetsing samengevat in paragraaf 4.6.

Het geschetste beeld van de context van Barcelona en tevens de Olympische gebiedsontwikkeling is gebaseerd op beschikbare relevante literatuur aangevuld met verhalen van professionals. Eén van deze professionals, de Catalaanse architect en stedenbouwkundige professor Joan Busquets, was het brein achter de transformatie van Parc de Mar.

Het theoretisch kader is getoetst door middel van interviews met experts op diverse terreinen van Olympische gebiedsontwikkeling. De interviews hebben inzicht gegeven in de specifieke ervaringen met de imago-transformatie van de Olympische gebiedsontwikkelingen.

### 4.1 Barcelona en het Olympische bid

Barcelona is sinds oudsher de tweede stad van Spanje. Deze stad, gelegen aan de Middellandse Zee, is van oorsprong een havenstad. Het is de hoofdstad van het autonoom bestuurd Catalonië. De Catalaanse cultuur, met haar eigen taal, tradities en cultuur, vormt een belangrijk onderdeel van het dagelijkse leven van de inwoners van de stad. (Toohey, Veal, 2000)



In deze paragraaf wordt een beeld geschetst van de stad en haar problematiek ten tijde van het Franco regiem. Deze problematiek leidde uiteindelijk tot een Olympische droom.

### Industrie als motor voor de economie

In 1939 kwam Franco aan de macht na een burgeroorlog. Zijn bewind was dictatoriaal, zonder ruimte voor een autonoom bestuurde staat Catalonië. Catalonië en daarmee ook Barcelona verloren hun autonome status en werden onderdeel van Spanje. Barcelona was strategisch gelegen en in de vroege jaren dertig floreerde de economie van de stad op het gebied van industriële activiteiten. Franco zette in op een verdere groei van de industriële sector in Barcelona. Barcelona werd aangewezen als groeistad voor de industrie en groeide daarmee buiten proportioneel. Op zoek naar werkgelegenheid kwamen veel arme Spanjaarden uit het zuidoosten naar de stad om zich te vestigen in de nabijheid van werkgelegenheid. Vanwege hun povere salaris en de slechte opvang in de stad kwamen ze terecht in slechte leefomstandigheden. (Toohey, Veal, 2000) De stad was niet in staat de enorme toeloop van mensen op te vangen en Franco weigerde te investeren in de stad.

De toegestroomde arbeiders vestigden zich rondom de industriegebieden. Waardoor wijken ontstonden waar veel arme en kansarme mensen woonden. De woon- en leefomstandigheden waren erbarmelijk. Mensen woonden dicht op elkaar zonder licht en ruimte. Dit zorgde voor een hoge criminaliteit en een slechte quality of life. De stad raakte verwaarloosd en de sociale problematiek was enorm. De havenindustrie groeide en moderniseerde. Door automatisering van de productieprocessen waren steeds minder arbeiders nodig. Veel laaggeschoolde arbeiders raakten hun baan kwijt.

De ligging aan de haven van een belangrijke mediterrane stad had ervoor gezorgd dat de industrie steeds meer ruimte in beslag nam aan de kust van de stad. De haven en de industriële activiteiten hadden de stad afgesloten van de zee. De gehele kustlijn van Barcelona werd in beslag genomen door industriële activiteiten. (Marshall, 2004) De kustzone was daarmee ontoegankelijk voor bewoners van de stad. De industriële activiteiten hadden voorrang boven milieukundige aspecten. De gehele kustzone had te kampen met ernstige bodemverontreiniging en verrommeling. De stad had de bijnaam het Catalaanse Manchester (Kennet).

Ondanks deze negatieve beeldvorming werd de stad wel bezocht door dagtoeristen. De stad had een keur aan culturele schatten zoals de wereldberoemde architectonische objecten van Gaudi of de kunst van Miro. Deze toeristen verbleven tijdens hun vakantie aan één van de Spaanse Costa's en bezochten de stad met dagtochten.

### Politiek

Franco accepteerde geen uitingen van de Catalaanse cultuur. De Catalanen werden onderdrukt en zwaar bestraft als zij zich niet onderwierpen aan het gezag van Franco. Met het overlijden van Franco kwam een einde aan het dictatoriale regiem. De democratie werd hersteld maar was erg broos. De Catalaanse cultuur die jarenlang had gebloeid onder de oppervlakte liet zich niet langer de kop in drukken.

Spanje zocht opnieuw aansluiting bij andere Europese steden. Het land moest afrekenen met haar oude imago. Spanje maar zeker ook Barcelona moesten afrekenen met de nalatenschap van 36 jaar dictatoriaal regiem. Dit regiem had gezorgd dat de stad die eens een bloeiende cultuur had, achtergesteld was geraakt ten opzichte van Madrid. Deze



achterstelling lag gevoelig bij de Catalanen die erg trots waren op hun autonome taal en cultuur.

De politieke leiders op regionaal en lokaal gebied zochten een nieuwe manier om de stad te verenigen en een positieve energie te creëren (Toohey, Veal, 2000). Barcelona stond voor een enorme opgave de stad te vernieuwen en de fysieke, sociale en economische problematiek het hoofd te kunnen bieden. Al tijdens het bewind van Franco waren plannen gemaakt voor de toekomst van Barcelona. Het probleem was alleen dat nooit genoeg draagvlak was gevonden om de plannen uit te voeren (Toohey, Veal, 2000).

### Olympische spelen

Barcelona had vanuit haar verleden een ruime ervaring om grootschalige evenementen aan te grijpen en daarmee stedelijke transformaties uit te voeren. Terugkijkend op 120 jaar Barcelona geschiedenis, zijn de volgende evenementen door de stad gebruikt om vernieuwing door te voeren (Duran, 2005):

- ◆ 1888 Wereld tentoonstelling;
- ◆ 1929 Wereld tentoonstelling;
- ◆ 1952 Eucharistisch congres;
- ◆ 1982 WK voetbal;
- ◆ 1992 Olympische spelen;
- ◆ 1993 Miró jaar;
- ◆ 2002 Gaudi jaar;
- ◆ 2004 Cultuur forum.

Hoewel het organiseren van een megasportevenement zoals de Olympische spelen voor veel steden een hoofdactiviteit van de stedelijke planning vormt, waren de Olympische spelen voor Barcelona in veel opzichten slechts een manier om de omvangrijke stedelijke vernieuwing tot uitvoering te brengen. De Olympische plannen waren onderdeel van plannen die al jaren op de tekentafel hadden gelegen en alleen nog wachtten op het juiste moment om ze uit te kunnen voeren.

Alle gesprekspartners in de interviews zijn van mening dat de Olympische spelen slechts hebben gediend als versneller. Daardoor werd het mogelijk plannen uit te voeren die normaal gesproken 50 jaar nodig hadden om tot volwassenheid te komen, nu in 6 jaar tijd te realiseren.

De Olympische spelen zorgden voor veel investeringsvermogen en mankracht. Catalanen zagen de Olympische spelen als een unieke kans de wereld kennis te laten maken met de Catalaanse cultuur. Na jarenlange onderdrukking werd hiermee veel maatschappelijk draagvlak gecreëerd voor de Olympische plannen. Daarnaast inspireerde deze gedachte ook veel investeerders. Zij stelden vermogen beschikbaar om Catalaanse cultuur aan de wereld te laten zien met trots.

## 4.2 Olympische gebiedsontwikkeling

Barcelona greep de Olympische spelen aan om een veel bredere agenda van de stad te dienen. De stad had behoefte aan een grootschalige stedelijke vernieuwing. Daarom was de focus niet alleen gericht op het organiseren van de Olympische spelen, maar met name op het creëren van Legacy voor de stad na de spelen.



De Olympische gebiedsontwikkeling werd opgezet in 4 kerngebieden. Op bijgevoegde kaart van de stad is zichtbaar dat de Olympische kerngebieden (op de kaart aangeduid als rode zones) gelegen zijn aan belangrijke infrastructurele knooppunten in de stad. Deze knooppunten waren al in de stad aanwezig. De Olympische gebiedsontwikkeling creëerde een betere verbinding tussen de gebieden onderling.

**Juan Antonio Samaranch** (IOC President):

“After Barcelona, all countries will have the right to parade a flag in the Olympics.”

De stad koos voor locaties gelegen binnen de stadsgrenzen. De locaties werden daardoor gemakkelijk opgenomen in het bestaande stedelijke weefsel. De Olympische gebiedsontwikkeling richtte zich op een versterking van de locaties door het toevoegen van andere soorten infrastructuur. Daarmee zijn de infrastructurele maatregelen in de stad eveneens een belangrijk Olympisch project geworden. Zo werd het metronet uitgebreid en werden alle belangrijke Olympische gebieden ontsloten door middel van dit metronet. De ringweg werd afgemaakt en daarbij werd geïnvesteerd in kwalitatief hoogwaardige oplossingen zodat geen nieuwe stedelijke barrières konden ontstaan. Het spoorwegtraject werd omgelegd en de luchthaven van Barcelona werd vernieuwd. Tevens werd geïnvesteerd in het communicatienetwerk.

In onderstaande alinea's komen de vier Olympische kerngebieden aan bod.

### Montjuïc

Montjuïc was ingericht als sport- en cultureel gebied sinds de wereldtentoonstelling van 1929. In dit gebied was ook het oude Olympisch stadion gelegen. Veel sportaccommodaties waren al in dit gebied aanwezig vanwege een eerdere toekenning van de spelen van 1936. Echter door het uitbreken van de burgeroorlog waren deze Olympische spelen verplaatst naar Berlijn. De aanwezige accommodaties werden gemoderniseerd en waarnodig uitgebreid.

Aan het gebied werden een aantal iconen toegevoegd, zoals de communicatietoren van Santiago Calatrava en Palau St. Jordi van Arata Isozaki.

### Diagonal Mar

Het Diagonal gebied is gelegen aan een belangrijke regionale ontsluitingsweg van de stad Barcelona. In dit gebied waren al verschillende private sportaccommodaties aanwezig. Waaronder het stadion van FC Barcelona. De Olympische gebiedsontwikkeling concentreerde zich hier op het herinrichten van een groot braakliggend terrein en het moderniseren en uitbreiden van bestaande accommodaties.

### Vall D'hebron

Dit gebied, gelegen in het noordoosten van de stad, markeert het einde van stad en beschikte destijds al over een aantal belangrijke sportfaciliteiten. Daarnaast werd dit gebied voorzien van een belangrijke landmark in de vorm van de communicatietoren van Norman Foster.

### Parc de Mar

Voor de Olympische spelen was dit gebied een vervuild industrieel ingericht gebied, afgescheiden van de stad door een spoorlijn richting de haven. Eén van de belangrijkste beloften van de stad in het Olympische bid was: Open de stad naar de zee. De gehele



kustzone werd daarmee getransformeerd. Door juist hier het Olympische dorp te situeren werden unieke kansen gecreëerd om de problematiek van de stad aan te pakken.

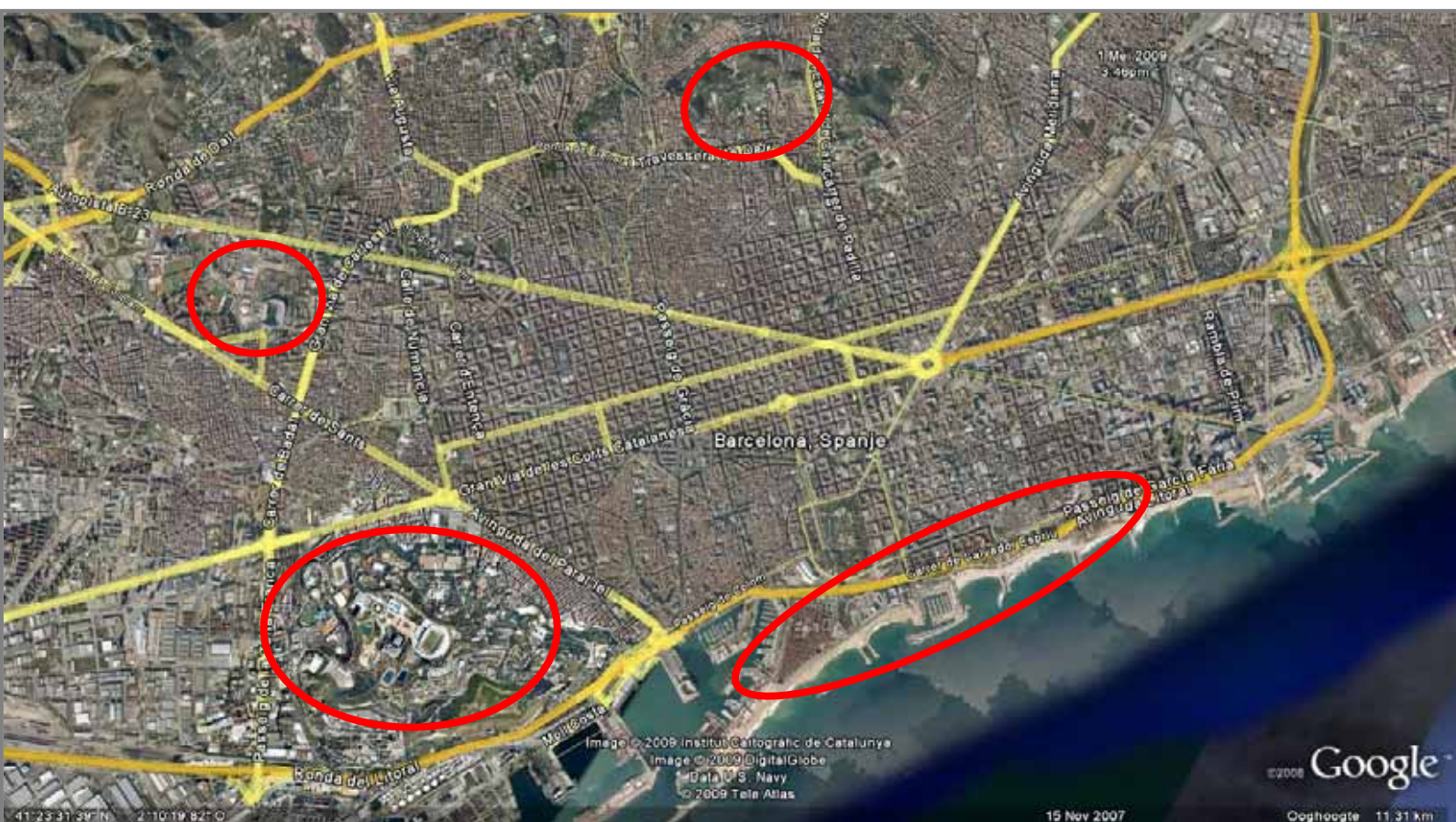


Foto : Barcelona stedelijke structuur (Google earth)

De Parc de Mar locatie oftewel het Olympische dorp, is een interessante casestudie. Parc de Mar is een voormalige Brownfield die door middel van Olympische gebiedsontwikkeling is getransformeerd naar een bruisend stedelijk gebied. De Olympische gebiedsontwikkeling op deze locatie vormt een goed kader om de theorie te toetsen. De problematiek van deze locatie is vergelijkbaar met de problematiek van de gemiddelde Brownfield in Nederland.

In de volgende paragraaf wordt de Olympische gebiedsontwikkeling in Parc de Mar kort beschreven.



### 4.3 Het Olympisch dorp: Parc de Mar

Het huidige Olympisch dorp gelegen aan de Mediterrane kustlijn, heeft haar industriële verleden voorgoed achter zich gelaten. Het is een sociale ontmoetingsplek geworden van de mensen van Barcelona. De boulevard stroomt ieder weekend vol met mensen die flaneren en elkaar ontmoeten. Deze nieuwe invulling van een industrieel gebied geeft haar minder aantrekkelijke verleden niet meer prijs.

#### Brownfield

De industriële sector van Barcelona was in de jaren van Franco explosief gegroeid en had zich op een strategische plek rondom de haven van de stad gevestigd. Door de industriële activiteiten rondom de haven, raakte de kustzone afgesloten van de rest van de stad. Om de zee te bereiken moesten de inwoners van Barcelona uitwijken naar publieke stranden in steden ten noorden of ten zuiden van de stad.

Ter facilitering van de industrie werd een uitgebreid spoornet aangelegd, dat de industrie direct verbond met de regio en met de haven. Hiermee werd een fysieke barrière gecreëerd tussen de stad en haar zee. De industrie groeide en men nam het niet zo nauw met het milieu. De milieukwaliteit verslechterde en de terreinen raakten vervuild.

De ongecontroleerde groei had in de vroege jaren ook een groeiend effect op de werkgelegenheid in de stad. Deze werkgelegenheid trok veel mensen aan uit andere regio's van Spanje. De toestroom van arbeiders kon niet worden opgevangen binnen de stad. De stad was niet ingericht op een explosieve groei van het aantal inwoners. Franco's focus was gericht op de industrie. Hij weigerde te investeren in de opvang van arbeiders. Met als gevolg dat de woon- en leefomstandigheden sterk verslechterden onder de toegenomen stedelijke dichtheden. (Toohey, Veal, 2000)

Dit beeld verslechterde toen met de komst van automatisering weliswaar een groei van de economische bedrijvigheid gecreëerd werd, maar eveneens een afname van de werkgelegenheid ontstond. Veel mensen raakten werkloos en moesten noodgedwongen op zoek naar andere middelen van bestaan. Criminaliteit en verwaarlozing kenmerkten stadsdelen als Barceloneta en Poblenou.

Toen in 1974 de grootste industriële speler Catalana de Gaz, aan de kustzone verdween, bleef een sterk vervuild en van de buitenwereld afgesloten verwaarloosd terrein achter (Barcelona, 1992). De dood van Franco en het herstellen van een regionaal en lokaal bestuur gaf aanleiding om opnieuw plannen te gaan maken voor het herstel van de gehele stad. Echter de nominatie van Barcelona tot Olympische stad bracht pas echt beweging in de planvorming.

De Brownfield was vervuild, afgesloten van de stad en het was geen attractief gebied. Het imago van het gebied was slecht. Dit slechte imago was een gevolg van de geïsoleerde ligging van het gebied ten opzichte van de stad, de vervuilde kustzone en de sociale problematiek aan de randen van het industriegebied in de overbevolkte woonwijken.

#### Olympische belofte

Om de inwoners van Barcelona massaal te bewegen steun te betuigen aan de Olympische droom van de stad, beloofde men de stad te openen naar de zee. Het Olympisch motto





was: “Opening the city to the sea” (Gold, 2008). Jarenlang was dit een onmogelijke opgave gebleken en veel stedelingen verlieten in het weekend de stad om te vertoeven aan de bekende badplaatsen langs de Costa Brava.

Door de kustzone te openen naar de stad werd in een radicale transformatie van de volledige kustlijn van de stad voorzien. Deze zone heeft een totale lengte van 6 km richting het noorden van de stad. Deelplannen uit deze integrale transformatie opgave waren in het verleden al door de stad uitgedacht. Door gebrek aan geld, maatschappelijk draagvlak en vertrouwen kwamen de meeste plannen steeds niet van de grond (Gold, 2008).

Het nieuwe kustgebied moest een zone worden voor recreatie en sport. Daarnaast moest een gedeelte van de voormalige industriële zone worden getransformeerd in een hoogwaardig kosmopolitische woon- en leefgebied. Deze transformatie moest zorgen voor een versteviging van de concurrentiepositie van Barcelona ten opzichte van andere wereldsteden.

De bestaande stranden waren na de de-industrialisatie in een zwaar verwaarloosde staat achtergelaten. Daarnaast was het terrein afgesloten van de stad en het stedelijk weefsel. Om de stad en de zee met elkaar te verbinden moest deze fysieke barrière geslecht worden. Plannen werden gemaakt om het spoorwegennet te verleggen met de aanleg van twee nieuwe stations in andere delen van de stad (Gold, 2008). De Olympische spelen boden bij Parc de Mar de mogelijkheid om 100 ha voormalig industrie gebied te transformeren naar een woongebied (Gold, 2008).

In paragraaf 4.4 worden de effecten besproken van de Olympische gebiedsontwikkeling. Uit deze effecten en enkele literaire bronnen kan worden afgeleid dat het terrein een grondige transformatie heeft ondergaan. Deze transformatie heeft geleid tot een succesvolle imago-transformatie waarover men nog steeds, 17 jaar na dat op een tertiaire manier communiceert. Het succesverhaal van Barcelona wordt nog steeds verteld. Getuige ook het resultaat van deze scriptie. Het verhaal inspireert andere gaststeden om een soortgelijke ambitie na te streven. Zo ook Nederland.

#### 4.4 Imago-transformatie

Dit onderzoek concentreert zich niet op het vaststellen van de imago-transformatie. De focus ligt bij het destilleren van de verschillende condities die een imago-transformatie hebben laten plaatsvinden. In deze paragraaf wordt aangetoond aan de hand van diverse literatuur bronnen dat een imago-transformatie heeft plaatsgevonden in Parc de Mar en welke effecten daarvan merkbaar zijn.

Uit diverse literatuurbronnen kan geconcludeerd worden dat de Olympische spelen voor Barcelona een enorm succes zijn geweest. De Olympische spelen van Barcelona zijn bekend geworden door de grootschalige stedelijke transformatie die de stad te weeg heeft gebracht door middel van de Olympische gebiedsontwikkeling. Onder andere: (Corbonell, 2002), (Gold, 2008), (Millet, 1997) Deze literatuurbronnen zijn de bedoelde tertiaire communicatievorm die door Kavaratzis is vastgelegd zijn totaal communicatiemodel.

Daarnaast wordt in de literatuur ook veel gesproken over de imago-transformatie die heeft plaatsgevonden in Barcelona als geheel, teweeg gebracht door de grootschalige



stedelijke transformaties. Parc de Mar is een van de meest belangrijke en qua schaal de grootste Olympische gebiedsontwikkeling.

In deze cases is niet getoetst in hoeverre er sprake is van een imago-transformatie. De verschillende literatuurbronnen stellen vast dat een imago-transformatie daadwerkelijk heeft plaatsgevonden na de Olympische spelen.

*“One of the most notable impacts of the 1992 Barcelona Olympic Games was the growth in housing, due to the increasing attraction of Barcelona, the lack of buildable land, increased construction costs, the rise in available family income, and the difference in prices between the Spanish market and the rest of Europe.”*

Bron: Brunet 1995

*“A year after the Olympic Games, the positive evaluation of the Olympic Games shown by the citizens before and immediately after the event held up, in spite of the fact that the economic crisis of the 90's had arisen in Barcelona as well. The degree of satisfaction of living in Barcelona was 7.9 out of 10. Only 47.7% believed that after the Olympic Games Barcelona had become apathetic. Thus the positive evaluation of the citizenry towards the 1992 Olympic Games not only held up, but in fact grew.”*

Bron: Brunet 1995

*“Barcelona was interpreted as the place where an historic event was occurring which affects the whole of humanity. Barcelona was identified as the capital of Catalonia in nearly half of the broadcasts, but it was a city being transformed - for the duration of the Games - into a "capital of the world". This "special" Olympic capital city status allowed many commentators to present Barcelona as the most fascinating and compelling city, especially regarding the quality of life and the attractions it offers to people visiting it.”*

Bron: Moragas, Rivenburgh & Garcia 1995

**Pierre de Coubertin**  
(funder, 1894):

**“Holding an Olympic games means evoking history”**

In het kader van dit onderzoek is het interessant te onderzoeken welke effecten deze imago-transformatie teweeg heeft gebracht voor de Brownfield ontwikkeling van Parc de Mar. In de interviews met de experts is de vraag voorgelegd welke effecten waar te nemen zijn op de vastgoedmarkt van Parc de Mar. Deze beweringen zijn nader onderzocht in de literatuur. In deze paragraaf worden deze effecten nader aan de orde gesteld.

Achtereenvolgens zullen de volgende effecten worden besproken:

- ◆ Gentrification;
- ◆ Prijsstijging;
- ◆ Bezoekers.

#### 4.4.1 Gentrification

Het effect van gentrification treedt op wanneer in bestaand stedelijk gebied intensieve stedelijke transformatie opgaven worden uitgevoerd. Deze transformatie opgave is gericht op een fysieke, sociale en economische vernieuwing. In dit soort gebieden is voor de transformatie sprake van een eenzijdige bevolkingssamenstelling veelal uit de lagere sociale klasse. Om een betere sociale verhouding in het gebied te brengen kunnen na de transformatie niet alle oud bewoners terug keren.



Door een meer gemêleerd woonmilieu te creëren wordt getracht ook andere bevolkingsgroepen aan te trekken. Dit fenomeen dat in de volksmond ook wel de “Poor people remover” wordt genoemd heeft zich ook voorgedaan in Parc de Mar.

Voor de aanvang van de Olympische investeringen werd het gebied rondom Barceloneta en de wijken rondom de industrie vooral bevolkt door de arbeidersklasse. Na de Olympische gebiedsontwikkelingen, waarbij een grote diversiteit werd aangebracht in het stedelijk programma van het gebied is een betere verdeling van verschillende bevolkingsgroepen ontstaan. Het gebied is zeer populair bij welvarende jonge tweeverdieners.

Uit onderzoek is gebleken dat de meerderheid van de bevolking in Parc del Mar bestaat uit jonge, hoogopgeleide welvarende mensen. Het totale inwonertal van de wijk ligt rond de 5.800 inwoners. Het leeftijdsniveau ligt onder het gemiddelde voor geheel Barcelona. Zie figuur 4.1 (Carbonell, 2002)

		Leeftijdsindeling	
Leeftijd	%	Parc de Mar	Barcelona
0 -14 jaar		18,7%	11,9%
15 -24 jaar		11,1%	14,1%
25 – 39 jaar		33,3%	21,7%
40 – 64 jaar		27,4%	31,7%
65 en ouder		9,5%	20,7%

Tabel 4.1: Leeftijdsindeling (bron: Barcelona City Hall, Sant Marti district)

Het opleidingsniveau in Parc de Mar is hoger dan dat van het gemiddelde voor geheel Barcelona. In Parc de Mar heeft ca 41,5% een universitaire graad tegenover 17,2 % gemiddeld voor geheel Barcelona. Daarnaast is 80% van de actieve arbeidsbevolking werkzaam in een management positie.(Carbonell, 2002)

## Conclusie

Parc de Mar is een gebied geworden met een grote aantrekkingskracht op jonge welgestelde huishoudens. Voor de transformatie werd het gebied rondom de industrie voornamelijk bewoond door de lagere sociale klasse. De gentrification is een teken dat de hogere inkomensklasse die vanwege financiële slagkracht, voldoende keuze mogelijkheden hebben op het gebied van woonmilieu's, het gebied waarderen.

De woonwensen van de hogere inkomensgroepen zijn veeleisend op het gebied van veiligheid en quality of life. Hun aanwezigheid in het gebied toont aan dat Parc de Mar zich heeft ontwikkeld tot een stedelijk gebied met een hoge quality of life. Daarmee is ook het imago en de perceptie van het gebied veranderd.



#### 4.4.2 Prijsstijgingen vastgoed

Waardestijgingen van het vastgoed worden veroorzaakt door een verhoogde vraag naar woningen in relatie tot het aanbod. Schaarste op de vastgoedmarkt heeft een prijsopdrijvend effect.

In Parc de Mar zijn alle woningen, kantoren en overige voorzieningen gerealiseerd voor de aanvang van de Olympische spelen. Na de spelen was het vastgoed beschikbaar voor de reguliere markt. Met als gevolg dat geen sprake kan zijn geweest van schaarste. Desondanks is men in Parc de Mar in geslaagd om hogere prijsniveaus te realiseren dan het stedelijk gemiddelde van Barcelona. Circa 60% van alle vastgoedobjecten was al verkocht voor de aanvang van de Olympische spelen. (Carbonell, 2002)

Toen de woningen in 1990 werden aangeboden op de markt lagen de prijsniveaus in een range van € 1.157,- p m<sup>2</sup> tot € 1.852 p m<sup>2</sup> met een gemiddelde van € 1.444 p m<sup>2</sup>. Dit terwijl de gemiddelde prijzen in de duurste wijken ca € 2.150 p m<sup>2</sup> tot € 1.075 in de wijken gelegen rondom het voormalig Olympisch dorp. In de jaren na de Olympische spelen zijn de prijzen verdubbeld of bijna verdrievoudigd. Daarmee is het prijsniveau vergelijkbaar geworden met de prijsniveaus van de luxueuze wijken van Barcelona. (Carbonell, 2002)

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de prijsontwikkelingen van woningen in de wijken van Barcelona. (Carbonell, 2002)

	Sale prices for apartments in Barcelona city (1993-2001)								
€/m <sup>2</sup>	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Sarrià-St Gervasi	2,150	2,220	2,236	2,243	2,374	2,378	2,590	2,957	3,200
Sant Martí	1,177	1,203	1,245	1,296	1,287	1,360	1,729	1,845	2,184
Olympic Village	1,444	1,319	1,214	1,387	1,512	1,806	2,349	2,581	3,375
Barcelona	1,409	1,430	1,477	1,436	1,461	1,572	1,918	2,170	2,367

Figuur 4.2: prijsontwikkeling appartementen in Barcelona (Bron: Nova Içària, S.A., Anuari estadístic de la ciutat de Barcelona, Barcelona City Hall, Municipal Tax Institute, and author.)

Ondanks de fiscale voordelen die voor de oplevering van het gebied worden toegekend aan de woningen heeft de populariteit van de woningen ook de laatste jaren zich verder ontwikkeld. De fiscale maatregelen werden in 1994 afgeschaft. Sindsdien heeft de marktwaarde van de appartementen verder doorgezet.

#### Conclusie

De prijsontwikkelingen van het vastgoed bevestigen de populariteit van de wijk Parc de Mar. De cijfers wijzen niet uit of de prijsstijging te maken heeft een met schaarste of met het afwerkingniveau van de woningen. Desondanks is het duidelijk dat de wijk een kwaliteitslag heeft gemaakt en dat men bereid is te betalen voor de geboden faciliteiten.



De gestegen vastgoedprijzen tonen aan dat er waarde is gecreëerd in het gebied. Investerders zijn om deze reden geïnteresseerd te investeren in Parc de Mar. Ondanks dat er bij de start nauwelijks sprake was van schaarste op de aanbodmarkt is de wijk in een paar jaar tijd veranderd in een hot spot. De interesse van investeerders is aanwezig aangezien het gebied een imago-transformatie heeft doorgemaakt. Toen het gebied nog haar oude verschijningsvorm had geloofde geen investeerder in een goede toekomst met waardeontwikkeling van het vastgoed.

Vince Lombardi  
(American Football coach):

“The price of success is hard work, dedication to the job at hand, and the determination that whether we win or lose, we have applied the best of ourselves to the task at hand.”

#### 4.4.3 Bezoekers

De stad heeft zich geopend naar de zee en de boulevard is een grote sociale ontmoetingsplek geworden voor de stad. Mede daardoor is het toerisme gegroeid van 1,2 mio bezoekers per jaar naar 6 mio bezoekers in 2008. Voorheen brachten toeristen hun vakantie door aan de Costa's en brachten door middel van een dagtocht een bezoek aan de culturele schatten van Barcelona. Door het creëren van een strand en een aangenaam woon- en leefklimaat op en rond het strand is men erin geslaagd de toeristen te binden aan de stad. Daarmee is de hele toeristische sector enorm gegroeid met alle faciliteiten en infrastructuur die daarmee samenhangen.

Inmiddels gaan ook binnen de stad geluiden op dat de stad zich verder moet ontwikkelen. De stad is voor een groot gedeelte afhankelijk van de toeristische economie. Het is verstandig om de stad verder te diversifiëren naar ook andere economische sectoren. Deze toekomstvisie sluit ook aan bij de visie van de voortdurende Legacy. De stad werkt serieus aan een doorontwikkeling van haar concurrentiepositie. Vanwege de goede ervaringen met de Olympische spelen hebben ze ingezet op het binnenhalen van andere evenementen. Dit is zeker niet zonder succes gebleken.

De stad heeft een sterk internationaal karakter gekregen en buitenlandse bedrijven vestigen hun hoofdkantoren in de stad. Het aangename mediterrane klimaat en de ligging van de stad aan zee zijn van groot belang voor de beeldvorming.

Uit tabel 4.3 blijkt dat de toerismebranche enorm is gegroeid na de Olympische spelen. In 2002 werd zelfs een verdubbeling bereikt van het aantal hotels (Duran, 2005).

	Hotel accommodation					
	1990	1992	2000	2001	2002*	
Number of hotels	118	148	187	203	223	
Rooms	10,265	13,352	16,561	18,141	19,628	
Beds	18,569	25,055	31,338	34,303	36,901	
* projections						
Hotel occupation rate (% of rooms)	1990	1992	1998	1999	2000	2001
	71	64	81.2	80.6	84	79

Tabel 4.3: Hotel accommodaties in Barcelona (bron: Duran, 2005)



De toeristische infrastructuur is exponentieel gegroeid en daarmee samenhangend zijn ook de absolute bezoekersaantallen gestegen in de afgelopen jaren. Tabel 4.4 geeft de cijfers weer tot het jaar 2001 (Duran, 2005). Echter na 2001 is het toerisme nog veel meer gegroeid door de komst van low cost vliegmaatschappijen.

	Number of visitors and overnight stays			
	1990	1992	2000	2001
Tourist	1,732,902	1,874,734	3,141,162	3,378,635
Overnight stays	3,795,522	4,333,419	7,777,580	7,969,496

Tabel 4.4: aantal bezoekers en overnachtingen in Barcelona (bron: Duran, 2005)

## Conclusie

Barcelona is een populaire stad die jaarlijks door veel toeristen wordt aangedaan. Waar toeristen voorheen slechts één dag in de stad doorbrachten en de rest van hun vakantie spendeerden aan de Costa Brava, verblijven toeristen nu hun hele vakantie in Barcelona.

De stad staat nu bekend als een stad aan zee met een aangenaam leefklimaat. Desondanks kent Barcelona door de grote toestroom van toeristen ook nadelige effecten. De Ramblas is een onveilige boulevard geworden waar berovingen aan de orde van de dag zijn. De culturele activiteiten hebben te kampen met lange wachttijden en het authentieke Barcelona is nog maar sporadisch terug te vinden.

Deze negatieve randverschijnselen van het massatoerisme lijken geen invloed te hebben op de populariteit van de kuststad. Barcelona is een populaire stad voor stedentrips. Het imago van industriestad is getransformeerd naar een mediterrane cultuur stad aan de kust van de Middellandse zee. Barcelona heeft met haar nieuwe kustzone aangetoond van alle markten thuis te zijn.

### 4.5 Olympische transformatie opgave in Parc de Mar

In deze paragraaf wordt de toetsing van het theoretisch kader uitgevoerd op de Olympische gebiedsontwikkeling in Parc de Mar. De transformatie opgave van Parc de Mar concentreerde zich rond fysieke ingrepen in het gebied. Deze fysieke ingrepen sluiten aan bij de primaire communicatie van het imago transformatie model voor Brownfields.

De toetsing behandelt de drie belangrijkste interventiegebieden voor de primaire communicatie in imago transformatie van een Brownfield locatie. Achtereenvolgens komen aan bod:

- ◆ Milieukundige interventies;
- ◆ Stedenbouwkundige interventies;
- ◆ Infrastructuur interventies.



#### 4.5.1 Milieukundige interventies

Parc de Mar had bij aanvang van de Olympische gebiedsontwikkeling grootschalige milieukundige problemen. Het industriële verleden had haar sporen zichtbaar in het gebied achtergelaten. Er was sprake van een omvangrijke bodemverontreiniging, grondwaterverontreiniging, luchtverontreiniging en verrommeling van de stranden door achtergelaten vuil en afval. Deze sporen uit het verleden moesten worden uitgewist om überhaupt nieuwe ontwikkeling mogelijk te maken.

De zichtbare vervuiling op de kustzone zorgde voor een negatieve beeldvorming ten aanzien van de leefomstandigheden in het gebied. Om deze negatieve beeldvorming en dus het negatieve imago van het gebied te transformeren moesten in de eerste plaats de vervuilingen aangepakt worden.

In deze paragraaf worden de milieukundige interventies besproken die hebben plaatsgevonden in het kader van de Olympische gebiedsontwikkeling.

Zoals vastgesteld in het theoretisch kader bestaan milieukundige interventies uit de volgende interventiegebieden:

- ◆ Luchtkwaliteit;
- ◆ Externe veiligheid;
- ◆ Geluid;
- ◆ Bodemverontreiniging.

##### Luchtkwaliteit

Met het wegtrekken van de industrie uit de kustzone van Barcelona werd het mogelijk eveneens de uitstoot van schadelijke dampen terug te dringen. Daarnaast werd gekozen de nieuwe rondweg rondom Barcelona ter plaatse van Parc de Mar, ondergronds aan te leggen. Deze keuze heeft gezorgd voor een verbetering van de luchtkwaliteit in het gebied.

Het verbeteren van de luchtkwaliteit heeft een gezonder woon- en leefklimaat opgeleverd. Dit aspect telt echter niet zwaar wegend mee in de overwegingen van bewoners, bezoekers of bedrijven om zich hier te vestigen. Buiten de sanering van de bestaande bedrijven en het ondergronds aanleggen van de rondweg heeft men ook niet actief gestuurd in het planvormingsproces op een verbetering van de luchtkwaliteit.

In 1992 waren milieuaspecten minder bekend bij het brede publiek. Tegenwoordig is de maatschappelijke aandacht voor milieu veel meer aanwezig.

##### Externe veiligheid

Door het verplaatsen van de zware industrie naar zones buiten de stad is automatisch ook de externe veiligheid in het gebied toegenomen. Dit heeft echter verder geen concrete navolging gehad. In de cases is daarmee duidelijk geworden dat dit aspect weinig tot geen invloed heeft gehad op het succes van het gebied.

##### Geluid

De oorspronkelijke industrie zorgde voor geluidsoverlast. Door het wegtrekken van deze bedrijven werd een aantrekkelijker woon- en leef klimaat gecreëerd. Ook deze interventie is een gevolg geweest van andere activiteiten en was geen bewuste focus bij de ontwikkeling van het gebied.



De ondergrondse aanleg van de rondweg heeft bijgedragen aan het creëren van een aangenaam woon en leefklimaat.

### **Bodemverontreiniging**

De milieuproblematiek van de Brownfield locatie Parc de Mar concentreerde zich rondom het thema bodemverontreiniging. Jarenlang industrieel gebruik en ongecontroleerde groei hadden gezorgd voor een ernstig verontreinigde bodem. Afval en vuil ontsierden de kustzone zichtbaar. Ondergronds waren jarenlang schadelijke stoffen de bodem in gedrongen. Met als gevolg een grootschalige bodem- en grondwater vervuiling in het gebied. Het saneren van deze verontreinigingen was noodzakelijk om een bestemmingswijziging van industriële zone naar woon- en recreatiegebied mogelijk te maken.

De milieukundige interventies gingen vooraf aan alle andere interventiegebieden. Dit soort trajecten hebben een hoog risicoprofiel. Het benodigde investeringsvermogen op voorhand van de verdere ontwikkelingen was erg groot waardoor de consequenties voor de business case groot waren. Desondanks is men voortvarend gestart met deze interventies.

Barcelona heeft deze opgave aangepakt en niet zonder succes. Het volledige gebied is gesaneerd en de vervuilde stranden zijn schoongemaakt.

### **Conclusie**

De bodemvervuiling en de vervuiling van de kustzone op Parc de Mar waren zichtbare problemen. Het maakte het gebied onaantrekkelijk als woon- of recreatiegebied. De bodemsanering en grondwatersanering hebben niet alleen ervoor gezorgd dat nieuwe functies konden worden opgenomen in het gebied, ze hebben ook de perceptie van het gebied veranderd.

De interventies zoals het schoonmaken van de kustzone en het afgraven van de vervuilde grond werden door de betrokken partijen voortvarend opgepakt. Het gebied werd grondig opgeschoond. De planvorming trok veel media aandacht waardoor het grote publiek kennis nam van de inspanningen van de stad. Hieruit blijkt dat de fysieke interventie, de zogenaamd primaire communicatie, samen met de secundaire communicatie, door middel van media aandacht, een imago-transformatie op gang brengt.

Het opschonen van de kustzone heeft daarnaast ook gezorgd voor een nieuwe kijk van de mensen van Barcelona op de kwaliteiten van hun eigen stad. De kustzone werd een aantrekkelijk gebied ter invulling van vrije tijd. Nu de stranden weer in gebruik zijn als recreatiegebied heeft dat de perceptie van de stedelingen veranderd. Wonen dichtbij de zee op steenworp afstand van Placa de Catalunya is men gaan beschouwen als een voorrecht.

De opschoning van de kustzone heeft niet alleen lokaal zijn weerslag gehad. De stranden zijn inmiddels een populaire attractie van de stad en worden jaarlijks bezocht door 3 tot 5





miljoen bezoekers (Carbonell, 2002). De primaire communicatie door middel van de fysieke ingrepen in het gebied, hebben geleid tot een imago-transformatie. De boodschap wordt nu niet alleen promotioneel verspreid maar ook tertiaire communicatie heeft zijn intreden gedaan.

In 1992 was het publieke bewustzijn ten aanzien van milieuaspecten gering. Er was niet of nauwelijks aandacht voor duurzaamheid en het creëren van een gezonde leefomgeving. Tegenwoordig krijgen aspecten als luchtkwaliteit en geluidsoverlast meer aandacht.

#### 4.5.2 Stedenbouwkundige interventies

Op stedenbouwkundig gebied werd het Parc de Mar uitgebreid getransformeerd. Deze transformatie had als doel het creëren van een stad met voldoende quality of life om te concurreren met andere wereldsteden. (Serre, 1995)

In deze paragraaf worden de stedenbouwkundige interventies besproken die hebben plaatsgevonden in het kader van de Olympische gebiedsontwikkeling. Zoals vastgesteld in het theoretisch kader bestaan stedenbouwkundige interventies uit de volgende interventiegebieden:

- ◆ Programma en functies;
- ◆ Kwaliteit van de openbare ruimte;
- ◆ Architectuur.

##### Programma en functies

Het grote probleem van de Olympische dorpen in de geschiedenis van de Olympische spelen is de omvang. Circa 12% van de totale Olympische gebiedsontwikkeling bestaat uit de ontwikkeling van het Olympisch dorp (Millet, 1997). Het Olympisch dorp wordt aangelegd om de atleten, hun begeleiders en familieleden te huisvesten. Naast huisvesting worden eveneens noodzakelijke trainingsfaciliteiten en medische voorzieningen opgenomen. In het Olympisch dorp is ontspanning ook van belang, leisure voorzieningen worden toegevoegd aan het totale programma.

Olympische dorpen breiden het aanbod woonruimten in een stad aanzienlijk uit na afloop van de Olympische spelen. De vastgoedmarkt wordt als het ware overspoeld door het nieuwe aanbod. Hierdoor is geen sprake van schaarste en is het lastig alle woonruimten af te zetten. Met als gevolg leegstand en daling van prijzen.

Wanneer we een Olympisch dorp beschouwen in aantrekkelijkheid voor haar eindgebruiker, dan moeten we constateren dat de verscheidenheid aan functies en programmering een goede quality of life geven in het gebied. De lange termijn visie voor het Olympisch dorp is gericht op het creëren van een nieuwe woonwijk die voldoet aan de woon- en huisvestingswensen van de welgestelde woondoelgroepen.

Waar de zone voorheen nog onbewoonbaar was en de wijken die rondom de industrie lagen voornamelijk bewoond werden door de lagere sociale klassen, wordt met de Olympische gebiedsontwikkeling juist ruimte geschapen om andere doelgroepen aan te trekken. Een imago-transformatie is daarbij van essentieel belang. Immers welgestelde mensen stellen hoge eisen aan veiligheid en quality of life in hun woonomgeving.

Megan Quann (American Swimmer):

“I have been visualizing myself every night for the past four years, standing on the podium having the gold places around my neck”



De dichtheid van Parc de Mar komt sterk in de buurt van de stedelijke dichtheid van de binnenstad van Barcelona. Met 74 woningen per hectare is het totale inwonertal 200 inwoners per hectare (Corbonell, 2002).

De uitgebalanceerde functiemix heeft een aangenaam woon- en leef klimaat gecreëerd. Naast wonen is ruimte voor kantoren, winkels, voorzieningen, recreatie en leisure, toerisme en horeca. Het residentiële kwartier heeft een kosmopolitische uitstraling met een goede quality of life. De stedenbouwkundige uitstraling van het nieuwe stadsdeel is geïnspireerd op de wijk Eixample. In totaal werden 2.048 appartementen ontwikkeld. Deze appartementen waren ten tijde van de spelen al voor ca 60% verkocht (Cordonell, 2002). Daar moet wel een kanttekening bij gezet worden, want de verkoop van appartementen werd gestimuleerd met fiscale voordelen. Veel welgestelde mensen uit Barcelona kochten een appartement als belegging. Deze appartementen werden vervolgens als huurappartement aangeboden.

Het gebied is versterkt met ondersteunende faciliteiten zoals sportfaciliteiten, kinderopvang, medische faciliteiten, commerciële voorzieningen, leisurevoorzieningen, hotelkamers en kantoren.

De mix van functies zorgt voor een aantrekkelijk stedelijke klimaat met voldoende schaal en omvang. Het gebied trekt bezoekers aan van buiten de stad. De interventies hebben gezorgd voor een nieuwe fysieke verschijningsvorm die de perceptie van de bezoeker positief beïnvloed. De positieve beeldvorming heeft geleid tot een positief imago van het totale gebied. De populariteit van Barcelona als vakantiebestemming heeft sinds de Olympische spelen een enorme vlucht genomen.

Het residentiële kwartier is ruim van opzet en biedt voldoende openbare ruimte. De invulling van de openbare ruimte is zorgvuldig ontworpen. De nieuwe rondweg om Barcelona werd ondergronds aangelegd. Boven de ondergrondse infrastructuur ontstond een prachtig parkgebied dat verbonden is met een netwerk van groene plekken in de stad. De architectuur is zorgvuldig gekozen en bestaat uit grote namen uit de internationale architectenwereld. De openbare ruimte dient als ontmoetingsplek. Op dit soort hoogwaardig ingerichte plekken ontstaat sociale menging. (Gold, 2008)

**Michael Phelps** (American Swimmer):

“I wouldn't say anything is impossible. I think that everything is possible as long as you put your mind to it and put the work and time into it.”

Ter vergroting van de beleving van het strand en de zee is een grote boulevard aangelegd met daaraan gekoppeld verschillende leisure functies. De boulevard is het kloppende hart geworden van het Olympisch dorp. Om de levendigheid te waarborgen in het gebied zijn horeca units, shops en leisure faciliteiten aangelegd. De Boulevard bruist van leven, met straatartiesten, dansers en duizenden mensen. De aanwezigheid van de verschillende doelgroepen en het feit dat in het Olympisch dorp altijd wat te beleven valt, heeft de perceptie van bezoekers over het gebied, positief beïnvloed. Het strand is bereikbaar voor iedereen. Niet alleen de rijke doelgroep maar juist een rijke schakering van verschillende stedelijke doelgroepen maken gebruik van het strand.

Bij de aanleg van de Olympische haven stond de transformatie van het gebied tot een kosmopolitische leisure plek in de stad centraal. Functies als horeca en retail zijn toegevoegd om een aantrekkelijke functiemix te creëren die de levendigheid in het



gebied versterken. Nu jaren na de afsluitingsceremonie van de spelen wordt de Olympische haven aangedaan door vele toeristen die de stad per boot bezoeken. Individueel of per cruise (Carbonell, 2002). Het succes van de haven is mede te danken aan de aanwezigheid van horeca, sport en toeristische faciliteiten. Voor de omvangrijke interventie had de haven van Barcelona een louter industrieel karakter. Door het creëren van een rijk en divers stedelijk programma langs de kustzone is het gebied aantrekkelijk geworden voor watersport en cruise toerisme. De fysieke interventies hebben het imago van het gebied zodanig getransformeerd dat het nu een aantrekkelijk gebied is om in te verblijven.

Deze haven werd aangelegd in eerste instantie om de watersporten in natuurwater te kunnen faciliteren. Bij de ontwikkeling en aanleg van de haven streefden de bedenkers naar een Legacy creatie. De haven moest ook na de Olympische spelen gebruikt worden. Tot op de dag van vandaag is de haven een trekpleister voor de watersport toeristen. Er zijn zelfs plannen om de haven in de toekomst verder uit te breiden en de capaciteit te vergroten.

De kracht van Parc de Mar is terug te vinden in de diversiteit en schakering aan functietypen. De verschillende functies zijn in balans en het gebied heeft een aangenaam levendig karakter. De schaalgrootte speelt een belangrijke rol. De schaal en omvang van het gebied maken het mogelijk functies te huisvesten die voldoende aantrekkingskracht hebben niet alleen op lokaal niveau maar juist ook regionaal en (inter)nationaal.

#### **Kwaliteit van de openbare ruimte**

De opzet van de openbare ruimte in Parc de Mar is duidelijk anders dan in andere delen van de stad. Parc de Mar is ruim van opzet. De boulevard heeft bijvoorbeeld een breedte van 30 meter. Overall door het gebied zijn parken en groengebieden aangelegd. De aanleg van het gebied is eenvoudig gehouden en er is zoveel mogelijk ruimte gelaten om activiteiten te organiseren. Iedere dag zijn vele straatartiesten actief op de boulevard aan het strand. Daarmee geeft de openbare ruimte inhoud aan de ambitie een stedelijk en aantrekkelijk leefmilieu te creëren.

In het gebied is een duidelijk onderscheid gemaakt tussen de publiek toegankelijke groenzones en de groenzones die gemeenschappelijk eigendom zijn van de huizenbezitters. Daarmee is het onderhoud van de gebieden goed te overzien. De private eigendommen worden zelfstandig onderhouden door de eigenaren en zijn niet toegankelijk voor bezoekers. De openbare ruimte is het publieke domein. Deze ruimte wordt goed onderhouden. Alle elementen worden periodiek gecontroleerd en defecte of beschadigde onderdelen worden zo snel mogelijk weer vervangen. Periodiek wordt ook het strand schoon gemaakt. Dit is een noodzaak vanwege de vele bezoekers die dagelijks gebruik maken van de faciliteiten.

De perceptie van de gebruikers in het gebied ten aanzien van de attractieve waarde van de openbare ruimte wordt niet alleen bepaald door de interventie ten tijde van de transformatieperiode. Juist ook het beheer en het onderhoud van de openbare ruimte zijn bepalend voor de perceptie van de gebruikers. In Barcelona voert men een intensief beheer en onderhoudsbeleid in de openbare ruimte. Dit zorgt voor een positief imago van het gebied.

Door de ruime opzet en de grote vrijheid ten aanzien van te ontplooiën activiteiten is het gebruik van het openbaar gebied zeer divers. Oude inwoners van de wijk Barceloneta



zitten op een bankje de buurt roddels te bespreken, terwijl jongeren skaten over de boulevard, waar een groepje mensen staat te kijken en te genieten van een optreden van een flamenco band. Alles is mogelijk, alles mag en kan.

### Architectuur

De gekozen architectuur in het gebied is ingetogen. De architectuur geeft het gebied identiteit en onderscheidt zich van de rest van de stad. Het gebied is modern en beschikt over twee moderne hoogbouwcomplexen. Deze vormen een landmark in het gebied.

Er zijn geen iconen gecreëerd. Het gebied is in harmonie en uit zich modernistisch naar de buitenwereld. De gekozen architectuur zorgt ervoor dat zowel lokale bewoners als internationale bezoekers zich thuis voelen.

De boulevard is versierd met een kunstwerk in de vorm van een koperen Vis van de architect Frank Gehry. Dit is een beeldbepalend element op de boulevard.

De gekozen architectuur lijkt in Parc de Mar geen invloed te hebben gehad op de perceptie van de bezoekers.

### Conclusie

De stedenbouwkundige interventies hebben het gebied zichtbaar getransformeerd. Het gebied heeft niet langer een verlaten, verpauperde en industriële uitstraling. Het is getransformeerd in een gebied met een veelheid aan functies, een inspirerende openbare ruimte en prachtige ingetogen architectuur. Het gebied heeft zich gevoegd in het al bestaande stedelijk weefsel. Het is onderdeel geworden van het stedelijk leven. De stad heeft de primaire communicatie goed op orde. Men heeft laten zien dat het gebied ingrijpend is aangepakt.

Het gebied is ongekend populair geworden. De nieuwe functies zijn 17 jaar na afloop van de spelen nog steeds aanwezig in het gebied. Uitbreidingsplannen voor de haven en horecazone liggen in het verschiet. De woonwijken rondom de kustzone zijn ongekend gewild en prijsniveaus zijn de afgelopen jaren enorm gestegen. Het verhaal van het gebied is gaan leven en mensen praten erover. De primaire communicatie bestaande uit de fysieke interventie heeft samen met de promotie tijdens de Olympische spelen gezorgd voor een succesvolle tertiaire communicatie.

De stedenbouwkundige interventies in het gebied hebben een kettingreactie teweeg gebracht. Naast de ingrepen in het Olympisch dorp zijn ook wijken in de directe nabijheid van het Olympisch dorp verder aangepakt.

De succesfactoren in de stedenbouwkundige interventies zijn de volgende:

#### Uitgebalanceerde functiemix

De stedenbouwkundige ingrepen in een stad hebben niet alleen een esthetische waarde, maar ze hebben vooral een sociale waarde. Door een uitgekiend programma aan functies aan te bieden in een gebied is het mogelijk de levendigheid van het gebied te verhogen. De bewoners in het gebied worden voorzien in al hun behoeften. Ze hoeven het gebied niet uit te trekken om deze wensen vervuld te zien. Daardoor is hun betrokkenheid bij hun



woon en leefomgeving erg groot. Dit leidt tot een sociale controle en veiligheid en geborgenheid. Er is aandacht geweest voor een lokale invulling aan functies maar ook voor een internationale allure met bijpassende functies.

Levendigheid in het gebied heeft een attractieve waarde voor veel stedelijke actoren. Parc de Mar voorziet in deze levendigheid en is daarmee in staat gebleken het imago van het gebied te transformeren. Het feit dat alle mensen uit Barcelona hun vrije zondagen doorbrengen op en om de Boulevard geeft aan dat de primaire communicatie heeft geleid tot een tertiaire communicatie en uiteindelijk tot een imagoformatie.

#### Inspirerende openbare ruimte

Het creëren van een aangenaam stedelijk gebied betekent ruimte geven aan gebruikers van het gebied om hun eigen invulling aan het openbare gebied te geven. De openbare ruimte moet een podium zijn voor de verschillende leefstijlen in een gebied. In Parc de Mar is dit opgenomen in het ontwerp van de openbare ruimte. De openbare ruimte vormt hier dan ook een stedelijk toneel dat door veel mensen als zeer aangenaam wordt ervaren. Iedere zondag lopen de mensen van Barcelona over de boulevard om mensen te kijken, om gezien te worden en onderdeel te zijn van een sociaal fenomeen.

Om een imagoformatie succesvol te maken is het ten aanzien van de openbare ruimte belangrijk niet alleen mooie plannen te realiseren, maar ook beheer en onderhoud hebben een grote invloed op de beeldvorming en dus het imago van het gebied.

In Parc de Mar zijn de bedenkers erin geslaagd een geheel nieuw gebied onderdeel te maken van de bestaande stad. Het gebied wordt jaarlijks bezocht door miljoenen mensen. De aantrekkelijkheid van het gebied wordt bepaald door de samenhang van de verschillende stedenbouwkundige interventiegebieden. De functiemix heeft gezorgd voor een veelheid mogelijkheden, de openbare ruimte geeft ruimte aan het uiten van je eigen identiteit. Het is een aangename plek geworden waar mensen graag hun vrije tijd doorbrengen. De architectuur is ingetogen en ondersteunt het gevoel van kwaliteit en luxe.

Lance Armstrong  
(American cyclist):

“Winning is about heart, not just legs. Its got to be in the right place”

#### 4.5.3 Infrastructuur interventies

De infrastructurele interventies ten tijde van het realiseren van de Olympische gebiedsontwikkeling zijn gericht op het slechten van bestaande fysieke barrières en het creëren van nieuwe barrières te voorkomen. Het creëren van een duurzame verbinding tussen het Olympisch dorp en de bestaande stad heeft in Barcelona voldoende aandacht gekregen. Deze duurzame verbinding is essentieel om het gebied bereikbaar te maken en te houden voor de toekomst. Een goede bereikbaarheid van het gebied draagt bij aan het positieve imago van het gebied.

De bestaande barrière, een uitgebreid spoorwegennet dat de haven verbond met de regio, moest worden opgeheven. Een nieuwe dreigende barrière vormde de toekomstige infrastructurele aanhaking op de stad. Het bestaande spoorwegennet is omgelegd. Het traject is verplaatst naar een ander gedeelte van de stad en is ondergronds aangelegd om te voorkomen dat een nieuwe barrière voor de toekomst ontstaat.



In deze paragraaf worden de infrastructuur interventies besproken die hebben plaatsgevonden in het kader van de Olympische gebiedsontwikkeling. Zoals vastgesteld in het theoretisch kader bestaan infrastructuur interventies uit de volgende interventiegebieden:

- ◆ Diversiteit mobiliteit;
- ◆ Efficiëntie mobiliteit;
- ◆ Perceptie mobiliteit.

### Diversiteit mobiliteit

Barcelona was een stad die afgekeerd lag ten opzichte van de zee. Het huidige Parc de Mar lag met haar rug tegen de zee en was slecht ontsloten met de stad. Het gebied strekt zich vanaf de haven uit tot het noord oostelijk gedeelte van de stad. De gehele zone ligt daarmee a symmetrisch ten opzichte van de bestaande stedelijke structuur. Rondom het gebied hebben in het verleden woningbouwontwikkelingen plaatsgevonden. Met name in wijken als Barceloneta en verder langs de randen van het voormalige industriegebied. De ligging van deze woonwijken was voor de Olympische gebiedsontwikkeling geïsoleerd ten opzichte van de rest van de stad.

De Olympische investeringen in infrastructuur waren gericht op het aanbrengen van diversiteit in mobiliteit. Parc de Mar is aangesloten op het uitgebreide ondergrondse metronetwerk van de stad. Vervoersmogelijkheden over de weg zijn eveneens aangelegd. Busverbindingen werden ingesteld om de bestaande stad bovengronds met het nieuwe zeefront te verbinden. Fiets- en loop verbindingen kregen een centrale en prominente plaats in de transformatie. Er is een langgerekte boulevard gecreëerd. Deze boulevard is verbreed aangelegd en vormt tegenwoordig een prachtig stedelijk decor, waar mensen elkaar ontmoeten, straatartiesten hun kunsten vertonen en mensen sporten en recreëren.

De bereikbaarheid van de stad is verbeterd door de aanleg van een ringweg rondom de stad. Deze ringweg verbindt alle Olympische hoofdlocaties met elkaar. Ter plaatse van het Olympisch dorp is deze ringweg ondergronds aangelegd zodat geen nieuwe barrière gecreëerd is tussen de stad en de zee. De aangelegde infrastructuur zorgt voor een nieuwe wijk die goed is opgenomen in en is aangetakt op de bestaande stad. De aanknopng van het gebied op het lokale netwerk is daarmee gezekerd. De regionale, nationale en internationale verbinding op vervoersnetwerken is eveneens gecreëerd. Barcelona heeft een nieuwe luchthaven gekregen. Deze luchthaven is perfect bereikbaar via de rondweg van de stad.

Parc de Mar is door deze ingrepen aangehaakt aan een knooppunt van mobiliteitstromen. Mobiliteit is mogelijk bovengronds door middel van buslijnen, autoverkeer, fiets en looproutes. Ondergronds is de stad aangehaakt op een uitgebreid metronetwerk. Voetgangers en fietsers kunnen ongemoeid hun weg vinden in het gebied. Er is bijna geen menging met doorgaand verkeer. Daarmee zijn regionale vervoersstromen strikt gescheiden van het lokale verkeer.

De infrastructurele interventies hebben gezorgd voor een duurzame verbinding met de stad. Een verbinding die zowel op regionaal als op lokaal niveau zorgt voor een uitstekende bereikbaarheid. Juist deze optimale bereikbaarheid heeft ervoor gezorgd dat het gebied door veel mensen bezocht wordt. Alle beoogde klantgroepen (bewoners, bedrijven bezoekers en investeerders) zijn terug te vinden in het gebied. De infrastructuur en dus de bereikbaarheid van het gebied hebben ervoor gezorgd dat het



gebied bezoekbaar werd. Doordat klantgroepen het gebied hebben bezocht is hun perceptie van het gebied bijgesteld. Immers het gebied was zichtbaar getransformeerd. Deze transformatie behorend tot de primaire communicatielijn heeft zich doorgezet naar een tertiaire communicatie. Mensen praten over het gebied en dat lokt andere nieuwsgierige klantgroepen naar het gebied.

De aanleg van hoogwaardige infrastructuur heeft het ontstaan van een nieuwe barrière voorkomen. De aanhechting op het bestaande stedelijke netwerk is daarmee perfect gefaciliteerd. De loopafstand tussen de oude stad met haar Ramblas naar de Boulevard van Port Olympic is een aantal kilometer. Desondanks weten de mensen het gebied te vinden en is de boulevard iedere zondag een geliefde plek voor veel mensen uit Barcelona.

De perfecte bereikbaarheid op lokaal en regionaal niveau heeft eveneens gezorgd voor de vestiging van diverse grote internationale ondernemingen. Het beste voorbeeld daarvan is Hotel Arts dat zich heeft gevestigd in een bijzondere landmark in Parc de Mar. Barcelona heeft zich ontdaan van haar industriële imago en is een global city geworden. Het is een concurrerende stad op het gebied van financiële dienstverlening, handel, media en entertainment, kunst en retail (Loughborough University, 2009).

### **Efficiëntie mobiliteit**

Parc de Mar is duurzaam verbonden met de stad, zonder dat een nieuw hoofdknooppunt in mobiliteit is gecreëerd. De wijk wordt bediend door 1 metrolijn en twee buslijnen. Daarnaast wordt het gebied ondergronds doorkruist door de rondweg om Barcelona. De metrolijn die het gebied verbindt met de rest van de stad is in 4 stops op één van grootste openbaar vervoersknooppunten van de stad: Passeig de Gracia.

Parc de Mar heeft een ruime stedenbouwkundige opzet gekregen en loopafstanden zijn vrij groot. Daarnaast is het gebied decentraal gelegen ten opzichte van de rest van de stad. Waardoor de loop en fiets afstand aanzienlijk is. Desondanks is men erin geslaagd het gebied voldoende attractiviteit te geven. De beeldvorming van klantgroepen is niet negatief beïnvloed door de inefficiënte ligging van het gebied ten opzichte van de stad.

De boulevard en de daaraan gekoppelde functies is een belangrijke bestemming geworden in de stad. De bestemming en de uniciteit van het gebied hebben voldoende aantrekkingskracht om ondanks de lange loopverbindingen toch een tertiaire communicatie op gang te brengen. De efficiëntie van de mobiliteit is hier niet optimaal te noemen. Dit blijkt echter geen belemmering te zijn voor de gebruikers van het gebied.

### **Perceptie mobiliteit**

Parc de Mar beschikt over een grote diversiteit van mobiliteit. Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat Barcelona te kampen heeft met grote verkeerscongestie waardoor het vervoer over de weg minder snel verloopt dan bijvoorbeeld een ondergrondse metroverbinding.

Door de aanleg van de ondergrondse metroverbinding is de perceptie van veel bezoekers in het gebied zeer positief ten aanzien van reisafstand. Dit terwijl de fysieke afstand tot het hart van de stad circa 4 km is. Doordat de metrohalte gelegen is direct aan de boulevard is tevens het gevoel gegeven dat je vanuit de metro rechtstreeks het strand kunt oplopen. Dit heeft mede geleid tot het terugdringen van het autogebruik voor het strandbezoek.



## Conclusie

Door de aanleg van de benodigde infrastructuur zijn beloften waargemaakt. De kust werd bereikbaar voor alle inwoners van Barcelona. Samen met de milieukundige interventies werden de infrastructuur interventies aangelegd voor de uiteindelijke stedenbouwkundige interventies. De aanleg van hoogwaardige mobiliteitsystemen vormden een grote aanslag op de haalbaarheid van de business case. Desondanks heeft de stad woord gehouden en is de stad duurzaam verbonden met Parc de Mar.

De infrastructuur heeft gezorgd dat mensen met eigen ogen konden aanschouwen dat de plek aan het veranderen was. Het strand werd bereikbaar voor veel mensen. Niet alleen de rijke doelgroep maar juist een rijke schakering van verschillende stedelijke doelgroepen maken gebruik van het strand. Het zichtbaar maken van de veranderingen heeft een grote weerslag gehad op de perceptie van de stedelijke actoren op de locatie. De zichtbare fysieke interventies hebben gezorgd dat de beeldvorming van de stedelijke actoren positief werd beïnvloed. Het feit dat de infrastructuur interventies plaatsvonden bij aanvang van de gebiedsontwikkeling heeft het publiek vertrouwen gegeven in de daadkracht van de stad.

De barrières zijn opgeheven en het gebied is opgeschoond. Pas daarna volgden de grootschalige stedenbouwkundige interventies.

Uit de casestudie blijkt voorts dat het van belang is de stad op een duurzame wijze te verbinden met de Brownfield. De diversiteit aan mobiliteit is daarbij van zeer groot belang. Daarbij is het niet essentieel om een nieuw vervoersknooppunt te maken maar wel om een efficiënte verbinding te creëren met de rest van de stad. De bereikbaarheid van een locatie zorgt ervoor dat de stedelijke actoren gebruik kunnen maken van de

Russell Mark (Australian, shooter):

“The Olympic games is the ultimate level of competition”

geboden faciliteiten. Alvorens mensen bereid zijn te investeren in een locatie moeten ze ervaren hoe het is om in het gebied te leven en recreëren. Deze ervaring creëert een positief imago voor het gebied. Het positieve imago leidt tot investeringsbereidheid.

Opvallend aan de case Barcelona is de startpositie van de stad en haar houding ten opzichte van de Olympische gebiedsontwikkeling. Voorafgaand aan de definitieve planvorming heeft de stad de Legacy voor de stad bepaald. De Olympische gebiedsontwikkeling heeft vanaf de eerste plannen in het teken gestaan van de stedelijke vernieuwing en het versterken van de concurrentiepositie van de stad. Deze strategie heeft ervoor gezorgd dat er niet gekozen werd voor Quick Gains, maar juist de lange termijn en kwaliteitsoplossingen de voorkeur kregen.

Het publiek heeft dit signaal opgevangen en dat heeft zijn doorwerking gehad in de imago-transformatie van het gebied. De beloften werden waargemaakt.









## 5 Case Sydney

Bij het selecteren van de casestudies stond de Olympische gaststad Sydney hoog op het wensenlijstje. Sydney was in 2000 Olympische gaststad. De Olympische gebiedsontwikkeling is gerealiseerd op een voormalige vuilstortplaats. Helaas is het vanwege financiële en planningstechnische overwegingen niet mogelijk gebleken Sydney als volledige cases mee te nemen in het onderzoek.

Desondanks heeft deskresearch en een beperkte input van een aantal Australische experts op het gebied van de Olympische gebiedsontwikkeling in Sydney, een aantal interessante bevindingen opgeleverd. In deze paragraaf worden de onderzoeksresultaten weergegeven.

In paragraaf 5.1 wordt kort de context van het Olympische bid van Australië geschetst. In paragraaf 5.2 worden de aspecten van de Olympische gebiedsontwikkeling uiteengezet aan de hand van de interventiegebieden van het theoretisch kader. Tot slot wordt in paragraaf 5.3 een korte vergelijking gemaakt tussen de Olympische gebiedsontwikkeling van Barcelona naast die van Sydney.

### 5.1 Het Australische bid voor de Olympische spelen

In deze paragraaf wordt beknopt de context voor het Australische bod beschreven.

Australië is een fanatiek sportland. Sinds het eerherstel van de nieuwe Olympische spelen, heeft Australië voor alle Olympische spelen topsporters afgevaardigd om het land te vertegenwoordigen. Ook ten tijde van economische crisis bleef het land investeren in haar sportcultuur (Gold, 2008). Deze toewijding aan de sport, was eveneens de aanleiding om een aantal keren te proberen dit grootste evenement binnen te halen.

Brisbane deed een onsuccesvol bid voor de spelen 1992 en Melbourne deed een nieuwe poging in 1996. De poging van Sydney voor de Olympische spelen van 2000 werd echter bekroond met een positief antwoord van het Olympisch comité.

Sydney is de grootste stad van Australië met een huidig inwonertal van 4,34 mio inwoners (Wikipedia, cijfers 2008). Sydney is de hoofdstad van de staat New South Wales en is gelegen aan de zuidoost kust van Australië. Sydney is een relatief welvarende stad met een goede economische basis.

Sydney heeft de transitie van industrie gerelateerde arbeid naar dienstverlening goed doorstaan. De economie heeft een brede basis en Sydney wordt gezien als een wereldstad van formaat. In de stad hebben zich een aantal zeer belangrijke pijlers van de Australische economie gevestigd. Zo beschikt de stad over “The Australian Securities Exchange” en “the Reserve Bank of Australia”. Daarnaast zijn 90 hoofdkantoren van internationale banken gevestigd in de stad en meer dan 50% van Australische top bedrijven heeft een vestiging in de stad. (Wikipedia, cijfers 2008)



Australië wilde graag gastland worden voor de Olympische spelen. Na twee onsuccesvolle bids namen zij het voor het kandidatuurschap van 2000 op tegen Beijing. China had te kampen met problemen op het gebied van mensenrechten. 3 jaar voor de beslissing van het IOC ontstond een rel op het gebied van mensenrechten. Sydney besloot mee te doen en had gekozen voor het thema multiculturele samenleving. Daarin stond de samenleving van de blanken met de Aboriginals centraal.

De Australische bevolking stond massaal achter de Olympische ambitie. Dit draagvlak zorgde voor mankracht en investeringsvermogen. De culturele achtergrond van het land zou in een culturele parade voor het voetlicht van de wereld gebracht worden.

Naast het multiculturele aspect van de Australische cultuur gingen de Olympische spelen van Sydney ook de boeken in als “The Green games”.

## 5.2 Olympische gebiedsontwikkeling

Deze paragraaf zoomt in op de Olympische gebiedsontwikkeling van Sydney ten tijde van de realisatie van de Olympische faciliteiten. In eerste instantie worden de Olympische plannen in haar algemeenheid toegelicht. Daarna volgt een uitwerking van de interventiegebieden zoals deze zijn voorgekomen uit het theoretisch kader van hoofdstuk 3.

### 5.2.1 Sydney en de Olympische spelen

De Olympische gebiedsontwikkeling van Sydney heeft een duidelijke focus op de Olympische gebruiker. Het organiserende comité wilde uitblinken op het gebied van het faciliteren van de Olympische sporter. Er lag geen stedenbouwkundige problematiek ten grondslag aan het bid. De stad was voor de Olympische spelen een economisch succesvolle stad met een positief imago.

De Australische overheid had Homebush Bay geselecteerd als kansvol Olympisch gebied. Homebush bay had een industrieel karakter. De bodemvervuiling heeft een negatieve invloed gehad op de perceptie van de inwoners van Sydney. Om het gebied te transformeren naar een gezond en sportief verblijfklimaat was een imago-transformatie noodzakelijk. Sydney heeft de imago-transformatie niet integraal onderdeel gemaakt van de planvorming. De transformatie-opgave heeft gezorgd voor een aantal fysieke interventies, maar de duidelijke focus van primaire imago-communicatie ontbrak. De stad ging ervan uit dat de secundaire communicatie aan de hand van de promotionele activiteiten van de Olympische spelen de imago-transformatie voldoende konden waarborgen.

**Michael Diamond**  
(Australian, shooter):

“Representing Australia as an Olympian at Barcelona in 1992 and Atlanta in 1996 were the proudest moments of my sporting career”



Met het winnen van het Bid zou het gebied worden getransformeerd tot een eerste klas sportfaciliteit gelegen naast een nieuwe buitenwijk van Sydney. Het Olympisch bid bestond uit de volgende beloften:

- ◆ Een gecentraliseerde opzet van alle Olympische faciliteiten in het Sydney Olympic Parc;
- ◆ Slechts een beperkt aantal Olympische faciliteiten werd buiten dit gebied gerealiseerd maar de maximale reisafstand bedroeg 30 minuten;
- ◆ Het Olympisch dorp werd direct naast het Olympisch park gerealiseerd;
- ◆ Er was een focus op de behoeften van de atleten;
- ◆ De gebiedsontwikkelingen zouden een duurzame en groene investering zijn.

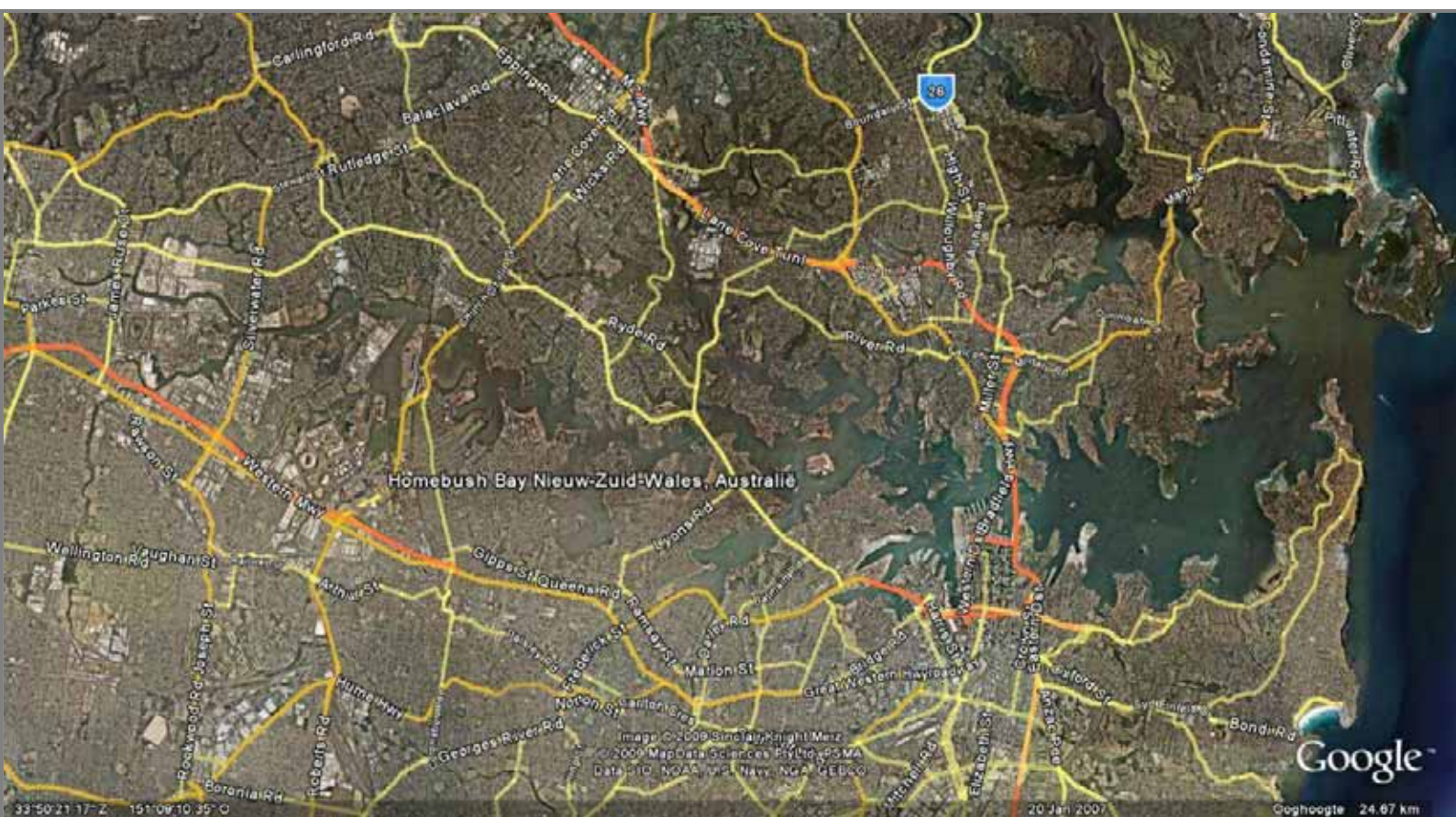


Foto: Sydney en Sydney Olympic Parc in voormalig Homebush bay (bron: Google earth)

### 5.2.2 Sydney Olympic Parc

Het Sydney Olympic Parc is gelegen in Homebush bay. Homebush bay was ooit een prachtig natuurgebied met een unieke habitat voor waardevolle flora en fauna. Het gebied was echter in het begin van de 19<sup>e</sup> eeuw ingelijfd door industriële activiteiten. Deze activiteiten hebben gezorgd voor een ernstige bodem- en waterverontreiniging. (website: [www.sydneyolympicpark.com](http://www.sydneyolympicpark.com), 2009)

De bodemverontreiniging heeft een negatieve impact gehad op het imago van het gebied. Homebush bay ligt op circa 14 km afstand van het centrum van Sydney. Het



gebied is ingericht als wedstrijdlocatie met direct daarnaast gelegen het Olympisch dorp. De focus van de gebiedsontwikkeling lag op het creëren van state of the art sportfaciliteiten. De eindgebruikers, de inwoners van Sydney, zijn niet in alle facetten meegenomen in de ontwerpafwegingen. Daarnaast werd met de gebiedsontwikkeling wel een imago-transformatie van het gebied beoogd. In de planvorming was geen bewuste focus op de condities voor imago-transformatie.

### 5.3 Toetsing theoretisch kader

In deze paragraaf wordt de toetsing van het theoretisch kader uitgevoerd op de Olympische gebiedsontwikkeling in Sydney Olympic Parc. De toetsing behandelt de drie belangrijkste interventiegebieden voor de primaire communicatie in imago-transformatie van een Brownfield locatie. Achtereenvolgens komen aan bod:

- ◆ Milieukundige interventies;
- ◆ Stedenbouwkundige interventies;
- ◆ Infrastructuur interventies.

Cathy Freeman  
(Australian, Athlete):

“My last real race was  
at the Olympics in  
Sydney 2000”

#### 5.3.1 Milieu interventies

Sydney Olympic Parc was voor de Olympische gebiedsontwikkeling gedeeltelijk vuilstort en gedeeltelijk industrieterrein. De bodemverontreiniging in het gebied was groot. De aanwezigheid van het vuilstort zorgde voor een zichtbare vervuiling in het gebied. Deze zichtbare vervuiling had een negatieve beeldvorming tot gevolg, waardoor het imago van het gebied negatief was.

Door de Olympische gebiedsontwikkeling is het vuilstort gedeeltelijk afgegraven en aangevuld met schone grond. De achtergebleven grond werd ingekapseld en afgedekt. De vervuilde grond werd verwerkt in het landschappelijk ontwerp van het gebied. Deze ingreep creëerde een zichtbare transformatie van het gebied. Deze milieu-interventie heeft het imago van het gebied positief beïnvloed.

In het gebied waren diverse hoogspanningsmasten aanwezig. Om te voorkomen dat deze het toekomstig gebruik van het terrein inperkten werden deze hoogspanningsmasten ondergronds aangelegd.

De gekozen milieu-interventies zijn uitgevoerd met een duurzaam karakter. In 2000 was het maatschappelijke bewustzijn nog steeds niet prominent in de samenleving voelbaar. Echter met het “groene” thema zijn milieu interventies op een duurzame wijze uitgevoerd. Gezien het feit dat het milieu en duurzaamheid in die tijd nog geen enorme maatschappelijke discussie vormde, hebben deze “groene en duurzame investeringen” geen effect gehad op de imago-transformatie.

In Sydney heeft men niet bewust ingezet op het verbeteren van de gezondheidsomstandigheden door het verbeteren van de luchtkwaliteit en de geluidsoverlast.



## Conclusie

De milieu-interventies die een zichtbaar effect hebben gehad op de verschijningsvorm van het gebied hebben bijgedragen aan het bewerkstelligen van de imago-transformatie. In het geval van Sydney was dit de aanpak van de bodemverontreiniging.

### 5.3.2 Stedenbouwkundige interventies

Nog voor het indienen van het Bid is het internationaal Aquatic centrum voor zwemsport en schoonspringen gerealiseerd. Alle overige Olympische stadions zijn gerealiseerd in hetzelfde Olympische park. Slechts enkele stadions zijn buiten het park aangelegd. Hiermee is een sportgebied gecreëerd waar in de toekomst evenementen, sportevenementen en andere grote publieke bijeenkomsten kunnen worden gefaciliteerd. (Searle, 2009)

Het Sydney Olympic Parc is ingericht met functies die gericht zijn op sporten en leisure. Het gebied is er niet in geslaagd een levendigheid te bereiken. De functiemix is te beperkt. Daarnaast is het Olympic Parc gelegen op 14 km van het stadscentrum van Sydney. Om dit gebied geslaagd te transformeren tot een aantrekkelijk stedelijk gebied moeten de geboden faciliteiten de moeite waard zijn en voldoende onderscheidend karakter hebben ten opzichte van faciliteiten in de stad. Sydney is er niet in geslaagd het Olympic Parc tot een bestemming te maken. Het gebrek aan stedelijke diversiteit heeft hier een groot aandeel in. De beeldvorming van de bezoekers van het terrein is niet van dien aard dat ze daar na afloop van het bezoek over verder praten met andere potentiële bezoekers. Er is geen tertiaire communicatie op gang gekomen.

Alle stadions zijn van hoogwaardig technisch niveau, waarbij eveneens veel aandacht is besteed aan duurzaamheid. De architectonische kwaliteit van de gebouwen is ambitieus. De openbare ruimte is zorgvuldig ingericht met toepassing van hoogwaardige materialen.

## Conclusie

Het gebrek aan stedelijke diversiteit heeft een negatief effect gehad op de imago-transformatie in het gebied. Sydney heeft gekozen voor hoogwaardige architectuur en de openbare ruimte is met veel zorg ontworpen. Desondanks zijn deze condities niet in staat het gebied attractieve waarde te geven. De fysieke interventies uit de primaire communicatielijn zijn niet voldoende ingezet. Ondanks de ondersteuning van de promotionele activiteiten tijdens de Olympische spelen heeft zich geen imago-transformatie voltrokken in het gebied.



### 5.3.3 Infrastructuur interventies

In het gebied waren voor de Olympische gebiedsontwikkeling geen infrastructurale voorzieningen aanwezig. Deze zijn later aangelegd. Alle Olympische accommodaties zijn gelegen aan een centrale Olympic Boulevard. Deze Boulevard is de belangrijkste verbindingsweg tussen de transportfaciliteiten en de sportfaciliteiten. (Gold, 2008)

**John Coates** (Australian):

“The Olympic funding boost did wonderful things for Sydney”

De Boulevard mondde uit in een prachtig plein het Olympic Plaza. Deze Plaza kan grote stromen bezoekers opvangen en diende tijdens de spelen ook als ontmoetingsplek. Er is veel aandacht besteed aan de inrichting van de ruimte met mogelijkheden voor recreatie.

Het openbaar vervoersysteem is hoogwaardig en is aangesloten op het bestaande stedelijke spoornetwerk. Het geboden openbaar vervoer is snel en comfortabel. Busparkings zijn ingericht zodat snel en efficiënt mensen per bus over de weg kunnen worden vervoerd van en naar de stad. Vervoer over het water is eveneens mogelijk door middel van een bootverbinding met aanlegsteiger tussen de stad en het Olympic Parc. (website: [www.sydneyolympicpark.com](http://www.sydneyolympicpark.com), 2009)

Sydney is erin geslaagd een diversiteit aan mobiliteit te creëren. Ondanks de decentrale ligging ten opzichte van de binnenstad van Sydney heeft men er alles aangedaan om hoogwaardig openbaar vervoerverbindingen te creëren met de stad. Er zijn 4 metrolijnen aangelegd die het Olympic Parc een directe toegang geven tot de belangrijkste delen van de stad. Het nadeel van de decentrale ligging is echter ook het feit dat het door deze ligging buiten de stad nooit echt een onderdeel zal worden van de stad.

Voor voetgangers en fietsers is zorgvuldig uitgeruste infrastructuur aangelegd. Fly-overs zijn aangelegd om menging van langzaam en snel verkeer te voorkomen.

## Conclusie

De stad heeft geïnvesteerd in het creëren van een goede bereikbaarheid van het gebied. Desondanks heeft deze infrastructuur niet gezorgd voor een attractieve waarde in het gebied. Het gebrek aan uniciteit van de bestemming heeft ervoor gezorgd dat het gebied niet of nauwelijks bezocht wordt. De infrastructurale interventies zijn ondanks hun optimale ontwerp niet in staat de imago-transformatie te laten plaatsvinden.

## 5.4 Conclusie

De fysieke interventies in het Olympic Parc zijn uitgevoerd met een andere focus dan het creëren van een imago-transformatie. De primaire focus is gericht op het creëren van hoogwaardige sportfaciliteiten en het verregaand doorvoeren van de het Groene thema.

De Olympische gebiedsontwikkeling was in tegenstelling tot de decentrale aanpak van Barcelona, gecentraliseerd in het Olympic park. Het Olympic Parc is gelegen op een





voormalig industrieel en afval stort gebied in Homebush Bay. Homebush Bay ligt op circa 14 kilometer van de binnenstad van Sydney (Cashman, 2006).

Om het gebied bereikbaar te maken voor de Olympische spelen is veel aandacht besteed aan de infrastructurele interventies.

Op het gebied van functiemening heeft de Olympische gebiedsontwikkeling te weinig gebruik gemaakt van programmatische diversiteit. In de aanloopjaren van de exploitatie van het Olympisch park, na afloop van de Olympische spelen, had het gebied weinig levendigheid. Inmiddels is een organisatie belast met het toevoegen van functies in het gebied. Tevens wordt meer aandacht besteed aan de programmering van de sportfaciliteiten. Door meer evenementen te organiseren krijgt het gebied ook meer bekendheid.

De strikte scheiding van wonen en leisure in het gebied hebben eveneens niet bijgedragen aan een levendigheid. Daardoor zijn de prachtige boulevard en Plaza vaak stil en verlaten.

Uit bovenstaande kan worden opgemaakt dat de fysieke interventies gericht op imagoformatie op een integrale wijze moeten worden opgenomen in de planvorming. Het gebrek aan stedelijke diversiteit heeft het gebied te weinig attractieve waarde oplevert, waardoor de interventies op milieugebied en infrastructureel gebied niet optimaal benut zijn. In Sydney Olympic Parc heeft zich geen imagoformatie voltrokken. De populariteit van het gebied is minimaal. Tertiaire communicatie is niet op gang gekomen. Hieruit kan worden afgeleid dat de primaire communicatie en de juiste condities van groot belang zijn voor het tot stand brengen van de imagoformatie.

Juan Antonio  
Samaranch (IOC president  
at Sydney 2000):

“I am proud and happy  
to proclaim that you  
have presented to the  
world the best Olympic  
games ever”





## 6 Synthese en conclusies

Dit hoofdstuk staat in het teken van de confrontatie tussen het theoretisch kader en de bevindingen uit de praktijk. In paragraaf 6.1 wordt de doelstelling en de onderzoeksvraag van het onderzoek kort samengevat. Paragraaf 6.2 is een samenvatting van het theoretisch kader. Dit theoretisch kader vormt het theoretische antwoord op de centrale onderzoeksvraag. In paragraaf 6.3 worden aan de hand van de verschillende interventiegebieden conclusies getrokken uit de confrontatie tussen theorie en praktijk. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met algemene conclusies in paragraaf 6.4

### 6.1 Doelstelling en vraagstelling van het onderzoek

In deze paragraaf komen de doelstelling en vraagstelling uit hoofdstuk 1 aan bod. Het theoretisch kader uit paragraaf 6.2 is het antwoord dat volgt uit de doelstelling en vraagstelling van dit onderzoek.

#### Doelstelling

“Het doel van het onderzoek is meer inzicht te krijgen in mogelijke **katalyserende werking** van de Olympische spelen voor **imagoformatie**, voor complexe **Brownfield ontwikkelingen**.

door

op basis van bestudering van twee voormalige Olympische gaststeden, kennis te krijgen over **condities** die de **imagoformatie** tot stand brengen.”

#### Vraagstelling

De centrale vraagstelling van dit onderzoek is:

“Onder welke condities brengt het organiseren van de Olympische spelen een imagoformatie op gang in gebiedsontwikkeling op Brownfield locaties?”

### 6.2 Theoretisch kader

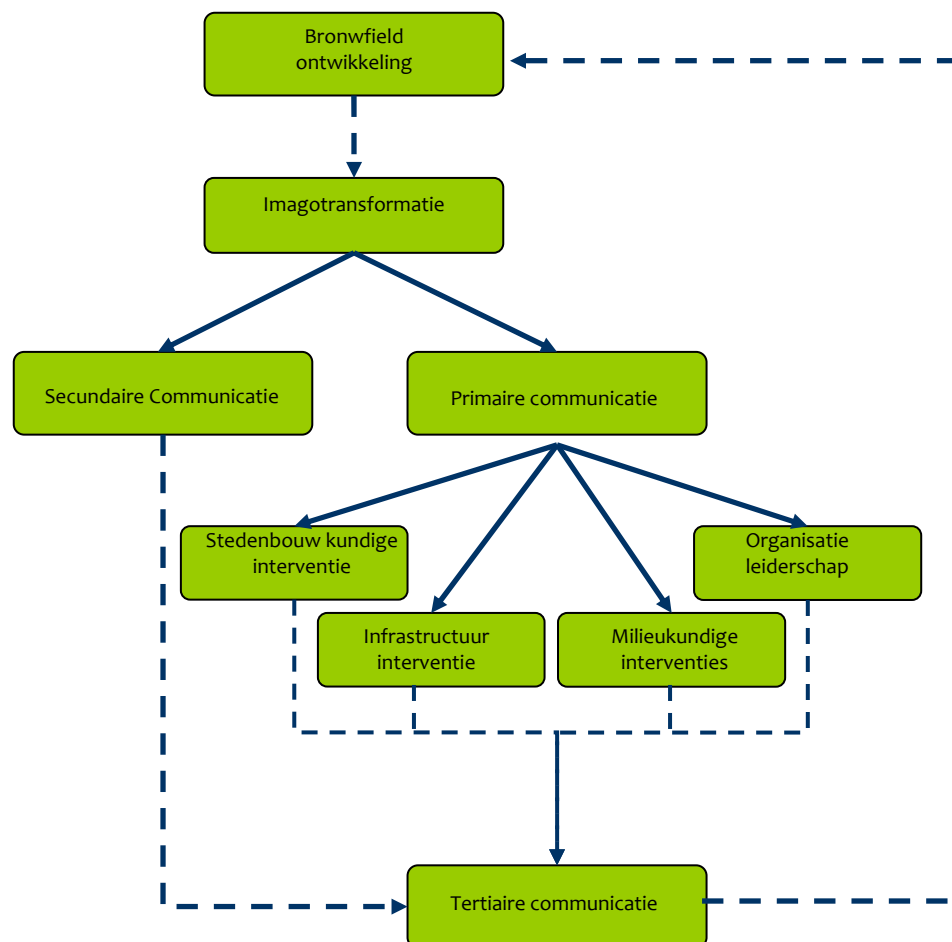
Uit het literatuuronderzoek blijkt dat Brownfield ontwikkelingen het meest gebaad zijn bij het stimuleren van marktvaart. Brownfield ontwikkelingen kenmerken zich door het gebrek aan vraag bij de start van het proces. Door het vaak slechte en negatieve imago van dergelijke gebieden, is vanuit de markt geen interesse om zich te vestigen of te investeren in een gebied in de eerste stadia van realisatie. De markt zoekt naar zekerheid



dat het gebied zich bewijst en dat beloften worden waargemaakt. Een transformatie van het negatieve imago naar een positief imago is daarbij een vereiste.

Imagotransformatie is daarmee een zeer belangrijke randvoorwaarde en succesfactor voor Brownfield ontwikkeling. Uit onderzoek is gebleken dat de Olympische spelen en Olympische gebiedsontwikkeling, in staat zijn imagotransformaties te laten plaatsvinden.

Kavaratzis heeft een theoretisch model gebouwd voor imagotransformaties van steden. Door dit model aan te passen aan de specifieke problematiek van Brownfield locaties wordt een geschikt imagotransformatie model voor Brownfield ontwikkeling ontwikkeld. (zie figuur 6.1)



Figuur 6.1: Brownfield imagotransformatie

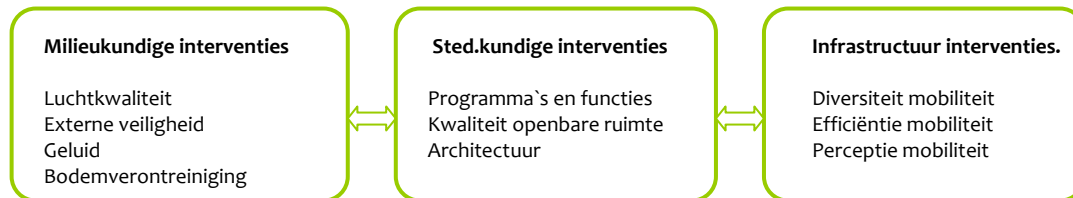
Imagotransformatie komt tot stand door een samenspel van drie soorten communicatie. Primaire communicatie is gericht op de fysieke transformatie in het gebied en het zichtbaar maken van de veranderingen. Secundaire transformatie bestaat uit voornamelijk het uitzenden van promotionele boodschappen. De tertiaire communicatie ontstaat uit de primaire en secundaire communicatie en leidt uiteindelijk tot een imagotransformatie. Tertiaire communicatie vertelt het verhaal van het gebied van mond tot mond. Deze vorm van communicatie is niet direct beïnvloedbaar.

De imagotransformatie start door het plegen van fysieke interventies in het gebied. Dit onderzoek richt zich op de fysieke aspecten van imagotransformatie. De primaire



communicatie is daarbij het meest van belang. Primaire communicatie kent 3 interventiegebieden en een organisatorische conditie.

Het onderzoek richt zich op de hardware bij de gebiedsontwikkeling en dus op de drie interventiegebieden. Ter beantwoording van de hoofdonderzoeksvraag zijn de fysieke condities voor imago-transformatie weergegeven in figuur 6.2.



Figuur 6.2: *Conditie voor Olympische Legacy als inzet voor imago-transformatie op Brownfield locaties*

### 6.3 Conclusies

De condities voor imago-transformatie zijn getoetst aan de praktijk. In deze paragraaf worden de conclusies uit deze toetsing weergegeven per interventiegebied. In paragraaf 6.4 worden de algemene conclusies besproken en worden tevens verbanden gelegd tussen verschillende interventiegebieden.

#### 6.3.1 Milieukundige interventies

Milieukundige problematiek is aanwezig op alle Brownfield locaties wereldwijd. Een milieukundige interventie is noodzakelijk om een transformatie van het gebied mogelijk te maken. Om bij te dragen aan de imago-transformatie is het van belang om de negatieve milieuaspecten van een locatie te neutraliseren. De zichtbare vervuilingen leiden tot een negatief imago. Door zichtbare milieu-interventies te plegen in een gebied wordt de beeldvorming positief beïnvloed.

Ten tijde van de gebiedsontwikkeling in Barcelona en Sydney werd het maatschappelijke debat rondom duurzaamheid en milieu nog niet of nauwelijks gevoerd. Sydney had duurzaamheid als thema gekozen voor het Olympische bid. Desondanks was er maatschappelijk gezien nog geen interesse voor het thema. De verwachting is dat de bewustwording rondom milieu en duurzaamheid zich de komende jaren verder zal ontwikkelen. Dit vraagt om hoogwaardige oplossingen. Het milieu interventiegebied zal steeds meer aan belang winnen.

Zichtbare milieu interventies dragen bij aan de primaire communicatie voor imago-transformatie.



### 6.3.2 Stedenbouwkundige interventies

De stedenbouwkundige situering van beide cases is verschillend van aard. De gebiedsontwikkeling van Barcelona maakt deel uit van de stedelijke structuur van Barcelona. De Olympische gebiedsontwikkeling van Sydney is gelegen 14 km buiten het stadscentrum. Daardoor is het gebied niet opgenomen in de stedenbouwkundige structuur van de stad.

De stedenbouwkundige interventies worden beschreven aan de hand van de condities.

#### Programma en functies

Barcelona is erin geslaagd door een gediversifieerd programma een levendig stedelijk gebied te creëren. Dit brengt met zich mee dat veel diversiteit ontstaat in het type gebruikers. Deze diversiteit vinden we terug in de binnenstad van Barcelona, maar ook in het Parc de Mar gebied. Het is de kracht van het gebied, het maakt het gebied interessant. De levendigheid in het gebied heeft gezorgd voor een hoge attractieve waarde. De primaire communicatie heeft uitstekend gewerkt voor de imago-transformatie. De attractieve waarde heeft eveneens gezorgd voor tertiaire communicatie. Daarmee heeft het gebied een succesvolle imago-transformatie ondergaan.

In Sydney is het gebied voornamelijk opgebouwd uit sportfaciliteiten en leisure voorzieningen. Stedelijke diversiteit ontbreekt waardoor ook de levendigheid in het gebied ontbreekt. Het Olympisch dorp is weliswaar direct naast Parc Olympic gelegen, integratie van gebruik heeft niet plaatsgevonden. Door de functiescheiding is dit gebied minder aantrekkelijk om te verblijven. De nieuwe strategie van de beheerders van Parc Olympic is erop gericht de levendigheid in het gebied terug te brengen. Dit vergt nu jaren na dato hoge investeringen en grootschalige wijzigingen in de bestaande structuur. Het gebrek aan stedelijke diversiteit heeft niet geleid tot levendigheid in het gebied. Het gebied is geen unieke bestemming, waardoor maar weinig mensen gebruik maken van de faciliteiten. Imago-transformatie heeft niet plaatsgevonden vanwege het gebrek aan stedelijke activiteit. Het gebied heeft geen verhaal.

Uit bovenstaande kunnen we concluderen dat een functiemening en het diversifiëren van het programma een essentiële conditie is voor een imago-transformatie.

#### Kwaliteit openbare ruimte

De openbare ruimte is het visitekaartje van een stad. De openbare ruimte bepaalt in grote mate hoe stedelijke actoren naar een stad kijken. Daarbij zijn niet alleen de plannen op de tekentafel van belang, maar ook de kwaliteit van de uitvoering en de beheersaspecten tijdens de exploitatieperiode van het gebied.

Zowel in Barcelona als in Sydney is ingezet op een hoogwaardige kwaliteit van de openbare ruimte. De gebieden worden gekenmerkt door ruim opgezette stedelijke patronen. De kwaliteit van de toegepaste materialen is hoog en beide steden onderhouden het gebied met veel zorg.



In Barcelona sluit de openbare ruimte aan bij de openbare ruimte en de stedenbouwkundige structuur van de bestaande stad. Daardoor is het onderdeel geworden van de bestaande stad en is het gebied er toch in geslaagd een eigen identiteit te ontwikkelen. Barcelona heeft in haar bestaande stad veel groenzones, maar nergens in de stad zijn deze zones zo ruim van opzet als in het Olympische dorp. De eigen identiteit heeft geleid tot een transformatie van het imago.

Sydney laat zien dat een hoogwaardige openbare ruimte te weinig attractieve waarde heeft voor stedelijke actoren. De openbare ruimte slaagt er niet in een imago-transformatie te bewerkstelligen. De inrichting, onderhoud en beheer van de openbare ruimte zijn echter wel een randvoorwaarde voor het verhogen van de attractieve waarde in een gebied.

De kwaliteit van de openbare ruimte is het visitekaartje van een gebied en bestaat niet alleen uit de plannen op de tekentafel, de uitvoering en exploitatie zijn nog veel belangrijker. De openbare ruimte moet ondersteund worden door een aantrekkelijk stedelijk programma om een imago-transformatie te laten plaatsvinden.

### Architectuur

Olympische projecten kenmerken zich in veel gevallen door architectonische iconen. Denk daarbij in Barcelona aan Torre Calatrava van Santiago Calatrava of Palau St. Jordi van de Japanse architect Arata Isozaki.

Opvallend is het feit dat de architectuur voor Parc de Mar van ingetogen is. In Parc de Mar is gekozen voor een moderne uitstraling die aansluit bij de lokale normen en standaarden en eveneens een internationale aantrekkingskracht heeft.

Uniciteit en beleving zijn veel belangrijker dan architectuur en het creëren van iconen. Het is de overtuiging van dhr Busquets (stedenbouwkundig supervisor) dat de iconen voor Parc de Mar niet de gebouwen zijn, maar juist de functiemix, de hoogwaardige openbare ruimte en tot slot de zee en het mediterrane klimaat.

Uniciteit is van groter belang dan iconische architectuur voor een imago-transformatie.

### 6.3.3 Infrastructurele interventies

De infrastructurele interventies bepalen de bereikbaarheid van het gebied. De bereikbaarheid van een gebied is noodzakelijk om de attractieve waarde in het gebied te vergroten. De bereikbaarheid van het gebied bepaalt in grote mate de intensiteit van het gebruik. Gebruik zorgt voor beleving en daarmee beeldvorming van een gebied.

De infrastructurele interventies worden beschreven aan de hand van de condities.



### Diversiteit mobiliteit

Parc de Mar is op een duurzame wijze verbonden met de mobiliteitsnetwerken van Barcelona. Het gebied is uitstekend te bereiken met de auto, bus, boot, metro, fiets en te voet. De diversiteit aan mobiliteit is naar de mening van de geïnterviewden een grote succesfactor van de imago-transformatie in het gebied.

De gecreëerde bereikbaarheid heeft ervoor gezorgd dat het gebied niet meer afgesloten is van de buitenwereld. Het gebied is toegankelijk voor alle lagen van de bevolking. Door de infrastructuur maakt het gebied nu onderdeel uit van de stad. Het is laagdrempelig, waardoor het ook daadwerkelijk door veel mensen bezocht wordt.

Ook Sydney heeft veel nadruk gelegd op de verbinding tussen de stad en het Olympic Parc. De aanleg van metrosystemen heeft ervoor gezorgd dat het gebied goed ontsloten is met openbaar vervoer. Echter het gebrek aan uniciteit van de bestemming heeft niet geleid tot intensief gebruik van het gebied.

De bereikbaarheid en daarmee samenhangend een diversiteit van mobiliteit is van groot belang voor de imago-transformatie van een gebied. Infrastructuur op zich zelf staat niet voldoende om een imago-transformatie te laten plaatsvinden. De bereikbaarheid moet ondersteund worden door een interessante bestemming.

### Efficiëntie mobiliteit

Hoogwaardige vervoerssystemen zorgen voor efficiëntie in mobiliteit. Dit geeft de bezoeker het gevoel dat het gebied goed bereikbaar is en maakt een bezoek laagdrempelig.

De aangelegde infrastructuur is in beide cases hoogwaardig. Bij de afweging van de verschillende mobiliteitsmodellen heeft kwaliteit en het voorkomen van nieuwe barrières een doorslaggevende rol gespeeld. De infrastructuur is veelal ondergronds aangelegd en heeft een verbinding op zowel lokaal als regionaal niveau.

Een efficiënte mobiliteit zorgt voor het verlagen van een drempel om het gebied te bezoeken en creëert daarmee de mogelijkheid om het gebied te beleven zodat een imago-transformatie kan plaatsvinden.

### Perceptie mobiliteit

De aanleg van het metrosysteem heeft tevens bijgedragen aan de perceptie en de efficiëntie van de vervoersmogelijkheden. Hiermee wordt niet alleen het gebied bereikbaar gemaakt, maar is het ook mogelijk om het autogebruik zoveel mogelijk terug te dringen.





Een hoogwaardig vervoersysteem zorgt voor een aangenaam woon- en leefklimaat in het gebied. Hierdoor wordt de beeldvorming positief beïnvloed met als gevolg een imago-transformatie.

#### 6.4 Algemene conclusies

De insteek van de Olympische gebiedsontwikkeling verschilt in beide cases op één essentieel uitgangspunt. Barcelona heeft de Olympische gebiedsontwikkeling ten dienste gesteld aan de ontwikkeling van de stad. Sydney was meer gefocust op duurzaamheid en het uitblinken op het gebied van sportfaciliteiten. Dit verschil blijkt ook essentieel in de uitwerking van de gebiedsontwikkelingen en de keuzen die gemaakt zijn.

Barcelona heeft met haar strategie gezorgd voor een ongekend succesverhaal. Sydney heeft in de jaren na de Olympische spelen geworsteld met de bestemming van Parc Olympic. Inmiddels is ook Sydney op het goede spoor en hebben ze plannen voor herontwikkeling van het gebied. In deze plannen streven ze een grotere functiemix na.

Barcelona heeft de geformuleerde interventies uit het theoretisch kader over de gehele linie doorgevoerd in de Olympische gebiedsontwikkeling en heeft daarmee een geslaagde imago-transformatie ondergaan. In de cases Barcelona werd verder duidelijk dat de infrastructurele ingrepen van groot belang zijn geweest voor het welslagen van de gehele gebiedsontwikkeling. Barcelona heeft een goede analyse gedaan naar de behoeften van de stad. Zij is daarbij in staat geweest een kerncompetentie van de stad opnieuw vorm te geven. Het openen van de stad naar zee heeft het plan vleugels gegeven.

Sydney is minder bewust bezig geweest met het bereiken van een imago-transformatie in het gebied. Zij hebben niet alle interventiegebieden de aandacht gegeven die zij verdienen. Sydney heeft ingezet op een duurzame bodemsanering op de locatie. Daarnaast is veel aandacht besteed aan de infrastructuur en de koppeling met de stad. Echter het gebied mist levendigheid en is met haar beperkte stedelijk programma geen unieke bestemming. Dit is voornamelijk te wijten aan het gebrek aan functionele diversiteit. Juist de diversiteit in functies en programmeringen dragen in belangrijke mate bij aan het succes van het stedelijk klimaat.

Stedelijke diversiteit en daaraan gekoppeld de bereikbaarheid van het gebied zijn verantwoordelijk voor het zichtbare transformatie proces van een gebied. De zichtbaarheid van de ingrepen bepaalt in grote mate het succes van de imago-transformatie. Uiteraard kan een volledige imago-transformatie pas plaatsvinden als ook de secundaire communicatie aansluit bij de doelstellingen van het gebied. Succesvolle primaire en secundaire communicatie leiden tot een positieve tertiaire communicatie en uiteindelijk tot een imago-transformatie.



## 7 Aanbevelingen

De Olympische spelen als onderzoeksobject is een tot de verbeelding sprekend object. Het object prikkelt je te dromen over Olympische ambities voor Nederland. Dat is alleen maar meer aangewakkerd toen het kabinet de plannen van het NOC\*NSF financieel besloot te ondersteunen. In dit hoofdstuk worden eerst de algemene aanbevelingen gedaan in paragraaf 7.1. In paragraaf 7.2 worden handreikingen gedaan voor vervolgonderzoek. In paragraaf 7.3 spits ik de aanbevelingen toe op de Olympische ambitie van Nederland.

### 7.1 Aanbevelingen

Dit onderzoek heeft een aantal inspirerende handvaten opgeleverd die kunnen bijdragen aan imagoformaties op Brownfield ontwikkelingen en in het bijzonder voor Olympische gebiedsontwikkeling op Brownfield locaties.

Deze aanbevelingen zijn bedoeld voor professionals die zich bezighouden met Olympische gebiedsontwikkeling.

#### **Creëer een stedelijke diversiteit**

Een mix aan functies samengesteld in een delicate balans zijn van essentieel belang bij het creëren van een imagoformatie. De stedelijke diversiteit moet een uniek karakter hebben om zich te kunnen onderscheiden van andere gebieden in een stad. Deze diversiteit creëert een bestemming in de stad. Tijdens de verschillende dagdelen moeten verschillende activiteiten worden aangeboden in een gebied. De openbare ruimte moet de stedelijke diversiteit kunnen faciliteren. De diversiteit van het gebied is essentieel voor de imagoformatie.

#### **Investeer in bereikbaarheid en mobiliteit**

De bereikbaarheid van een locatie is essentieel voor het welslagen van het gebied. Investeer in hoogwaardige oplossingen. Oplossingen die de tand des tijd kunnen doorstaan en nog jarenlang het gebied ontsluiten. Budget gedreven keuzen zijn vaak op de langere termijn niet de meest effectieve oplossingen. In beide cases is geïnvesteerd in een goed geëxploiteerd ondergronds metrosysteem. Infrastructuur en bereikbaarheid zijn randvoorwaardelijk voor het creëren van een positief imago.

#### **Zoek naar de uniciteit van de locatie en stad**

De keuze van Barcelona om de stad te openen naar de zee heeft ingespeeld op de kernkwaliteit van de stad. Namelijk de ligging aan de zee en gebruikmakend van een aangenaam mediterraan klimaat. Jarenlang was deze kwaliteit niet benut. Door de Olympische gebiedsontwikkeling te situeren aan de kust en daarmee meteen de stad te openen naar de zee, is de sleutel geweest voor het succes van het gebied. Het Olympische dorp heeft een uniciteit meegekregen. Deze uniciteit geeft identiteit aan het gebied. De identiteit van het gebied heeft een positieve imagoformatie gecreëerd.



### Investeer integraal in de drie interventiegebieden

De case Sydney laat zien dat het van belang is alle drie de interventiegebieden met evenveel aandacht en zorg te realiseren. Sydney heeft zich gefocust op de duurzaamheid en de mobiliteitsvraagstukken. Het gebied is te weinig gedifferentieerd van opzet en het mist de stedelijke diversiteit. Waardoor het gebied veelal leeg en verlaten aanvoelt. Dit verhoogt de attractieve waarde van het gebied niet. De imago-transformatie heeft derhalve in Sydney niet optimaal doorgezet.

## 7.2 Algemeen

Tot slot wil ik mij richten tot een ieder die zich wil verdiepen in de Olympische gebiedsontwikkeling als katalysator voor Brownfield ontwikkelingen.

Dit onderzoek is uitgevoerd onder tijdsdruk naast een drukke baan. Daarnaast zijn de Olympische spelen erg internationaal en geografisch verspreid. Dit heeft geleid tot een beperking in case studies. Barcelona is uitgevoerd als dieptecase en Sydney is daar ter controle naast gelegd. Londen bereid zich voor op de Olympische spelen van 2012. Londen wordt gerealiseerd op een Brownfield locatie en is derhalve een interessant onderzoeksobject.

In dit onderzoek is geen aandacht besteed aan de organisatorische aspecten van het realiseren van de Olympische gebiedsontwikkeling en de interventiegebieden. Nader onderzoek op dit vlak is gewenst. Alsook onderzoek naar de secundaire communicatielijn waar de promotionele activiteiten onder vallen.

## 7.3 Nederland 2028

Bij de start van mijn onderzoek werd het Olympisch plan 2028 gepubliceerd. Het NOC\*NSF durfde te dromen over een Olympische ambitie voor Nederland. Nu bijna een jaar later blijkt dat deze droom steeds meer bijval heeft gekregen. Het kabinet heeft besloten Nederland financieel te steunen om op Olympisch niveau te komen. In 2016 zal definitief besloten worden of Nederland zich daadwerkelijk kandidaat stelt voor de Olympische spelen van 2028.

Met deze voorzichtige Olympische droom zijn ook de grote steden aan het dromen geslagen. Niet alleen Amsterdam, Rotterdam of Den Haag blijken over Olympische ambities te bezitten ook steden als Groningen, Eindhoven en Maastricht koesteren deze dromen. Al deze ambities zijn legitiem. Het maken van een keuze voor een uitverkoren stad is lastig. Daarin schuilt ook een groot gevaar dat Nederland zich laat verleiden te polderen en compromissen gaat sluiten. De Olympische spelen kunnen alleen succesvol zijn als we durven te kiezen.



De schaal en omvang van de Olympische spelen staat in geen verhouding tot welke Nederlandse stad dan ook. De Randstad en het netwerk van de steden die daaraan verbonden zijn vormen de juiste schaal. Daarnaast zou een bid uitgebracht door een netwerkstad ook een uniek bid zijn. Unicitéit zorgt voor aandacht.

De Randstad heeft door de jaren heen haar kracht een beetje verloren. Na de plannen om de Randstadgemeenten samen te voegen tot een krachtig economisch gebied zijn met grote meerderheid van stemmen afgekept. De steden willen ieder hun unieke identiteit behouden en niet onder sneeuwen in de Randstad. De samenvoeging van de steden leek een gelegenheid om de problematiek van de Randstad aan te pakken.

De Randstad is een gebied waarin op een afstand van maximaal 40 km de belangrijkste Nederlandse steden liggen. Tot de Randstad behoren Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht. Geen enkele regio in Europa of in de wereld beschikt over een dergelijke centrale ligging van de sterkste steden in het land. De korte afstanden staan echter onder grote tijdsdruk. De Randstad kampt met ellenlange files, waardoor de bereikbaarheid de afgelopen jaren sterk is teruggelopen.

De Olympische spelen zijn in staat de bereikbaarheid van de belangrijkste Nederlandse regio te verbeteren en te optimaliseren. Investeren in bereikbaarheid en diversiteit van infrastructuur verbeteren de concurrentiepositie van de Randstad als geheel, maar ook zeker de concurrentiepositie van de afzonderlijke steden. Ga de uitdaging van de Olympische spelen alleen aan als een goed verhaal verteld kan worden dat voor maatschappelijk draagvlak zorgt.

What`s in it for us?

Nederland moet inzetten op een versterking van Nederlands belangrijkste economische regio. Samenwerking is daarbij van essentieel belang. De concurrentiepositie van Nederland moet worden versterkt. Het imago van Nederland en de Randstad moet een meer internationaal karakter krijgen. Investeren in bereikbaarheid, stedelijke diversiteit en milieu en duurzaamheid zijn daarbij van essentieel belang.

De steden Amsterdam, Rotterdam en Den Haag moeten ten volle kunnen profiteren van het potentiële Olympische kandidaatschap. Door de steden te analyseren en de kernkwaliteiten te onderscheiden kunnen deze steden ook binnen de structuur van de Randstad verder bouwen aan hun eigen concurrentiepositie.

### Rotterdam 2028

Als Limburgse woon ik al aardig wat jaren in Rotterdam. Voor mijn gevoel was Rotterdam de enige echte wereldstad in Nederland. Door de jaren heen ben ik van de stad gaan houden en waardeer ik de mentaliteit van de stad. Ik kan dus niet zeggen dat ik volledig objectief kan zijn. Dit onderzoek was een welkom gespreksonderwerp op feestjes, borrels en partijen. Opvallend ook was dat het onderwerp iedere keer uitkwam op de vraag: “Waar denk jij dat de Olympische spelen in Nederland moeten plaatsvinden?”



Ik heb mij lange tijd geen uitspraken ten aanzien van dit onderwerp laten ontlokken. Maar het lijkt mij onwaarschijnlijk dat ik dit onderzoek kan afsluiten zonder mijn mening wereldkundig te maken.

Na mijn bezoek aan Barcelona en het bestuderen van de context van het Olympische bid van Barcelona, raakte ik ervan overtuigd dat er veel overeenkomsten bestaan tussen Rotterdam en Barcelona. Rotterdam heeft een havengerelateerde economie, de economische positie is daarmee erg eenzijdig. Door automatiseringen groeit de havensector ieder jaar zonder dat dit een groei in arbeid oplevert. Rotterdam wil haar economische basis verbreden en zoekt daarnaast naar mogelijkheden om het bevolkingsprofiel aan te sterken met de midden en hoge inkomens. De komst van de Olympische spelen bieden de stad voldoende mogelijkheden om zich verder te ontplooiën.

Rotterdam heeft zich de laatste jaren steeds meer gaan positioneren als sportstad. Deze strategie dient verder te worden doorgezet. Rotterdam is als merk niet sterk genoeg. De internationale positie van de stad is te beperkt. In Nederland is eigenlijk alleen Amsterdam een sterk merk. Rotterdam moet de komende jaren investeren in haar merknaam. De stad moet een imago-transformatie in gang zetten. Dit onderzoek heeft daartoe voldoende handvaten.

Rotterdam moet zich de komende jaren kandidaat stellen voor grootschalige sport evenementen in de stad. Verder kan de stad zich bezinnen op de kernkwaliteiten van de stad. Welke kernkwaliteiten kunnen verder worden versterkt.

De Rotterdamse mentaliteit: “Geen woorden maar daden!”, zal de stad de komende jaren goed van dienst kunnen zijn.

Door de Olympische gebiedsontwikkelingen in de stad op te nemen in plaats van het buitengebied. Kan Rotterdam werken aan een grootschalige vernieuwing die hard nodig is om de stad opnieuw een concurrentiepositie te geven op (inter)nationale schaal. Als het ooit zover komt dat Rotterdam zich Olympische gaststad van 2028 mag noemen dan zal de stad moeten investeren in alle drie interventiegebieden. Dit vereist enorme investeringen. Investeringen die niet kunnen worden gedaan zonder de steun van alle trotse Rotterdammers.

Hiermee ontstaat een verhaal. Misschien wel het succesverhaal van Rotterdam 2028.

Persoonlijk hoop ik dit moment mee te mogen maken. En ik doe dan ook hierbij de plechtige belofte dat ik graag betrokken wil zijn bij dit prachtige evenement in deze nog veel mooiere wereldstad.



## Lijst met geïnterviewde personen

### Algemeen

Remon Rooij TU Delft  
Marijn van der Wagt VROM

### Case: Barcelona

Javier Lasuncion Fundacio Barcelona Olimpica  
Josep Miquel Abad Councillor delegate COOB 1992  
Francesc Muñoz Professor urban planning  
Centre d'etudis Olympics, Universitat Autònoma de Barcelona  
Christopher Kennet Expert / researcher Global Legacy;  
Centre d'etudis Olympics, Universitat Autònoma de Barcelona  
Joan Busquets Architect en stedenbouwkundige uit Barcelona  
Professor of Urbanism Barcelona school of Architecture

### Case: Sydney

Richard Cashman Olympic legacy expert  
Adjunct processor and director of the Australian Centre of Olympic studies  
Glen Searle Specialist in Urban Renewal  
Alan Peters Professor Urban Regional Planning  
University of Sydney  
Craig Bagley Urban Development manager



## Literatuurlijst

Barcelona 1992: “Official report”

Berg, L. van de (2004): “The urban life cycle and the role of a market oriented revitalization policy in Western Europe”, Literatuur MCD

Berg, L. van den, Braun, E., Meer, J van der (1997): “Organising capacity of Metropolitan regions”

Berg, L van de, Pol, P.M.J., Speller, C.J.M. (2007): “Know how to redevelop; Investigating the impact of knowledges centres and culture as catalyst for urban transformation”, European Institute for Comparative Urban Research

Bergeijk, E. van, Kokx, A., Bolt, G., Kempen, R. van (2008): “Helpt herstructurering?: effecten van stedelijk herstructurering op wijken”

Besemer, R.M. e.a. (2007); “Brownfields beter benut”

Brunet, F (1995): “An economic analyses of the Barcelona '92 Olympic games: resources, financing and impacts”, Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Braun, E. (2008): “City Marketing, towards an integrated approach”, Erasmus Universiteit Rotterdam

Bijl, R. van der (2008): “Gebiedsontwikkeling en openbaar vervoer”, NAW dossier, Bouwfonds property development

Cashman, R. (2002): “Impact of the Games on Olympic host cities” Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Cashman, R. (2006): “The Bitter-sweet awakening: The Legacy of Sydney 2000 Olympic games”

Chalip, L. (2002): “Using the Olympics to optimize Tourism benefits”, Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Chalkley, B, Essex, S (1999): “Urban development trough hosting international events: a history of the Olympic games”, Planning Perspectives, 14 (1999) 369–394

Carbonell, J. (2002): “The Olympic village, ten years on; Barcelona the legacy of the games 1992 – 2002” The Centre d'Estudis Olímpics

Deloitte Real Estate Advisory (2008): “Alleen ga je sneller, samen kom je verder; De toekomst van publiek-private samenwerking bij gebiedsontwikkeling”

Den Haag (2004): “Ruimte voor kwaliteit; kadernota Openbare ruimte Den Haag”



Duran, Pere (2005): "*The impact of the Games on tourism: Barcelona: the legacy of the Games, 1992-2002*" [online article]. Barcelona: Centre d'Estudis Olímpics UAB. [Date of consulted: 26/06/2009] <http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp083.pdf>

Dusseldorp, S. van, Peek, GJ (2008): "Branding: kernwaarde voor gezamenlijk opdrachtgeverschap", Real Estate Magazine, 59 (2008) 17 - 21

Essex, S., Chalkey, B. (2003): "Urban transformation from hosting the Olympic Games", Centre d'Estudis Olímpics Universitat Autònoma de Barcelona

Florian, B. (2002): "The city as a brand: orchestrating a unique experience", in Hauben, T., Vermeulen, M. and Patteeuw, V. (eds) "City branding: image Building and Building images", NAI uitgevers, Rotterdam

Gold, J.R., Gold, M.M. (2003): "Cities of culture; staging international festivals and the urban agenda 1851-2000", Ashgate

Gold, J.R., Gold, M.M. (2008): "Olympic cities; Cities Agendas, Planning and the World's Games, 1896-2012", Routledge

Hoogendoorn, R.H. en Peeters, N.Y. (2005): "Incubators: metaforen van onze tijd", Real Estate Magazine, 11(43). p32-35

Kavaratzis, M (2004): "From city marketing to city branding: Towards a theoretical framework for developing city brands" MCD literatuur, Place branding vol. 1, 1, 58-73

Kearney, A.T. (2005): "Building a Legacy: Sports Mega-Events should last a lifetime"

Ladron de Guevara M., Coller X., Romani D., (1995): "The image of Barcelona 1992 in the international press", in : "The keys to success, the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona 1992", Centre d'Estudis Olímpics I de l'Esport

London East Research Institute, (2007): "A lasting legacy for London? Assessing the legacy of the Olympic games"

Majoor, S. (2006): "Transformerend Barcelona", Stedenbouw en Ruimtelijke Ordening 2006, nr 1; pagina 55 – 59

Maragas, M. de, e.a. (1995): "Television and the construction of identity: Barcelona Olympic host", Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Marshall, T. ed. (2004): "Transforming Barcelona"

Millet, Lluís (1997): "Olympic Villages after the Games", in Miquel de Moragas, Montserrat Llinés & Bruce Kidd (eds.): Olympic Villages: A Hundred Years of Urban Planning and Shared Experiences: International Symposium on Olympic Villages, Lausanne 1996. Lausanne: International Olympic Committee, pp. 123-129.





Moragas, Miquel de; Nancy Rivenburgh and Nuria Garcia (1995): "Television and the construction of identity: Barcelona, Olympic host", in Miquel de Moragas & Miquel Botella, *The Keys to Success: the social, sporting, economic and communications impact of Barcelona'92*. Barcelona: Servei de Publicacions de la UAB, pp. 76-106.

Nel·lo, Oriol (1997): "The Olympic Games as a tool for urban renewal: the experience of Barcelona'92 Olympic Village", in Miquel de Moragas, Montserrat Llinés & Bruce Kidd (eds.): *Olympic Villages: A Hundred Years of Urban Planning and Shared Experiences: International Symposium on Olympic Villages, Lausanna 1996*. Lausanne: International Olympic Committee, pp. 91-96

Nelissen, N.J.M. e.a. (red) (1996): "Vernieuwing van bestuur, inspirerende visies", Bussum Coutinho

Panagiotopoulou, R (2005): "Citizen participation in the Olympic games", Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Preuss, H. (2002): "Economic dimension of the Olympic games", Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Rennen, W. (2007): "Cityevents, placeselling in a media age", UvA te Amsterdam

Rivenburgh, N.K. (2005): "The Olympic Games, media, and the challenges of global image making", Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Searle, G.H. (2009): "The urban legacy of Sydney's Olympic games", University of Technology Sydney

Schutte, L. (2004): "Milieurecht: randvoorwaarden en risico's", hoofdstuk 16 in Bruil, I. Hobma, F., Peek, G.J., Wigmans, G., *Integrale gebiedsontwikkeling. Het stationsgebied 's-Hertogenbosch*

Stegmeijer, E. (2008): "Spektakelarchitectuur: iconisch of Ironisch?", Agora magazine (2008 nr. 2) jaargang 24, bladzijde 10 - 13

Straalen, V. van (2006): "Ik zie ik zie wat jij niet ziet! Industrieel erfgoed als drager van de gebiedsontwikkeling van Brownfields?", Mcd scriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam

Sijstermans, P. (2008): "Krakers in gebiedsontwikkeling: met een kraker lukt het vaker", Mcd scriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam

Toohey, K., V, A.J., (2000): "The Olympic games; a social science perspective"

Truño, E. (1995): "Barcelona: City of sport", Centre d'etudis Olímpics, Universitat Autònoma de Barcelona

Verlaat, J. van 't (2005): "Stedelijke gebiedsontwikkeling in hoofdlijnen" Master City Developer, Erasmus universiteit Rotterdam

Vrijealdenhoven, T. van, Kirkpatrick, J. (2007): "Reaching beyond the gold; The Impact of global events on Urban Development", 010 Publishers



VROM, (2006): “Nota Ruimte”

VROM, (2008): “Schetsboek, Ruimte voor Olympische plannen”

VROM, (2008): “Reiswijzer Marktpartijen & gebiedsontwikkeling, een praktische routebeschrijving”

Wellink, J.A. (2008): “Met een incubator gaat het beter”. Mcd scriptie, Erasmus Universiteit Rotterdam

Zeeuw, F. de (2007): “De engel uit het marmer, reflecties op gebiedsontwikkeling”, TU Delft

Wolting, B (2006): “PPS en gebiedsontwikkeling”, SDU uitgevers

Wijgert, G. van de (2008): “Towards a sustainable city: de aanpak van duurzame stedelijke gebiedsontwikkeling en de rol van diversiteit”, Scriptie Master City Developer, Erasmus Universiteit Rotterdam

### Websites:

"The World According to GaWC 2008". Globalization and World Cities Study Group and Network, Loughborough University. <http://www.lboro.ac.uk/gawc/world2008t.html>. Retrieved on 3 March 2009

website: [www.sydneyolympicpark.com](http://www.sydneyolympicpark.com), 2009

website: [www.olympicstudies.uab.es](http://www.olympicstudies.uab.es)

website: [www.olympic.org](http://www.olympic.org)