

# Zaaien & oogsten: street culture & sports als creatieve humuslaag voor de stad

AUTEUR

Peter van der Aalst

In dit artikel wordt op basis van een eerste analyse van de resultaten van kwalitatief en kwantitatief onderzoek toegelicht welke waarde street culture & sports voor de ontwikkeling van steden kunnen hebben. Hoe de informele energie van de street culture & sports communities bij de ontwikkeling van faciliteiten en de inrichting van de openbare ruimte kan worden benut en behouden is daarbij een belangrijke vraag<sup>1</sup>. Belangrijk, omdat uit de literatuur blijkt dat het anders lastig is om creativiteit en daarmee verbonden praktijken en communities aan een stad te blijven binden<sup>2 3 4</sup>. Dit onderzoek is onderdeel van een professional doctorate project, waarbij gestreefd wordt om in te spelen op maatschappelijke uitdagingen en op basis van praktijkgericht onderzoek bij te dragen aan de professionalisering van het leisure, tourism & hospitality domein<sup>5</sup>. In 2025 zijn 18 interviews en 4 focusgroepen met stakeholders uit Breda, Tilburg en Rotterdam gehouden en is een survey onder street sporters door heel Nederland uitgevoerd. Deze survey is via diverse street culture & sports organisaties in hun netwerken uitgezet en door 440 respondenten ingevuld.

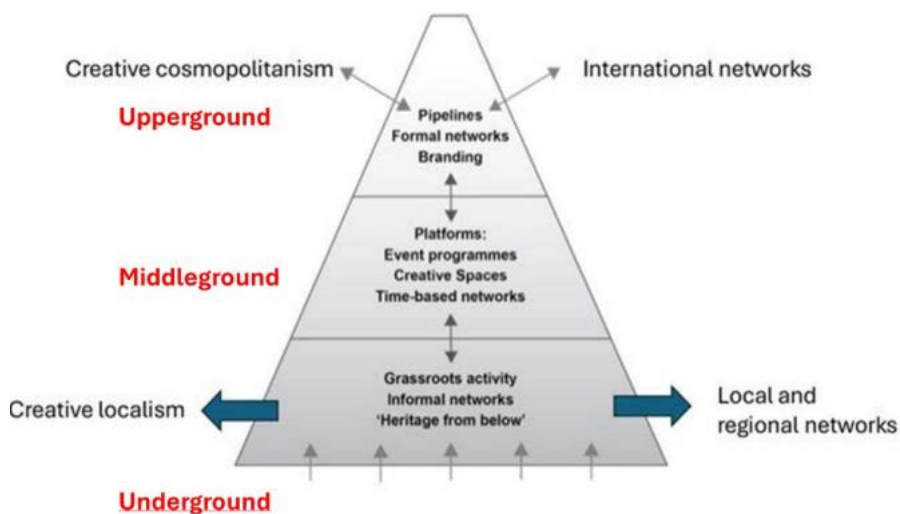
Na de bespreking van de onderzoeksresultaten wordt de vervolgstap toegelicht naar het in co-creatie vormgeven en monitoren van de nachtcultuurprogrammering van poppodium 013 in Tilburg, met inzet van onder andere jonge makers uit de street culture & sports communities. Sociaal programmeur Chiara Riboch, werkzaam bij zowel poppodium 013 als de Tilburgse jongerenwerk organisatie R-Newt, vervult een brugfunctie tussen stedelijke jongeren, hun dromen, plannen en activiteiten, de doelstellingen van R-Newt en de doelstellingen en culturele programmering van 013. Zij is daarin leidend, vanuit het professional doctorate project wordt zij ondersteund bij de voorbereidin-

gen, monitoring en analyse van dit nachtcultuur experiment.

## Street culture & sports als onderdeel van de creatieve ecologie van de stad

Street culture & sports, zoals skateboarden, breaking of breakdance, rap, graffiti, panna of straatvoetbal, 3x3 basketbal en BMX-en, trekken jongeren aan die zich minder verbonden voelen met mainstream of in verenigingsverband gereguleerde

- .....
- 1 Aalst, P. van der (2024), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd editie 45, Vianen: NRIT
  - 2 Silver, D., Clark, T.N., Rothfield, L (2007), A theory of scenes, available: <https://scenes.uchicago.edu/theoryofscenes.pdf>, University of Chicago, US
  - 3 Silver, D., Clark, T. N. (2013). Buzz as an Urban Resource, The Canadian Journal of Sociology/Cahiers Canadiens de Sociologie, Vol. 38, No. 1, pp 1–31, available: [\(99+\) Buzz as an Urban Resource | Daniel Silver - Academia.edu](#)
  - 4 Bargeman, B., Richards, G. (2020), A new approach to understanding tourism practices, Annals of tourism research, Volume 84.
  - 5 [The Professional Doctorate | professional doctorate Leisure Tourism & Hospitality](#)



Figuur 1. The scenes & networks of the creative city (Richards, 2024)

activiteiten. Deze vormen van vrijetijdsbesteding zijn een mengvorm van sport en cultuur, gelinkt aan bepaalde muziek- en leefstijlen en hebben een sterke bottom-up zelforganiserende kracht. Het 'each one, teach one' principe, het van elkaar leren, is leidend bij het overdragen van vaardigheden en kennis. Het uitgangspunt is dat iedereen van anderen kan leren én anderen iets kan leren en dat het delen van kennis en vaardigheden de scene ten goede komt.

Om de rol van street culture & sports in stedelijke ontwikkeling te begrijpen, is het model van de creatieve ecologie van Richards <sup>6</sup> relevant. Richards beschrijft de creatieve ecologie als het samenspel van (netwerken van) stakeholders die samen de culturele scènes van een stad vormgeven. Dit model kent drie lagen, die Cohendet, Grandadam & Simon<sup>7</sup> beschrijven als upperground, middleground en underground. De street culture & sports communities en de jonge creatieven die daarbinnen actief zijn, opereren (vooral nog) voornamelijk binnen de underground, de creatieve humuslaag, van de stad.

De upperground van de creatieve ecologie van de stad bestaat uit de formele netwerken; instellingen zoals musea en kunstgaleries en cultureel beleid- en financieringsorganisaties. Deze netwerken oefenen controle uit over middelen, maar benutten ook de legitimiteit van formele instellingen als een vorm van macht. Deze formele netwerken hebben hun verbindingen met internationale netwerken. De underground daarentegen wordt bevolkt door informele lokale en regionale netwerken van bottom-up initiatieven en producenten van culturele output en informatie. De verbinding tussen deze lagen wordt gefaciliteerd door de middleground. De rol van de middleground is om de werelden van de upperground en de underground te verbinden. De actoren binnen de middleground zijn als 'switchers' als het ware de ontdekker of curator en 'vertaler' van de underground naar de upperground. De middleground heeft een intermediaire functie; events, festivals en andere platforms in de middleground maken underground cultuur zichtbaar voor bredere markten en het gevestigde culturele systeem.

6 Richards, G. (2025). Journeys in the network society: spiders, ants and archipelagos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, São Paulo, 19, e-3213, 2025, <https://doi.org/10.7784/rbtur.v19.3213>

7 Cohendet, P., Grandadam, D., & Simon, L. (2010). The anatomy of the creative city, *Industry and innovation*, Volume 17, No.1, p. 91-111.

Street culture & sports communities maken deel uit van deze creatieve ecologie en opereren voornamelijk in de underground laag. Hun invloed strekt zich echter uit naar de middleground via switchers, evenementen en locaties, en uiteindelijk naar de upperground door hun bijdrage aan de stedelijke identiteit en aantrekkingskracht. Ze spelen een rol als katalysator voor stedelijke vernieuwing en dragen bij aan wat Richards (2025) de stedelijke 'buzz' noemt. De buzz van steden wordt meestal levend gehouden door de underground, die een 'coole' atmosfeer creëert. Op basis van die buzz worden via informele netwerken creatieven uit de underground verbonden met hun tegenhangers in andere steden. De tussenpersonen in de middleground, brengen elementen van de buzz onder de aandacht van de markt, beleidsmakers en fondsen. De spelers in de upperground kunnen de buzz uiteindelijk formaliseren in o.a. beleid en de bijbehorende toekenning van middelen.

## Het belang van creatief talent en 'a quality of place' voor de ontwikkeling van steden

Richard Florida<sup>8</sup> benadrukt het belang van creatief talent voor stedelijke ontwikkeling, hoewel dit ook negatieve gevolgen zoals gentrificatie, onbetaalbare huisvesting, segregatie en ongelijkheid kan hebben<sup>9</sup>. De street culture & sports communities bestaan grotendeels uit jonge creatieve talenten, die met enige regelmaat met de genoemde negatieve gevolgen geconfronteerd worden. Florida's concepten sluiten aan bij Richards' ideeën over de creatieve ecologie van een stad en de plaats die creatief talent daarin inneemt. Hoe toleranter een plaats is, hoe gastvrijer ze is voor allerlei soorten mensen en hoe groter de kans dat ze mensen aantrekt die gericht zijn op zelfexpressie en die

openstaan voor ervaringen. Volgens psychologische studies zijn dat de belangrijkste kenmerken van ondernemend gedrag (Florida, 2014)<sup>11</sup>. Deze openheid of tolerantie biedt ruimte aan street culture & sports communities om in de underground van de creatieve ecologie hun eigen vorm en bottom-up activiteiten te ontwikkelen.

Volgens Florida maken kleine, door de gemeenschap geïnitieerde en bottom-up verbeteringen een blijvend verschil in de levenskwaliteit van een stad. Steden moeten volgens Florida een 'menselijk klimaat' hebben, dat open en gastvrij is en lage toegangsdrempels heeft voor talent. Steden zouden zich meer moeten richten op de kwaliteit van een plek, quality of place; de unieke reeks kenmerken die een plek definiëren en aantrekkelijk maken. De kwaliteit van een plek omvat ten eerste de fysieke omgeving, met zowel gebouwde als natuurlijke elementen. Dit is de achtergrond die de omgeving biedt voor het leiden van een creatief leven. Ten tweede omvat het de mensen die er actief zijn, die een diverse gemeenschap weerspiegelen, waarin iedereen een plek kan vinden. En ten derde omvat het de levendigheid van het straatleven, de cafécultuur, kunst, muziek en buitenactiviteiten (Florida, 2014).

Florida's quality of place concept sluit aan bij de kenmerken van plekken waar jonge creatieve talenten binnen de street culture & sports communities actief zijn en waarde toevoegen. Vaak in de (voormalige) rafelranden van de stad, zoals op verlaten industrieterreinen of in spoorzones, in of tegen het centrum van steden aan, waar deze communities een initiële rol als placemakers vervullen. Placemaking is te definiëren als het proces waarmee een communities van spaces of ruimtes een place of plek maken<sup>12</sup>.

8 Florida, R. (2002), *The rise of the creative class*, New York, NY: Basic Books, US

9 Peck, J. (2005), *Struggling with the creative class*, *International Journal of Urban and Regional Research*, Volume. 29, No. 4, 2005, pp. 740-770.

10 Florida, R. (2017) *The new urban crisis: How our cities are increasing inequality, deepening segregation, and failing the middle class—And what we can do about it*. New York: Basic Books, US

11 Florida, R. (2014) *The Creative Class and Economic Development*, *Economic Development Quarterly*, Vol. 28, No 3, pp 196-205, <https://doi.org/10.1177/0891242414541693>

12 What is Placemaking – Placemaking Europe

Veel jongeren vinden aansluiting bij deze plekken, maar voor anderen zijn deze fysiek te ver weg of is er een bepaalde mentale barrière om ze te bezoeken. Wat dat betreft ligt er potentieel in wijken buiten het centrum van steden, maar ook daar liggen de risico's van gentrificatie, onbetaalbare huisvesting, segregatie en ongelijkheid op de loer.

## De waarde van street culture & sports

In steeds meer steden wordt geïnvesteerd in ruimte en faciliteiten voor street culture en sports. Op basis van de interviews met beleidsmakers in Rotterdam, Tilburg en Breda kan geconcludeerd worden dat men de waarde inziet of begint in te zien van het faciliteren en behouden van (de eigenheid van) de street culture & sports communities voor de creatieve ecologie en het leefklimaat, de quality of place, van de stad. Maar wat is nu eigenlijk de waarde die deze communities met hun activiteiten voor jonge creatieven genereren, zodat deze zich thuis voelen en ontwikkelen in, en verbonden blijven en bijdragen aan, een stad? Om dit te onderzoeken zijn op basis van de in dit artikel toegelichte theoretische concepten itemlists voor interviews en focusgroepen en een survey ontwikkeld. De resultaten uit het onderzoek worden in deze paragraaf toegelicht.

### Identiteitsvorming en zelfexpressie

Street culture & sports bieden een platform voor zelfexpressie en identiteitsvorming. Zoals een jonge skater uit één van de focusgroepen bij skatepark Pier 15 in Breda het beschrijft: "Vrijheid. Veel vrijheid van meningsuiting, veel expressie van je eigen. Dus je zit niet echt vast aan iets waar je je bij moet houden, je kan zelf, alles. Het is heel erg je eigen.. Ja, vrijheid in de zin van wie je mag zijn. Vrijheid voor je eigen creativiteit, ook heel veel creativiteit".

Een andere focusgroep deelnemer stelt: "Pier 15 is sowieso voor mij een plek geweest waar ik me altijd veilig en thuis heb gevoeld... Ik denk dat een stuk identiteit wel heel belangrijk voor mij geweest is."

Uit de survey blijkt eveneens een positieve impact op identiteitsvorming. De groep van 14-21 jaar en

die van 21-30 jaar ervaren de meest positieve effecten op zelfbeeld (respectievelijk 54% en 61%), zelfvertrouwen (54% en 67%) en creativiteit (47% en 59%). Van de totale groep van 440 respondenten is 61% het helemaal of enigszins eens met de stelling 'Mijn street sport maakt een belangrijk deel uit van wie ik ben'.

### Gezondheid en welzijn

Alle leeftijdsgroepen binnen de survey laten een positieve invloed op hun fysieke gezondheid zien. Opmerkelijk is dat deze voordelen niet afnemen met de leeftijd, ook de groep 30+ ervaart in hoge mate (83%) positieve gezondheidseffecten. Dit illustreert de toegankelijke en laagdrempelige aard van street sports als alternatief voor traditionele sportvormen. Uit het onderzoek blijkt dat de fysieke activiteit wordt gecombineerd met sociale interactie, wat een belangrijke factor is voor mentaal welzijn. In een tijd waarin obesitas en mentale gezondheidsproblemen onder jongeren toenemen, speelt dit een belangrijke rol in het bevorderen van welzijn.

### Creativiteit, innovatie en ondernemerschap

Street culture en sports stimuleren jongeren om anders naar hun omgeving te kijken. "Ja, ik denk dat als je op straat opgroeit met je sport en je vrienden, dat het vooral, je moet zelf heel veel ondernemen. Je hebt een bepaalde vrijheid, je gaat de stad op een andere manier zien, als een speelveld. Waarvoor je objecten, plekken op een andere manier kan gebruiken dan waar ze voor bedoeld zijn. Dus je leert er op een andere manier naar kijken. En dat zorgt voor een bepaalde creativiteit en dat neem je dan mee in wat je verder doet", aldus Rinse Staal van Pier 15.

Viktor, skater bij Hall of Fame/Ladybird in Tilburg, bevestigt dit: "Ik werd hier eigenlijk iedere zaterdag af gedropt door mijn ouders. En langzamerhand ben ik toen wat gaan filmen met een skatecamera, die vroeger veel werd gebruikt bij skatevideo's. En vanuit daaruit is dat uitgegroeid tot een skateboard merk dat ik zelf heb. We ontwerpen de planken, die verkoop ik ook onder het merk Hibar. En dat is in Tilburg, leeft het heel erg, gewoon in Ladybird. Dat is heel vet om te zien, dat heel veel mensen zo enthousiast erover zijn. Wat eigenlijk gewoon begon als ik, die een beetje op straat begon te fil-

men. Dus ja, heel tof. En vanuit daar ook...Ik begon er vanuit een creatieve gedachtegang mee. Toen realiseerde ik daarvan uit, oh, ik ga bedrijfseconomie studeren”.

### **Talentontwikkeling en sociale vaardigheden**

De informele leeromgeving van street culture & sports faciliteert het ‘each one, teach one’ principe. Dit wordt bevestigd door de survey, waarbij 78% van zowel de jongste groep (14-21 jaar) als de groep van 21-30 jaar volledig of enigszins onderschrijft dat zij binnen hun street sport van anderen leert en dat ook doorgeeft. Dit percentage is ook nog substantieel bij de 30+ groep (46%).

Street culture & sports expert Angelo Martinus zegt het als volgt: ‘En je weet op een gegeven moment van daar wordt gewoon geskate, daar kan ik naartoe. Je kiest je eigen leermeesters uit. En ik heb het nog niet echt meegemaakt dat iemand niet openstaat om het aan een ander te leren. Dus die overdracht van kennis zit ook een beetje in dat systeem’.

‘Bij de één natuurlijk meer dan bij de ander, maar ik zie, mensen die aandacht hebben en met dat team mee trainen en dat soort dingen, die zie ik dus ook wel groeien op persoonlijk vlak. Die worden door die groep van mensen en die community opgezogen en maken in mijn beleving een soort versneld opgroeiproces mee’, aldus Ruud Lemmen van Hall of Fame/Ladybird in Tilburg.

### **Ontmoeting, diversiteit en sociale cohesie**

Street culture en sports overbruggen inhoudelijke en sociale scheidslijnen en dragen zo bij aan sociale cohesie. In wijken komen vaak verschillende culturen samen. Chiara Riboch, tijdens het interview nog werkzaam bij Studio Noord in Tilburg, beschrijft de diversiteit van haar organisatie: “Marokkaans, Somalisch, Hindoestaans, Nederlands... Dat is echt heel divers.” Deze diversiteit zorgt voor kruisbestuiving tussen verschillende gemeenschappen. De survey bevestigt dit: 53% van de groep 14-21 jaar en 59% van de groep 21-30 jaar is het eens of enigszins eens met de stelling ‘Street sports leveren een belangrijke bijdrage aan de diversiteit van mijn omgeving’. 58% van de groep 14-21 jaar en 57% van de groep 21-30 jaar is het eens of enigszins eens met de stelling ‘Via

mijn street sport kom ik vaker in contact met mensen met een andere culturele achtergrond’.

### **Beperkte verbindingen tussen wijken en centrum als aandachtspunt**

Naast alle positieve bevindingen uit het onderzoek, kan de beperkte uitwisseling tussen wijken en het centrum, maar ook binnen de wijken zelf, als aandachtspunt beschouwd worden.

Frans Dietvorst van Skateland, gevestigd in de Rotterdamse wijk Feijenoord: “Ik zou nog meer de wijk naar binnen willen hebben hoor, maar om hen te bereiken is ook wel lastig. Want die zijn gewoon aan het overleven. Of die spreken de taal niet of die lezen de wijkkrant niet ... ja, die kinderen moeten dan wel weten dat ze hierheen mogen.. Dus we moeten ze wel zien te bereiken, om ze in ieder geval een eerste keer binnen te krijgen”.

Anass Lamou van jongerenwerkorganisatie Grote Broer Grote Zus in Breda merkt op dat het gebrek aan bepaalde faciliteiten in de wijken ervoor zorgt dat het aansluiten bij faciliteiten als het tegen het centrum van de stad aan gelegen skatepark Pier 15 lastiger is: “Vroeger merkte je wel dat veel jongeren die wat ouder waren die kant op gingen. En nu is het niet echt zichtbaar. Of niet bekend of daar veel animo voor is vanuit de wijk. Hier en daar zie je wel jongeren voor het skaten of skeeleren, maar niet op een skatebaan omdat je die hier niet meer hebt”.

Cerezo Drenthe, sportcoach en consultant, bij Breda Actief: “We merken vanuit diverse wijken, met name ook de Hoge Vucht, dat de oversteek naar dat soort plekken te groot is. Een kind van 12 uit de Hoge Vucht gaat niet naar het centrum. Dat mag vaak ook niet. Als ik nu kijk in Breda en diverse wijken, dan is er een teveel aan voetbalvelden, maar te weinig aan diversiteit in sport”.

Dit illustreert het belang van een spreiding van street culture & sports faciliteiten en activiteiten over de stad. Anders bestaat het risico dat informele netwerken en talent uit de wijken onzichtbaar blijven of verloren gaan voor de stad. Ook worden kansen om door middel van street culture & sports sociale cohesie in de stad te versterken niet optimaal benut.

## Nachtcultuur als katalysator & living lab

Het is dus zinvol om street culture & sports faciliteiten naar de wijken te brengen. Jong creatief talent uit de street culture & sports communities in de wijken kunnen echter ook waarde toevoegen aan de gevestigde culturele infrastructuur, die vaak in het centrum van de stad gehuisvest is. Poppodium 013 en R-Newt in Tilburg starten een experiment met het faciliteren van nachtcultuur als onderdeel van de ontwikkeling van de creatieve ecologie van de stad. Nachtcultuur, omdat er een relatie te leggen is tussen de muziek- en dansvormen, kunst en leefstijlen die binnen de street culture & sports communities tot ontwikkeling komen en de inhoudelijke kwaliteit van het aanbod in clubs. Bij dit experiment staat de nacht, als inclusieve en informele plek voor jonge mensen om te experimenteren en hun identiteit en talenten te ontdekken en ontwikkelen, centraal. De principes van street culture & sports, zelf-organisatie, each one teach one en community ownership, zijn leidend, waarbij sociale veiligheid een essentieel onderdeel van dat eigenaarschap vormt.

In co-creatie met de jonge creatieven zal een nacht-programmering opgezet worden. Net zoals street culture & sports scenes fungeren als platforms voor kennisoverdracht ('each one, teach one'), bieden venues met een nachtprogrammering ruimte voor culturele uitwisseling, netwerken, ontdekken en ontwikkelen. De uiteindelijke doelstelling is om via dit experiment een proces van doorstroom van talent van de wijken naar zalen als 013, festivals en andere posities in de culturele infrastructuur op gang te brengen en zo waarde voor zowel jonge creatieven, steden als de brede cultuursector te genereren.

Door jonge creatieven zelf voor een belangrijk deel de regie over programmering en organisatie van de nachtcultuuractiviteiten te geven, kan worden onderzocht en of en hoe de principes van waardencreatie binnen street culture & sports ook binnen de setting van een nachtcultuurprogrammering tot uiting komen. Er wordt vanuit een Theory of Change<sup>13</sup> aanpak op basis van door 013 en R-Newt onderling afgestemde missie, ambities, doelstellingen en beschikbaar gestelde middelen, expertise

en personele inzet gewerkt. Het experiment wordt doorlopend en systematisch gemonitord, geëvalueerd en waar nodig bijgesteld. Zo kunnen zowel de inzichten rondom het proces van community-ontwikkeling als de gemeten resultaten en de vastgestelde impact voor 013, R-Newt en de stad, een basis bieden voor beleidsaanbevelingen voor het bevorderen van kansengelijkheid, inclusie en identiteits- en talentontwikkeling door investeringen in nachtcultuur.

Op basis van het tot nu toe uitgevoerde onderzoek en de inzichten die binnen het nachtcultuur experiment in Tilburg opgedaan worden wordt het vervolg van het professional doctorate project vormgegeven. Er lopen gesprekken in diverse steden om interventies op het gebied van street culture & sports en nachtcultuur mede vorm te geven en te monitoren, hierover zal in uitgaven als NRIT-trendrapport, andere media en academische journals gepubliceerd worden.

## Contactgegevens auteur

**Peter van der Aalst**, docent-onderzoeker & professional doctorate kandidaat, Academy for Leisure & Events, Breda University of Applied Sciences, aalst.p@buas.nl

13 Erasmus University Rotterdam (2023), Theory of Change, available: [Theory of Change | Erasmus University Rotterdam \(eur.nl\)](https://theoryofchange.erasmus.nl)