



Flanders
State of the Art

IMPACTRAPPORT
Flanders street sports & culture festival
ASFALT 2024

INHOUD

DEEL 1

Mijlpalen beslissingsproces

DEEL 2

Doelstellingen

DEEL 3

Eventinformatie

DEEL 4

Duurzaamheid

DEEL 5

Bezoekersprofiel & tevredenheid

DEEL 6

Impact

DEEL 7

Conclusies

ASFALT, een meerdaags stadsfestival ter promotie van straatsporten en urban culture, veroverde Gent in september 2024. Het festival wilde impact creëren voor de straatsportgemeenschappen in Vlaanderen. Het combineerde een sportief en cultureel gemeenschapsprogramma, verspreid over vier Gentse wijken.

ASFALT was een samenwerking tussen EventFlanders en Sport Vlaanderen, meerdere diensten van Stad Gent, 2 productiebureaus, sportfederaties en 35 Gentse (jongeren)organisaties. Het kaderde in het themajaar 2024 'Gent Europese Jongerenhoofdstad'.

Dat resulteerde in 35.000 bezoekers over drie dagen. Maar nog belangrijker: een levendig sociaal en cultureel voortraject dat heel wat jongeren bereikte en betrok.

Dit evaluatierapport bundelt de leerpunten van dit uniek Vlaamse topevenement. Het analyseert de bredere impact op sportief, maatschappelijk, reputationeel en economisch vlak.

KERNCIJFERS



35.000

bezoekers



85%

jonger dan 45 jaar



+20

verschillende
disciplines



94%

van de bezoekers
is tevreden



4.973

social media posts



7,9 mln

mensen bereikt
via sociale media



€1,1 mln

directe
economische
impact



55%

staat positiever t.o.v.
urban sports
& culture



Mijlpalen beslissingsproces

11.06.2019	Bepalen inhoudelijk kader voor het sportief topevenementenbeleid van Vlaanderen (Aansturingscomité EventFlanders).
12.06.2020	Vastlegging shortlist sportief topevenementenbeleid.
18.04.2023	Publicatie aankondiging "Organisatie van het topevenement 'Flanders Street Festival' (BEL/EU)".
30.08.2023	Gunning aan organisatiebureau Fast Forward Events in samenwerking met Luckytree.
20-22.09.2024	ASFALT 2024 – Flanders Street Sports & Culture Festival.

In het kader van het themajaar 'Ghent European Youth Capital 2024' besteedde EventFlanders de organisatie uit van een (meerdere) urban sport en culture straatfestival met een vernieuwende insteek.

Het 'Flanders Street Sports & Culture Festival ASFALT' werd georganiseerd door Fast Forward Events in samenwerking met Luckytree en vond plaats in Gent van 20 t.e.m. 22 september 2024. Voor de organisatie werd een gunningsbedrag van 830.000 euro voorzien (excl. btw).

EventFlanders volgde de voorbereidingen op, in nauwe samenwerking met Sport Vlaanderen. Het bewaakte daarbij de doelstellingen van de Vlaamse overheid. Het Auditcomité Topevenementen EventFlanders (ATEF) controleerde de financiële afhandeling.



Doelstellingen

ECONOMISCH

- Het Flanders Street Sports & Culture Festival heeft als doel nationale (buiten Vlaanderen) en internationale bezoekers en deelnemers aan te trekken en zo economische return te genereren. Er werd gemikt op 40.000 bezoekers, waarvan 5% internationaal en 2% nationaal (buiten Vlaanderen).

REPUTATIONEEL

- Het Flanders Street Sports & Culture Festival 2024 versterkt de internationale reputatie van Vlaanderen als (top)sportregio en van Vlaanderen als merk ('Flanders State of the Art').
- Het evenement versterkt de internationale profilering van Vlaanderen (en specifiek gaststad Gent) als aantrekkelijke (jongeren)bestemming voor urban sports & culture.
- Het evenement draagt bij aan een positievere perceptie van straatsporten en straatcultuur, die vaak nog een negatief imago hebben (overlast, vandalisme, drugs).

MAATSCHAPPELIJK

- Het evenement stimuleert de ontwikkeling van urban sports & culture in Vlaanderen (en in het bijzonder in gaststad Gent). Het draagt ook bij aan de ontwikkeling van jongeren, met duurzame lange termijnprojecten en -realisaties.
- Met het evenement en het voortraject een brede en diverse groep jongeren bereiken en betrekken, met extra aandacht voor kwetsbare jongeren.





Eventinformatie

1. Event & randprogramma

Straatcultuur (urban culture) is één van de themalijnen van EventFlanders bij de uitwerking van het Vlaams topevenementenbeleid. Het maakt deel uit van de stedelijke jongerencultuur, met sterke kruisbestuiving tussen verschillende vrijetijdsdomeinen zoals sport, cultuur en jeugd. Het bereikt een breed en divers jongerenpubliek.

Vanuit haar acceleratorfunctie om nieuwe potentiële topevenementen te ontwikkelen, zette EventFlanders in op een vernieuwend straatcultuurfestival met internationale uitstraling. Het festival brengt verschillende subculturen samen en biedt Vlaamse communities kansen om regionaal en internationaal te connecteren. Daarbij werd gekeken naar inspirerende voorbeelden, zoals O Marisquino in Vigo, FISE Montpellier, MASH in Munchen, ...).

Het festivalconcept bestond uit:

- Een multisportevenement met internationale rankingwedstrijden (topsportwaarde inzake plaatsing op de wereldranglijst) en aanvullende events (demonstraties/wedstrijden met prijzengeld) binnen Olympische en niet-Olympische sportsportdisciplines
- Deelname van internationale topatleten en Vlaamse/nationale toppers, met wildcards voor opkomende talenten
- Laagdrempelig (breedtesport)aanbod van initiaties en workshops, als kennismaking met sportsport en straatcultuurdisciplines
- Multicultureel randprogramma met muziek, street art & food
- Aantrekkelijk voortraject, zowel lokaal in de gaststad als Vlaanderenbreed
- Activiteiten verspreid over de gaststad, zowel op iconische locaties in het centrum als in wijken waar jongeren actief zijn.

ASFALT vond plaats op vier hoofdlocaties in de noordwestelijke rand van Gent, langs de centrale as Blaarmeersen – Groene Valleipark – Rabotpark – Houtdok. Daarnaast waren er twee kleinere satellietlocaties: de Kleindokkaai en de Oude Bibliotheek. In overleg met OdeGand, dat in hetzelfde weekend plaatsvond, koos de organisatie bewust voor locaties buiten het stadscentrum. Zo werd de overlast beperkt en sloot het festival beter aan bij wijken waar urban sporten en subculturen al leven.

ASFALT vond plaats van vrijdag 20 tot en met zondag 22 september 2024. Het combineerde een attractief kijksporaanbod (wedstrijden en demonstraties) en een sportstimulerend programma voor beginners en geïnteresseerden.

Samen met lokale communities werd ingezet op kennismaking en participatie. Bezoekers konden deelnemen aan initiaties en workshops of vrij gebruikmaken van het parcours, met aandacht voor de veiligheid.

DEEL 3

Skateboarding

Internationale wereldbekerwedstrijd en de grootste skateboardwedstrijd ooit in België. De organisatie lag in handen van World Cup skateboarding, Skate Vlaanderen en Hurray. Daarnaast waren er ook demonstraties en initiaties.
Bereik: competitie: 85 deelnemers + initiaties & free skating (>500 deelnemers)
Locatie: Blaarmeersen en Sport Vlaanderen Gent (Topsportal).



DEEL 3



Urban Hockey

Samenwerking met de hockeyfederatie. Jongeren konden op een laagdrempelige manier proeven van deze nieuwe discipline.

Bereik: 200 deelnemers.

Locatie: Rabotpark.



Hiphop & breaking

Samenwerking tussen Hiphop Unite, Freestyle Factor, Together We Stand en Danssport Vlaanderen. Ze organiseerden internationale stand-up battles (hiphop choreo & freestyle) voor een breed publiek en een breaking-aanbod voor kinderen (Breaking 4 Kidz).

Bereik: hiphop 502 (41 % INT) en breaking 150 deelnemers.

Locaties: Houtdok & Chinastraat.



3x3 basketbal

In samenwerking met Ghent Basketball en Basketbal Vlaanderen werden wedstrijden, initiaties en demonstraties georganiseerd.

Bereik: 600 deelnemers.

Locaties: Rabotpark, Houtdok en Groene Valleipark.

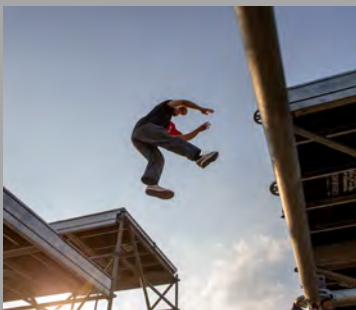


World Chase Tag

Internationale wereldbekerwedstrijd in deze populaire parkourdiscipline georganiseerd door World Chase Tag in een indrukwekkende setting.

Bereik: 60 deelnemers.

Locatie: Houtdok (ponton).



Parkour

Nationale wedstrijd en workshops in samenwerking met Flow De Gand & de gymnastiekfederatie (Gymfed).

Bereik: 175 deelnemers.

Locatie: Houtdok.



Panna

Internationale panna-straatvoetbalwedstrijd met demonstraties en initiaties, georganiseerd door de Nederlandse organisatie Panna Knock Out.

Bereik: 200 deelnemers.

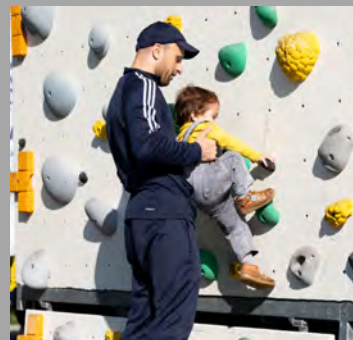
Locatie: Rabotpark.

DEEL 3



BMX Flatland

Demonstraties met internationale riders georganiseerd door Barre Neiryck.
Bereik: 10 internationale deelnemers.
Locatie: Rabotpark.



Boulderen

Demonstraties en initiaties in deze populaire klimvorm georganiseerd door Klimzaal Bleau.
Bereik: 200 deelnemers.
Locatie: Groene Valleipark.



Rolschaatsen

Demonstraties en initiaties in samenwerking met Rampzalig vzw.
Bereik: 100 deelnemers.
Locatie: Kleindokkaai.



Straatvoetbal

Wedstrijden en initiaties in verschillende soorten straatvoetbal georganiseerd door de KAA Gent Foundation in samenwerking met Voetbal Vlaanderen.
Bereik: 450 deelnemers.
Locaties: Houtdok, Rabotpark en Groene Valleipark.



Slackline

Eerste internationale highlinewedstrijd in een stedelijke omgeving in België. Daarnaast waren er initiaties en demonstraties op lage hoogte (lowline) voor het brede publiek.
Bereik: highline 14 INT deelnemers – initiaties: 200 deelnemers.
Locaties: Houtdok en Groene Valleipark.



Frisbee

Demonstraties en initiaties in ultimate frisbee georganiseerd door Gentle Ultimate.
Bereik: 400 deelnemers.
Locatie: Groene Valleipark.

DEEL 3

Trialbike

Demonstraties en initiaties in deze spectaculaire wielervediscipline georganiseerd door Kenny Belaey (meervoudig wereldkampioen).

Bereik: 250 deelnemers.

Locatie: Houtdok.

Calisthenics

Demonstraties en initiaties in deze urban fitnessvorm georganiseerd door 9000 Barz.

Bereik: 150 deelnemers.

Locatie: Rabotpark.

Crossfit

Initiaties in deze populaire fitnessdiscipline georganiseerd door Fit on Wheels.

Bereik: 200 deelnemers.

Locatie: Groen Valleipark.

HYROX

Initiaties in deze opkomende urban fitnessdiscipline georganiseerd door Pascal Bleys.

Bereik: 150 deelnemers.

Locatie: Rabotpark.



DEEL 3

Straatsporten maken deel uit van een bredere straatcultuur, met verschillende subculturen die gemeenschappelijke kenmerken, normen en waarden delen. Het is veel meer dan sport of bewegen alleen. Straatsport is sterk verbonden met muziek, kleding, dans, kunst, beeld, innovatie, architectuur (en ruimer stadsontwikkeling). Wie deze sporten programmeert zonder die bredere culturele context mee te nemen, mist zijn doel.

Daarom werd een aanvullend (voornamelijk lokaal) urban culture programma uitgewerkt in nauwe samenwerking met het EYC-team van de stad Gent en verschillende jongerenorganisaties. De Stad Gent investeerde hierin 150.000 euro. Dat bedrag ging ook naar de uitwerking van het cultureel voortraject (zie 2. Activatie) en de lokale sportverankering tijdens het festival.

VOLGENDE ZAKEN WERDEN HIERIN UITGEWERKT:

Urban village Houtdok

De Urban village vormde het hart van het festival. In een sfeervolle set-up van zeecontainers kwam urban culture hier tot leven. De invulling toonde de diversiteit en dynamiek van de lokale urban community met onder meer: skateshops, een live tattoo shop, live radio, een vinyl shop, workshops (vb. ontwerp van skatedecks), activatiestanden van partners, optredens, food & drinks. Door de sterke interactie, creativiteit en samenwerking tussen organisaties en partners, droeg de urban village sterk bij aan de beleving van het festival.

Street art

Enkele unieke creaties versterkten de artistieke en street culture identiteit van ASFALT. Denk aan een XXL-muurschildering van Klaas Vanderlinden, live aangebracht tijdens het festival, een backdrop van de publiektribune door KIUV en een XXL-vlag van kunstenaar Victor Verhelst.



DEEL 3

Graffiti workshop

Eén van de urban culture hoogtepunten was deze workshop van street artist Wallin. Zeer toegankelijk opgezet, met extra aandacht voor de ontwikkeling van jong talent.

Rollerparade

Rollerparade doorheen het stadscentrum voor alles op wieltjes (skate/rolschaatsen/steps, ...), begeleid door ghettoblaster DJ's. Start aan de fly-over waar een pop-up skatepark werd ingericht.

Party

Muzikaal dagprogramma in het Rabotpark in samenwerking met lokale DJ's en afterparty in de Chinastraat.

Het was belangrijk om de verschillende breakers, street artists, straatvoetballers, BMX'ers en skaters op elk moment te laten voelen dat de stad hen apprecieert zoals ze zijn. Enkel op die manier trek je hen mee in een groter verhaal. ASFALT was van hen. Ongefilterd.

Jeugddienst stad Gent, EYC 2024





Eventinformatie

2. Activatie

Fast Forward Events en Luckytree werkten, in nauwe samenwerking met de stad Gent en het EYC-team, een sterk voortraject uit voor ASFALT. Dat werd geïntegreerd in het programma 'Gent Europese Jongerenhoofdstad 2024'. Er was een maximale samenwerking met lokale communities en met Vlaamse en nationale sportfederaties binnen de betrokken disciplines.

Het voortraject had tot doel:

- De opgenomen straatsportdisciplines, en bij uitbreiding sportbeoefening, te promoten. Dit moet bijdragen aan een duurzame participatie en een bredere populariteit, met extra aandacht voor maatschappelijk kwetsbare jongeren.
- ASFALT maximaal bekendmaken en betrokkenheid creëren bij lokale en regionale urban sports & culture communities, en ruimer bij Vlaamse jongeren (12-30 jaar), met de nadruk op Gent en potentiële bezoekers van het evenement;
- De perceptie van Vlaanderen (met nadruk op Gent) versterken als dynamische jongerenbestemming, zowel nationaal als internationaal.

De activatie werd ingedeeld in 3 fasen, te beginnen ongeveer een jaar voor de start van ASFALT:

- The Kick-off: oktober 23 – april 24
- The Presentation: mei – juli 24
- The Countdown: augustus – september 24



DEEL 3

The Kick-off

Ongeveer elf maanden voor de start, op 18 oktober 2023, werd ASFALT gelanceerd in Gent. Het project werd voorgesteld aan de lokale en regionale urban sports & culture community. Stakeholders werden uitgenodigd om feedback te geven en samen te werken, vanuit een bottom-up aanpak. Van november 2023 tot en met april 2024 werd het voortraject en het randprogramma verder uitgewerkt, in nauwe samenwerking met alle betrokken spelers. De communities en jongeren werden warm gemaakt via de kanalen van de stad Gent en het EYC-team.

Lokale evenementen versterkten de communicatie met onder meer: het Boardsports festival aan de Blaarmeersen (20 april, Standingsideways vzw), de skatewedstrijd in het Keizerpark (27 april, Hall of Skate), Blockparty in het Keizerpark met optredens, 3x3 basketbal, graffiti, skate en breaking (27 april, HipHopHooray) en de Rollerdisco aan Bar Bricolage (30 april, Rampzalig).

The Presentation

Op 30 mei 2024 startte het voortraject officieel met een **persaankondiging**. Daar werden ook alle betrokken federaties en lokale gemeenschappen op uitgenodigd. De participatie vanuit de verschillende straatsport- en cultuurdisciplines was een grote meerwaarde.

Tussen eind mei en begin augustus werd de promotie opgevoerd. Samen met de betrokken jongerenorganisatie en federaties werden tal van **activaties** opgezet, in Gent en Vlaanderenbreed.

Dit gebeurde onder meer tijdens de Ghent Street Parade (19 mei, Plank vzw), een voetbalhappening op het Dracunaplein (25 mei, KAA Gent Foundation), Slam Balls op het Sint Baafsplein (1 juni, skateshops in Gent), skatewedstrijden in het Kleindok skatepark (23 juni) en in het Zuidpark (30 juni, Hall of Skate), en via aanwezigheid op bestaande straatsportevenementen zoals nationale skateboardevenementen van SB en de 3x3 Masters. Daarnaast trok een **roadshow** met de ASFALT-sportcontainer tussen mei en september langs verschillende locaties. Die stond op unieke plekken in Gent en in andere Vlaamse steden, zoals Kortrijk, Mechelen en Oostende. De actie zorgde voor sterke zichtbaarheid en zette honderden jongeren actief aan het sporten.

Op 22 juli 2024 werd ASFALT voorgesteld aan het Gentse publiek tijdens de ploegvoorstelling van KAA Gent tijdens de **Gentse Feesten**, met een spectaculaire straatsport demo.



The Countdown

In samenwerking met de gaststeden werd straatvoetbal in de kijker gezet op de straatvoetbalterreinen, de **Red Courts**, van Voetbal Vlaanderen en de nationale voetbalbond. Dit zowel in Vilvoorde (1 augustus) als in Genk (14 augustus).

Op 31 augustus organiseerde HipHopHooray een skatekwalificatie in het skatepark Blaarmeersen. Deelnemers konden zich daar plaatsen voor de World Cup skateboarding tijdens ASFALT.

Van 22 augustus tot en met 22 september was de Oude Bib in Gent de centrale ontmoetingsplek voor skate- en kunstliefhebbers tijdens de **'Skateboard Exhibition'**. 54 unieke ontwerpen werden uitgewerkt in samenwerking met 34 Belgische street artists met onder meer Baloji, Arff the wolf, Bue the warrior, Dzja, Kitsune Jolene, Kiuw, Lindert Steegen, Pink Painter en Bisser.

Op 30 augustus, 6 september en 13 september vonden de **ASFALT talks** plaats. Dat waren gratis sessies met toelichtingen en talks door gerenommeerde sprekers over sport, kunst en muziek. Dit werd gecureerd door Thomas De Ben. Met onder meer Aykan Umut, Victor Verhelst, Nele de Gussem, Viki Gomez en Spreej.

In samenwerking met partner Red Bull werd op 7 september 2024 **'Dance Your Style'** georganiseerd onder de Stadshal. Tijdens de stand-up dansbattles kreeg het publiek een mooi voorproefje van ASFALT. Een succesvolle actie die heel wat (internationale) visibiliteit opleverde en een extra dimensie van cultuur en energie toevoegde aan het voortraject.

Op 15 september 2024, het weekend voor het festival, werd ASFALT nog een laatste keer gepromoot via een samenwerking met de **KAA Gent Foundation**, vlak voor de aftrap van een wedstrijd in het stadion.





DEEL 3

Vanaf augustus zorgde **citydressing** voor de nodige aankleding en zichtbaarheid in het straatbeeld met ASFALT-vlaggen en banners in gaststad Gent. De stad kreeg ook een artistiek jasje met prachtige **street art** met een blijvend karakter (legacy). Voorbeelden zijn onder meer de reuzegrote ASFALT-aankondiging op de Oude Bib, de ASFALT XXL muur aan de Chinastraat (BUE the Warrior), de Groene Kraan aan het Houtdok (DZIA), de basketbalringen aan het Groene Valleipark (Bruce on the rocks) en als kers op de taart de Hypecourt in het Rabotpark in samenwerking met Lindert Steegen (en Wham Office).



Maatschappelijk voortraject

Bijzondere aandacht ging naar inclusie, met focus op **meisjes en kwetsbare jongeren**. Dit gebeurde in nauwe samenwerking met het EYC-team en de jeugddienst van stad Gent in de wijken waar het festival plaatsvond:

- Watersportbaan (zone Blaarmeersen)
- Muide Meulestede Afrikalaan (zone Houtdok)
- Rabot (zone Rabotpark)
- Brugse Poort (zone Groene Valleipark)

Heel wat initiatieven werden in aanloop naar ASFALT opgezet door wijkpartners. Ook tijdens het festival waren er activiteiten gericht op wijkjongeren (en meisjes), vooral dan in het Rabotpark en het Groene Valleipark:

- Cypher Saamo: vanaf begin augustus tot aan het festival vond elke vrijdag in de Muide een cypher plaats. Dat zijn freestyle rapbattles of andere expressies rond dans en muziek, telkens met een bepaalde host/MC. Jongeren kregen tijdens deze activiteiten een stem en werden warm gemaakt voor ASFALT.
- Workshops quadskate: workshops rollerschaatsen, skateboards en parkour met een specifiek aanbod voor jongeren in de Afrikalaan.
- Yachtdreef Bruist: workshops van sociaal-sportieve praktijken.
- Graffiti, parkour, breaking en skateboarding workshops op meerdere data en in verschillende wijken.
- Workshops street hockey in samenwerking met 15 Gentse scholen.
- Workshop DJ en MC'en.
- Freestyle panna-sstraatvoetbaltoernooi in het Groene Valleipark met zesvoudig wereldkampioen Ilyas Nasri.



Eventinformatie

3. Leerpunten

Algemeen

- De gunningsfase van een dergelijk project vraagt tijd. **Start dus tijdig** en gun de opdracht minstens 1,5 jaar voor de uitvoering.
- Baken de **verantwoordelijkheden** tussen organisator en gaststad vroeg af. Dit zowel op vlak van communicatie, activatie, eventorganisatie en randprogramma. Zo vermijd je misverstanden en vertraging.
- Voorzie een **centrale eventmanager of SPOC binnen de gaststad**. Die coördineert de samenwerking tussen diensten en stakeholders.

Sporttechnisch/competitie

- Voor een authentieke urban culture sfeer is een doordachte **locatiekeuze** essentieel, samen met de juiste **aankleding** en randprogrammatie. Locaties zoals het Houtdok, het Rabotpark en de outdoor skatezone aan de Blaarmeersen scoren sterk op vlak van authenticiteit. Het gebruik en de aankleding van de Topsportal van Sport Vlaanderen Gent voor het skateluij sluiten hier minder goed bij aan.
- Spreiding heeft voor- en nadelen, maar **clusteren** blijft aangewezen. Activiteiten in het Groene Valleipark hadden ook op de Blaarmeersen kunnen plaatsvinden om het aanbod en de aantrekkingskracht daar te versterken. Het Rabotpark bleek moeilijker om publiek aan te trekken.
- **Less is more**: stem het aanbod af op de beschikbare middelen. Programmeer eventueel minder disciplines, maar pak ze dan productioneel groter en spectaculairder aan. Leg daarnaast nog meer nadruk op workshops en initiaties. Zo betrek je meer deelnemers actief en creëer je extra leerervaring en interactie.
- Een dergelijk festival heeft nood aan een **grote internationale trekker** die nationale en internationale media-aandacht en publieksbereik genereert. Denk bijvoorbeeld aan een combinatie met een EK of WK in een populaire discipline. Dat vergroot de impact van het evenement.



Eventinformatie

3. Leerpunten

Logistiek/huisvesting/toegankelijkheid

- De uitbouw op het water in het Houtdok met aanleg van pontons creëerde extra ruimte en versterkte de sfeer, zo'n eye-catcher is een grote meerwaarde.
- Lever gedetailleerde inplantingsplannen tijdig aan bij de gastad.
- Betrek ondersteunende diensten binnen de gaststad tijdig en maak heldere afspraken over hun rol en de verwachtingen (bv. facilitaire dienst, groendienst, reiniging, ...).
- Blijf inzetten op toegankelijkheid, ook in de programmatie van het event (zoals een G-sportaanbod). Lever het toegankelijkheidsplan tijdig af.

Randprogramma

- Naast het sportieve luik is een sterk urban culture programma cruciaal voor een verbindend en sfeervol evenement. Zet hier vol op in, samen met de lokale scène en de wijken rond het event. Denk aan muziek, hiphop, dans, kunst, lifestyle en fashion.
- Verbind ook de catering sterker met de omliggende wijken, in samenwerking met lokale organisaties.

Communicatie & activatie

- De grootste uitdaging bij een nieuw en eenmalig evenement ligt in 'community building' en de lancering van het nieuw merk 'ASFALT'. Dat vraagt een gecoördineerde aanpak qua communicatie en activatie, samen met het LOC, de gaststad, de Vlaamse overheid, federaties en tal van andere (lokale en regionale) stakeholders.
- De activatie moet vanaf de start Vlaanderenbreed opgezet worden. Hier lag de focus bij activatie te sterk op gaststad Gent. Werk daarom ook een volwaardige programmatie uit in andere Vlaamse centrumsteden.
- Lokale activatie trekt de gaststad best zelf, in samenwerking met lokale stakeholders. Het LOC richt zich op de eventorganisatie, het randprogramma en de Vlaamsbrede activatie, samen met federaties en andere relevante partners.
- Zorg voor tijdige coördinatie van de communicatie binnen de gaststad. Werk met één dienst die als aanspreekpunt fungeert en duidelijke afspraken maakt over alle betrokken diensten heen.
- Bewaar een sterke link tussen het voortraject en de rol van lokale partners tijdens het evenement. Hun betrokkenheid moet doorlopen in de uitvoering en het randprogramma.
- Werk nauw samen met sportfederaties op vlak van promotie tijdens het voortraject en initiaties en workshops tijdens het event. Zet ook sterker in op ambassadeurs, zoals topatleten per discipline.
- Blijf inzetten op lokale communicatie in de wijken rond het evenement. Bereik bewoners en jongeren via wijkwerkers en gerichte kanalen, en betrek hen actief, bijvoorbeeld als vrijwilliger.



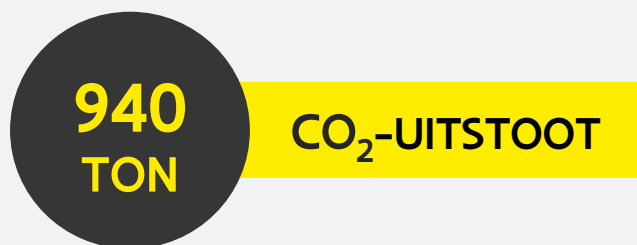
Duurzaamheid

Zoals bij elk topevenement waar EventFlanders bij betrokken is, werd er ook voor ASFALT sterk ingezet op (ecologische) duurzaamheid.

De werkgroep duurzaamheid stond onder leiding van externe partner Green Leisure en bestond onder meer uit vertegenwoordigers van OVAM, de stad Gent en EventFlanders. Samen werkten ze een duurzaamheidsplan uit, inclusief een mobiliteitsplan in samenwerking met Scelta Mobility.

Green Leisure voerde ook een **duurzaamheidsevaluatie** uit. Die bracht de CO₂-uitstoot van het evenement in kaart en gaf een kwalitatieve beoordeling. De totale uitstoot bedroeg **940 ton CO₂**, wat in vergelijking met andere evenementen niet zo veel is. Dat komt voornamelijk door het eerder lokale karakter van het evenement, waardoor de transportuitstoot beperkt bleef, terwijl die doorgaans de grootste factor is.

Het **rapport** bevat ook een score op verschillende duurzaamheidsdimensies. ASFALT behaalde een eindscore van 6,1 en kreeg het label 'goed'. Dat toont aan dat er sterke stappen zijn gezet, maar dat er ook nog ruimte is voor verbetering. Het rapport bevat daarvoor concrete aanbevelingen.¹



¹) 149 punten van de maximaal haalbare score van 234 zijn behaald. Uitstekend is het hoogst haalbare niveau. Daarvoor zijn minimaal 194 punten nodig. Green Leisure Group heeft al meer dan 40 vergelijkbare scans uitgevoerd. De gemiddelde score van zo'n scan ligt tussen de 3,5 en 4 voor evenementen/venues die zich voor een eerste keer aan deze systematiek laten onderwerpen.

THEMA	SCORE
Monitoring	7,78
Management	5,56
Communicatie	5,71
Maatschappelijk betrokken	8,18
Water	5,83
Reiniging	5,83
Afval	7,86
Energie	5,42
Terrein en natuur	6,00
Mobiliteit	6,50
Eten & drinken	5,45
Inkoop	3,13
Gemiddelde score	6,10



Bezoekersprofiel & tevredenheid

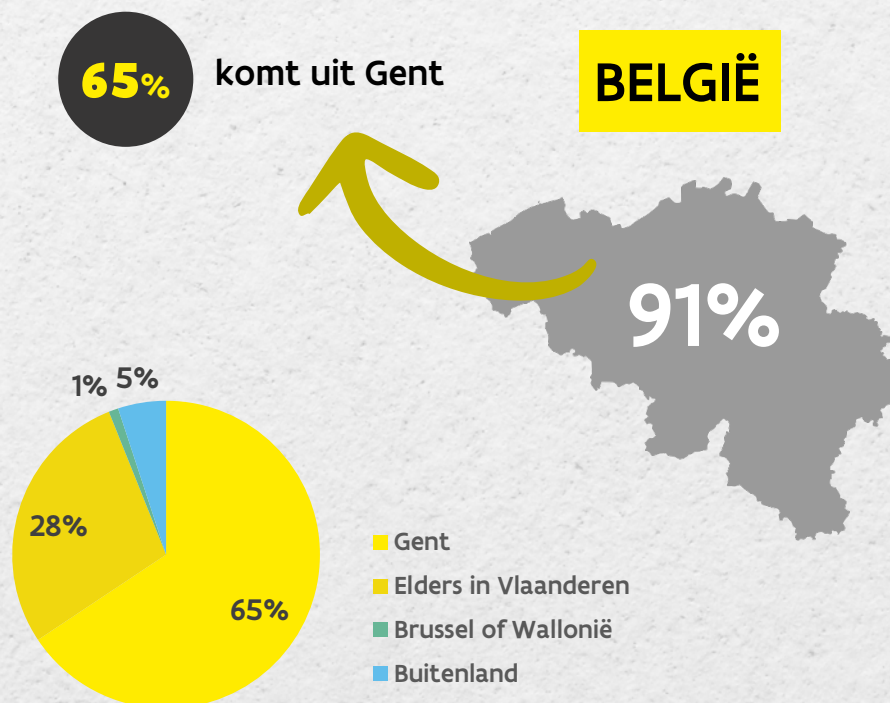
ASFALT trok in totaal **35.000 bezoekers**.

65% kwam uit **Gent** zelf. 83% woonde in de wijken waar de activiteiten plaatsvonden. 28% kwam uit de rest van Vlaanderen en 5% uit het buitenland.

Het publiek was opvallend jong: 57% was jonger dan 35 jaar. Er waren ook iets meer **vrouwen** dan mannen (53% tegenover 45%). Dat is opvallend binnen deze disciplines die vaak een overwegend mannelijk publiek aantrekken. Dit wijst erop dat de gerichte initiatieven om meisjes/vrouwen aan te trekken wel degelijk gewerkt hebben.

De tevredenheid was hoog. 94% van de deelnemers en bezoekers was **(zeer) tevreden** en 88% vond het evenement van hoge kwaliteit. 95% voelde zich welkom en 69% gaf aan dat het evenement een positieve impact had op hun beleving of levenskwaliteit. Daarnaast vond 95% dat ASFALT bijdroeg aan het samenbrengen van de lokale gemeenschap.

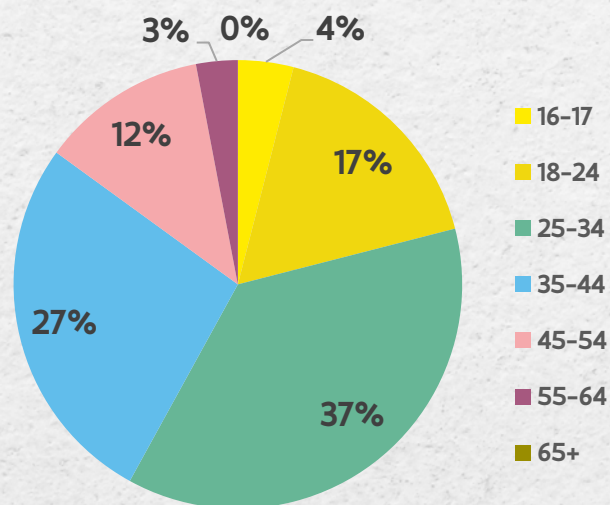
TOTAAL AANTAL BEZOEKERS: 35.000



Bron: Publieksbevraging i.o.v. EventFlanders: 371 respondenten

Bezoekersprofiel & tevredenheid

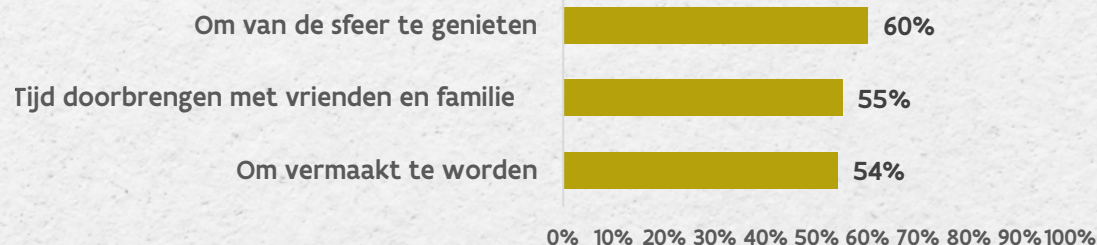
85% jonger dan 45 jaar



Jongeren onder de 16 jaar werden niet bevestigd voor het publieksonderzoek, het aandeel jongeren is dus zeker een onderschatting aangezien er ook veel kinderen op het festival aanwezig waren.

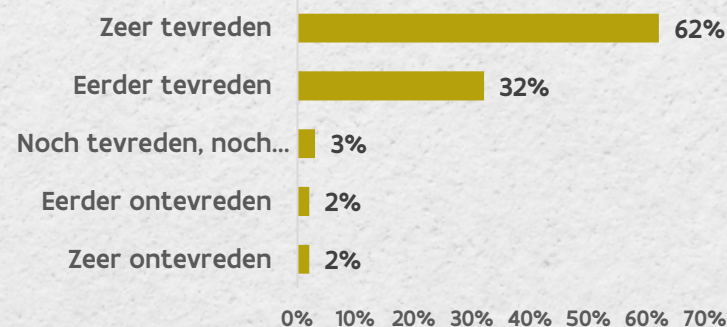
3

hoofdredeenen om te komen:



94%

is tevreden over haar beleving op ASFALT



Bron: Publieksbevraging i.o.v. EventFlanders: 371 respondenten

Economische impact

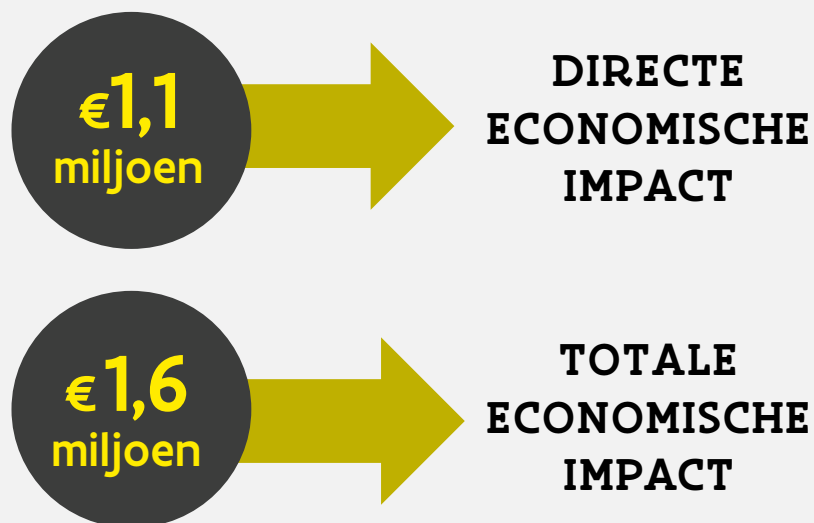
DOELSTELLING

Het Flanders Street Sports & Culture Festival heeft als doel nationale (buiten Vlaanderen) en internationale bezoekers en deelnemers aan te trekken en zo economische return te genereren. Er wordt gemikt op 40.000 bezoekers, waarvan 5% internationaal en 2% nationaal (buiten Vlaanderen).

De reële cijfers lagen lager dan de doelstelling, maar het festival bereikte wel 35.000 bezoekers over drie dagen. Op basis van het publieksonderzoek (zie deel 5) wordt het aantal internationale bezoekers geraamd op 1.750 (5%).

De directe economische impact bedraagt €1,1 miljoen. De totale impact wordt geschat op €1,6 miljoen. Ondanks dat dit niet de primaire doelstelling was, levert de investering van €830.000 excl BTW van de Vlaamse Overheid ook voor een dergelijk evenement dus een economische return op.¹

Deze berekening steunt op data uit de bezoekerssurvey, via de Event Impact Calculator van Oxford Economics.



¹) EventFlanders brengt voor elk evenement de directe en totale economische impact in kaart, los van de uitgaven door de organisatie zelf. De directe impact omvat de uitgaven van bezoekers en deelnemers naar aanleiding van het evenement. De totale impact houdt ook rekening met de bijkomende economische activiteit die daaruit voortvloeit. Om een overschatting tegen te gaan wordt er enkel rekening gehouden met de uitgaven van de buitenlandse bezoekers en deelnemers.

Reputationele impact

DOELSTELLINGEN

- Het Flanders Street Sports & Culture Festival 2024 versterkt de internationale reputatie van Vlaanderen als (top)sportregio en van Vlaanderen als merk ('Flanders State of the Art').
- Het evenement versterkt de internationale profilering van Vlaanderen (en specifiek gaststad Gent) als aantrekkelijke (jongeren)bestemming voor urban sports & culture.
- Het evenement draagt bij aan een positievere perceptie van straatporten en straatcultuur, die vaak nog een negatief imago hebben (overlast, vandalisme, drugs).

Na het succesvolle WK 3x3 basketbal in 2022 (Antwerpen) en het WK breaking in 2023 (Leuven) ontwikkelde EventFlanders met ASFALT een eigen eventconcept om urban sports & culture verder te ontwikkelen in Vlaanderen. Het uitgangspunt was om er een terugkerend event van te maken, onder voorbehoud van een gunstige evaluatie en beschikbaarheid van middelen.

De opstart van dit nieuwe event vroeg een grote investering in community-building en merkontwikkeling. Voor ASFALT werd een opvallende en dynamische branding uitgewerkt, met zichtbaarheid voor alle partners. Fast Forward en Luckytree slaagden erin de kern van straatcultuur – rauw, authentiek, expressief en creatief – te vertalen naar een sterke visuele identiteit. Ook de naam ASFALT was een schot in de roos. Die verwijst niet alleen naar de fysieke ondergrond van straatactiviteiten, maar ook naar de mentaliteit en kracht van de urban community.



Reputationele impact

Media-aandacht

Een geïntegreerde communicatie- en mediastrategie, onder regie van Walkie Talkie (in opdracht van organisatoren Fast Forward Events en Luckytree), zorgde voor een **brede mix aan communicatie- en mediakanalen**. Dit verliep in nauwe samenwerking met gaststad Gent (en het EYC-team), Sport Vlaanderen en Toerisme Vlaanderen, de betrokken sportfederaties en jongerenorganisaties.

Het mediabereik is echter niet vergelijkbaar met dat van kampioenschappen zoals EK's, WK's of Olympische qualifiers binnen deze straatsportdisciplines. Zeker binnen Olympische disciplines zoals skateboarding, 3x3 basketbal en BMX freestyle speelt broadcasting (tv en digitaal) een grote rol.

Het mediabereik hangt sterk af van de topsportwaarde en het deelnemersveld. Wanneer je een Europese of wereldtitel kan binnenhalen, is er automatisch meer media-aandacht, vooral in populaire disciplines. Toch hoeft dat niet altijd via een kampioenschap (EK/WK). Dat bewijzen vergelijkbare internationale urban sportevenementen zoals bijvoorbeeld FISE Montpellier, MASH Munchen en O Marisquino in Vigo. Zij bouwen wel al jaren aan hun merkbekendheid en credibiliteit bij de urban sports community die dan weer het nodige publieksbereik en de nodige media-aandacht genereren. Het is dus een verhaal van groei en investering.

ASFALT staat nog aan het begin van dat traject. Beperkte media-aandacht ligt dan ook in lijn met het nieuwe karakter van het evenement en de gekozen formats. Het is vooral een verhaal van groei en blijvende investering.

Voor ASFALT lag de reputationele waarde vooral in het **(inter)nationale bereik via social media**. Daar merk je de grote kracht van een multidisciplinair event waarbij je verschillende publieken/communities bereikt die erg actief zijn op social media. Instagram was hierbij het belangrijkste kanaal, naast TikTok en Youtube.



256
influencers



4.973
social media posts

18,6mln
impressies



7,98mln
mensen



€1,18mln
geschatte earned
media value



64%
nationaal



36%
internationaal

Reputationele impact

Media-aandacht

De combinatie om ASFALT te programmeren tijdens EYC 2024 zorgde voor internationale weerklank. Gent werd zo verder geprofileerd als vooruitstrevende stad voor urban sport en (jeugd)cultuur.

In samenwerking met de stad Gent kregen betrokken Gentse jongeren(organisaties) de vrijheid om binnen het themajaar EYC 2024 een eigen verhaal te vertellen, met alle communicatiemiddelen die ze wilden gebruiken. Van een eigen huisstijl en website, over een door hen uitgedokterde marketingstrategie tot slimme social media campagnes. Guillaume Clincke, medeoprichter van de skate community Hall of Skate, draaide een **mini-documentaire** om mensen kennis te laten maken met de urban scene. De documentaire hielp om andere jongeren te inspireren zich te engageren voor ASFALT.

Er werden **Mediadeals** afgesloten met Sporza, MNM, Het Nieuwsblad, AVS, La Dernière Heure en NRJ.

Daarnaast werd een doeltreffende (nationale) **PR-campagne** opgezet met de organisatie van 2 persmomenten en 6 persberichten tussen februari en september 2024. E werd nauw afgestemd met de lokale, regionale en nationale (vak)pers en (lifestyle) week- en maandbladen. Dit resulteerde in 151 media clippings, goed voor een advertentiewaarde van 1,7 miljoen euro. ASFALT kwam onder meer aan bod op VRT (Journaal, Karrewiet, Sporza), MNM, Radio 2 en in titels zoals Het Nieuwsblad, HLN, Flair, La DH, La Libre, RTL Info, TAGMAG, AVS, Goed Gevoel en Nina.

Ook de **communicatie en activiteiten van partners** zorgden voor extra bereik, zowel nationaal als internationaal. Denk aan samenwerkingen met Red Bull, Samsung, RIProken, Panna Knock Out, World Cup Skateboarding, World Chase Tag, Tout Bien en de Belgian Skateboard Association.



151

media clippings



€1.699.327

ad value

EventFlanders en de stad Gent beoordelen dit als een sterk resultaat op vlak van pers aandacht, zeker voor een eerste editie.

Indien er een volgende editie zou komen, kan er verder gebouwd worden op deze merkbekendheid. Om de zichtbaarheid te vergroten, kan inspiratie gehaald worden uit soortgelijke internationale evenementen die al jaren bestaan (zie eerdere voorbeelden – FISE, MASH, O Marisquino).

Reputationele impact

Leerpunten communicatie

Het **breed aanbod aan sporten** en atleten is een troef voor bezoekers, maar leidt bij de media vaak tot een overaanbod aan informatie. Dit werd opgelost door meerdere persberichten te versturen die zich op verschillende aspecten richten. Het is doeltreffender om op een beperkt aantal sporten en highlights te focussen, met een link naar het algemene persbericht voor wie meer info wenst.

De **foto- en videocontent** was van hoge kwaliteit. Hier is nog heel wat groeipotentieel om dit intensiever en gericht in te zetten, bijvoorbeeld in samenwerking met mediapartners.

Het **lokale ambassadeurschap** was goed uitgewerkt. Vlaanderenbreed liggen er nog kansen, bijvoorbeeld via de inzet van topatleten per discipline. In samenwerking met federaties kunnen zij de campagne versterken (bv. Meet & Greet, prijsuitreikingen, jury, eigen deelname, ...).

De **wijkcommunicatie** in de directe omgeving van de eventlocaties kon beter. Veel bewoners en jongeren wisten niet dat het festival zou plaatsvinden en ontdekten het pas tijdens het event. Gerichte communicatie via wijkwerkers en lokale kanalen is essentieel, zeker bij een nieuw en stedelijk verankerd evenement.

Volgens EventFlanders is het nog te vroeg om te stellen dat ASFALT de internationale reputatie van Vlaanderen als (top)sportregio of merk al wezenlijk heeft versterkt.

Wel durven we te stellen dat de internationale broadcasting (livestreams) en sterke social media-impact, in combinatie met het themajaar EYC 2024, hebben bijgedragen aan de **internationale profilering van Vlaanderen**.

Voorals Gent kwam sterker in beeld als stad voor urban sports & culture. Spectaculaire beelden van niet alledaagse locaties zoals het Houtdok en Rabotpark, en van acties in het voortraject zoals Red Bull Dance your Style onder de Stadshal, werden internationaal breed verspreid. Zo kwam Gent op een unieke manier in beeld.



Reputationele impact

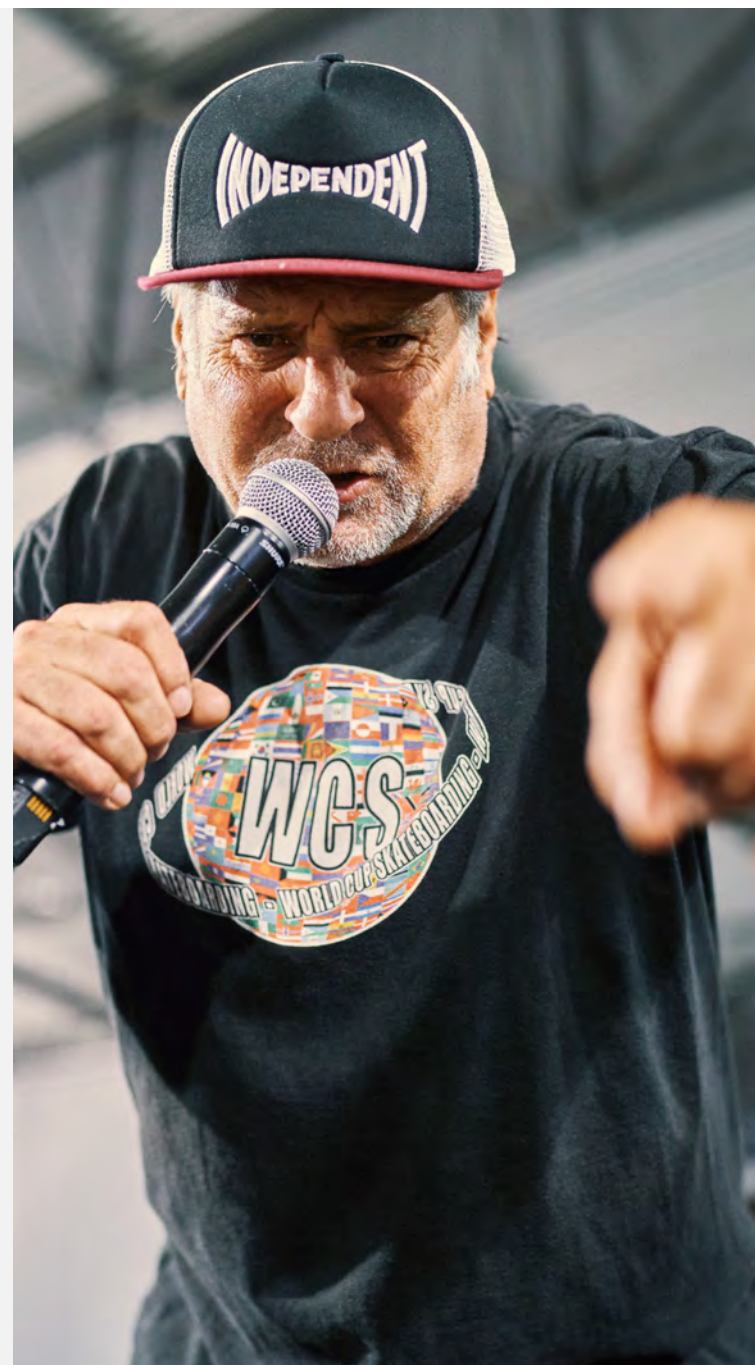
Perceptie bezoekers

In opdracht van EventFlanders werd een publieksbevraging uitgevoerd bij 371 respondenten. Het onderzoek gebeurde door een consortium van BOP Consulting, de Vrije Universiteit Brussel (SASO en Spliss) en Sheffield Hallam University (UK).

De bevraging peilde naar de perceptie van bezoekers over de stad Gent en over straatsport en -cultuur.

De resultaten leren ons dat zowel Gent als urban sports & culture positiever worden beoordeeld na deelname aan ASFALT. 84% geeft ook aan dat ze (veel) meer geneigd zijn terug te komen naar een evenement als ASFALT.

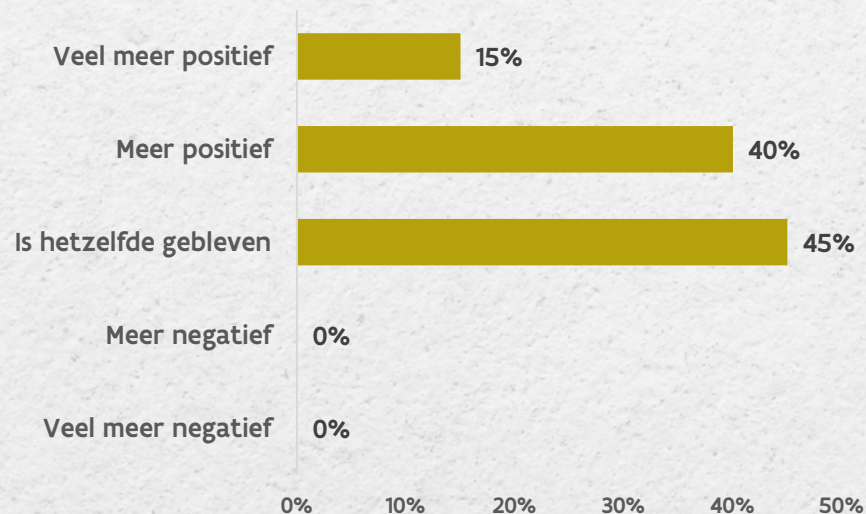
ASFALT had dus een duidelijke positieve impact op de perceptie van bezoekers.



Reputationele impact

55%

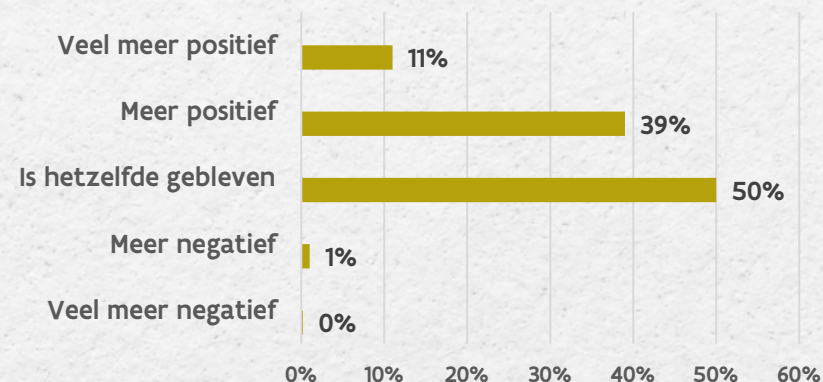
van de bezoekers heeft een positiever beeld van straatsport en -cultuur na het bezoeken van ASFALT



Bron: Publieksbevraging i.o.v. EventFlanders: 371 respondenten

50%

geeft aan dat hun perceptie van Gent positiever is na hun bezoek



84%

zegt dat het waarschijnlijk is dat ze opnieuw een evenement als ASFALT zouden bezoeken



Maatschappelijke impact

DOELSTELLINGEN

- Het evenement stimuleert de ontwikkeling van urban sports & culture in Vlaanderen (en in het bijzonder in gaststad Gent). Het draagt ook bij aan de ontwikkeling van jongeren, met duurzame langetermijnprojecten en -realisaties.
- Met het evenement en het voortraject een brede en diverse groep jongeren bereiken en betrekken, met extra aandacht voor kwetsbare jongeren.

Straatsport maakt deel uit van een bredere straatcultuur. Het gaat om meer dan sport alleen. Het is een levensstijl en een manier om jezelf uit te drukken. Het leeft in het straatbeeld en binnen de hedendaagse jeugdcultuur. Het is een verzameling van subculturen/communities, van gelijkgestemden met gedeelde passies. Dat vraagt ook een eigen manier van organiseren: losser, vanuit de community en niet louter vanuit competitie of topsport.

Door hun laagdrempeligheid en culturele inbedding hebben straatsporten een sterke maatschappelijke waarde. Ze bereiken jongeren die anders moeilijk aansluiting vinden. Ze bieden een veilige plek om zichzelf te zijn en zich te uiten.

Met ASFALT probeerde EventFlanders om hierop in te spelen. Het festival bood Vlaamse straatsport- en cultuurcommunities kansen om regionaal en (inter)nationaal te connecteren. In samenwerking met Sport Vlaanderen, de stad Gent (en het EYC-team), Fast Forward Events, Luckytree en tal van federaties en jongerenorganisaties werden meer dan 15 disciplines in de kijker gezet.

De nadruk lag op kennismaking, stimulatie en participatie. Jongeren werden geprikkeld via een sterk kijksporaanbod en konden zelf deelnemen aan initiaties en workshops. Tegelijk kregen Vlaamse toppers en opkomende talenten een podium naast internationale namen. De World Cup Skateboarding in de Blaarmeersen en World Chase Tag binnen de discipline parkour zijn daar sterke voorbeelden van.

Sport werd bewust gekoppeld aan de bredere subcultuur. Het randprogramma bracht muziek, dans, kunst (street art en graffiti) en literatuur (spoken word) samen. Er ging ook aandacht naar video- en beeldcreatie (en innovatie) binnen de verschillende disciplines. Dit droeg bij aan een dynamisch en toegankelijk festival. De integratie van lokale kunstenaars, workshops en initiaties zorgde dan weer voor een participatieve sfeer.

Maatschappelijke impact

IMPACT

European Youth Capital

Voor EventFlanders was het bijzonder waardevol om ASFALT te organiseren in Gent tijdens EYC 2024 (European Youth Capital, Europese Jongerenhoofdstad 2024). ASFALT was één van de belangrijkste projectlijnen binnen EYC, naast Cluster festival, het Groot Debat en de EYC Open-Call

Gent bouwde de voorbije jaren sterke expertise op in urban sports & culture, met focus op inclusie en co-creatie. De stad investeerde ook in infrastructuur, zoals het skatepark aan de Blaarmeersen. De stad wilt een lab zijn waar jongeren kunnen experimenteren met straatsporten zoals breaking en skaten, maar ook met muziek en graffiti.

Het themajaar EYC 2024 versterkte Gent als innovatieve jongerenstad en ASFALT werd volledig uitgewerkt in lijn met de doelstellingen en waarden van EYC, die parallel lopen met de European Youth Strategy.

- **ENGAGE:** jongeren werden actief betrokken en kregen een rol als volwaardige partner, onder meer in het voortraject en randprogramma.
- **EMPOWER:** ASFALT gaf jongeren ruimte om zichzelf te zijn, te ontdekken en te groeien.
- **CARE:** er werd een sociaal traject uitgewerkt, in samenwerking met de stad Gent en het EYC-team, met extra aandacht voor maatschappelijk kwetsbare jongeren

Het voortraject en het culturele programma werden in co-creatie uitgewerkt met jongerenorganisaties en lokale urban communities, met

focus op **authenticiteit, diversiteit en duurzaamheid**.

Dit voortraject was essentieel om het evenement stevig te verankeren in de (lokale) gemeenschappen en de stedelijke cultuur. Een diverse mix van activiteiten bereikte een breed publiek, waarbij de nadruk lag op het creëren van participatie, zichtbaarheid en artistieke expressie. Dit niet alleen om iedereen warm te maken voor het festival op zich, maar ook als middel om duurzame impact te realiseren. Op lokaal vlak was dit succesvol, Vlaanderenbreed bleef het activatietraject te beperkt.

Sporters, skaters, dansers, graffitikunstenaars en rappers leerden elkaar kennen. Ze kregen niet alleen de kans om luidop te dromen hoe hun ideale stad en hun ideale festival eruit zag, ze kregen ook de verantwoordelijkheid en het budget om die dromen waar te maken.

Jeugddienst stad Gent, EYC 2024

Maatschappelijke impact

IMPACT

Verbinding

De stad Gent en het EYC-team benadrukken dat ASFALT de **cohesie tussen jongerenorganisaties en de betrokken lokale communities** heeft versterkt. Dit bevestigt ook het maatschappelijk impactonderzoek (BOP Consulting, VUB en Sheffield Hallam). Maar liefst 95% van de bevroagden gaf aan dat het evenement de lokale gemeenschappen dichter bij elkaar bracht en de perceptie van straatcultuur verbeterde.

Er kwam ook **positieve feedback van de meeste belanghebbenden en (jongeren)organisaties die bij de organisatie van ASFALT betrokken waren**. Zij benadrukken de kansen die het festival bood voor het onderhouden van partnerrelaties, meer autonomie en betere netwerkmogelijkheden. Vooral ook de bredere aandacht voor urban culture en kunst en de kansen die werden geboden aan maatschappelijke organisaties en kunstenaars, werd positief beoordeeld.

De organisatie van ASFALT heeft ook geleid tot een **betere samenwerking tussen de betrokken stadsdiensten en de lokale (urban sports & culture) communities** in Gent. Dat kwam door hun actieve rol in de uitwerking van het voortraject en het evenement zelf. Ook de beleidsoverschrijdende samenwerking tussen verschillende diensten van stad Gent (bv. sport, cultuur, jeugd, evenementen, preventie en veiligheid), werd versterkt.

De keuze om ASFALT **buiten het stadscentrum** te organiseren, in wijken waar jongeren en lokale communities actief zijn, bleek een meerwaarde. Het toonde een andere kant van Gent en droeg bij aan een positievere perceptie van straatsport en urban culture. Daarbij waardeerden de betrokken organisaties dat deze wijken hierbij positief in beeld kwamen.



Maatschappelijke impact

IMPACT

Urban sport katalysator

Bij toekomstige edities van een dergelijk evenement kan nog sterker worden ingezet op bottom-up initiatieven vanuit lokale (jongeren)organisaties. Meer ruimte voor eigen initiatieven en betrokkenheid kan bijdragen aan talentontwikkeling en instroom in het verenigings- en beroepsleven. Het sociale aspect moet daarbij nog centraler staan, met extra aandacht voor **inclusie en maatschappelijk kwetsbare jongeren**. Disciplines zoals straatvoetbal, dans (hiphop en breaking) en 3x3 basketbal bieden hiervoor duidelijke kansen. In het voortraject werden al waardevolle initiatieven opgezet in de wijken, met actieve participatie van lokale jeugdorganisaties. De zichtbaarheid bleef echter beperkt en de deelname van deze jongeren aan het evenement zelf was onvoldoende. Een sterkere communicatie en betere begeleiding van wijkorganisaties kunnen hier het verschil maken. Daarnaast is er ruimte om structureel meer aandacht te geven aan een aanbod voor jongeren met een beperking.

Door de verhoogde aandacht, het voortraject, het sportstimuleringsprogramma tijdens het festival en de actieve samenwerkingen hopen we dat dit een **boost oplevert voor de verdere ontwikkeling van urban sports (& culture) in Gent en ruimer in Vlaanderen**. Het internationaal bereik (zowel in toeschouwers als mediabereik) bleef bij deze eerste editie nog beperkt, maar er is duidelijk groeipotentieel. De eerste editie van ASFALT toont alvast de waarde en mogelijkheden van een dergelijk urban sport- en cultuurevenement.

Naast de bredere doelstellingen werd Gent ondergedompeld in een gezellige straatsport en urban culture sfeer. Dat gebeurde via programmatie op meerdere locaties, zowel in het toeristische centrum (vooral in het voortraject) als in de wijken en op plekken waar jongeren en lokale communities actief zijn.

De betrokkenheid van lokale gemeenschappen en Gentse (jongeren)organisaties zorgde voor een sterke verankering **in de stedelijke identiteit van Gent**. ASFALT was hierbij een **katalysator** ter versterking van de urban sportcultuur in Gent. Op regionaal niveau was de reikwijdte van het evenement beperkter. Een bredere impact vraagt herhaling en verdere groei van het initiatief.



Maatschappelijke impact

IMPACT

Legacy

In samenwerking met de stad Gent, het EYC 2024-team en Sport Vlaanderen werd een **impacttraject** opgezet, onder coördinatie van EventFlanders, met focus op de lange termijn. Daarbij werd een Theory of Change uitgewerkt die de beoogde impactdoelstellingen en bijhorende acties helder in kaart bracht. Verschillende elementen hiervan komen terug in dit rapport.

ASFALT heeft een **blijvende impact** met enkele toonaangevende **street art-projecten** die de identiteit van de wijken en communities die er actief zijn, versterken. Concreet gaat het om de ASFALT XXL muur aan de Chinastraat (BUE the Warrior), de Groene Kraan aan het Houtdok (DZIA), de basketbalringen aan het Groene Valleipark (Bruce on the rocks) en als kers op de taart de Hypecourt in het Rabotpark in samenwerking met Lindert Steegen (en Wham Office).

Om die langetermijnpact echt te realiseren, zijn volgende bijkomende stappen nodig:

- De scope van een evenement zoals ASFALT ligt vandaag vooral op stedelijk niveau. EventFlanders adviseert de stad Gent om **verder te investeren in het (structurele) urban sports & culture beleid** en te onderzoeken wat de waarde van een wederkerig evenement hierin kan zijn. Herhaling is essentieel om impact te creëren, met duurzame acties die doorlopen na afloop van het evenement en samenwerkingsprojecten en kennisdeling met andere Vlaamse (centrum)steden. Hierin kunnen we ook leren van bevriende steden en regio's in het buitenland.
- **EventFlanders blijft urban sports 'topevenementen' aantrekken**, met focus op kampioenschappen (EK/WK) en grote internationale formats (bv. FIBA EK 3x3 2026, EYOF 2029, ...). Het is wel belangrijk om dit uit te bouwen met een lokaal & regionaal urban sports & culture voortraject en randprogramma, in nauwe samenwerking met de federaties en de regionale en lokale urban scene.



Maatschappelijke impact

- Verder **onderzoek en investeringen in inclusie en talentontwikkeling van (maatschappelijk kwetsbare) jongeren**. Dit zowel in de organisatie als in het voortraject van ondersteunde Vlaamse topevenementen. Ook samenwerken met (centrum)steden rond deze thema's blijft daarbij belangrijk.
- **Sport Vlaanderen blijft inzetten op de ondersteuning van urban sportevenementen** via de reguliere subsidies, met aandacht voor het DNA en de eigenheid van deze sporten. Hierbij zal bijvoorbeeld worden onderzocht om een succesvol format zoals de World Cup skateboarding (jaarlijks) verder te zetten.

Straatsporten vragen een eigen aanpak qua organisatie, vanuit de bredere subcultuur: lossier en minder gebonden aan een klassieke topsport- en competitiebenadering.

Na succesvolle internationale evenementen zoals het WK 3x3, het WK breaking en ASFALT blijven EventFlanders en Sport Vlaanderen inzetten op impactvolle urban sport- en cultuurevenementen. Die worden bij voorkeur ingebed in een meerjarenstrategie, in samenwerking met federaties en lokale overheden.

ASFALT was een knaller. Nog nooit had de urban scene in Gent zoveel vrijheid en ruimte gekregen om aan hun stad te tonen tot wat ze in staat waren. Nog nooit hadden ze aan zoveel mensen mogen showen hoe ruw, hoe rijk en hoe sportief hun cultuur is. Nog nooit kregen ze zo een groot podium voor al hun talenten.

Jeugddienst stad Gent, EYC 2024





CONCLUSIES

1. Respect voor de community

ASFALT was een succes, voor de deelnemers, het publiek en de samenwerking tussen de partners. De eerste editie lokte 35.000 bezoekers, waarvan 5% internationaal. Uit de evaluaties blijkt dat de underground scene zich gehoord en gezien voelde. Dat toont aan dat de organisatie erin slaagde de community te betrekken en een authentieke, respectvolle sfeer te creëren.

2. Reputatie als jongerenbestemming

Als onderdeel van het themajaar EYC 2024 heeft ASFALT bijgedragen aan de internationale profilering van Vlaanderen, met de focus op Gent, als aantrekkelijke urban sport en culture jongerenbestemming. ASFALT had ook een duidelijke positieve impact op de perceptie van bezoekers over de stad Gent en over straatsport en straatcultuur in het algemeen.

3. Authenticiteit

Het bewaken van de 'puurheid' van urban sport- en cultuurevenementen blijft cruciaal. Het evenwicht tussen commercialisering en authenticiteit is fragiel en ligt gevoelig binnen de community. Een sterk en volwaardig urban culture aanbod, uitgewerkt in nauwe samenwerking met de lokale community, is daarbij essentieel. Ook duurzame street art als blijvende legacy kan de identiteit van wijken en communities versterken.

4. Bottom-up

Geef jongeren een stem binnen de organisatie en het voortraject door hen nauw te betrekken. ASFALT was hierin een goede testcase. Deze bottom-up aanpak kan voor toekomstige evenementen nog verder uitgewerkt worden. Dat kan door lokale (jongeren)organisaties tijdig te betrekken, advies te laten geven en ruimte te geven om zelf initiatieven te ontwikkelen en bij te dragen aan het evenement. Dit versterkt tegelijk de talentontwikkeling van jongeren.

5. Groeitraject

Er is internationaal potentieel voor een overkoepelend urban sports & culture evenement in Vlaanderen, maar je hebt tijd nodig om het te ontwikkelen en te laten groeien. Nu had het evenement vooral stedelijke impact. De Vlaanderenbrede impact van het voortraject en het evenement was beperkt.

6. Internationale formats

Voor een sterk publieks- en mediabereik zijn unieke internationale competitieformats nodig. Formats zoals World Cup Skateboarding, hiphop chorea stand-up battles en World Chase Tag vormen een goede basis, maar winnen aan kracht wanneer ze worden gecombineerd met een kampioenschap (EK/WK) binnen een discipline. Dat verhoogt de topsportwaarde en de zichtbaarheid. Tegelijk ligt er potentieel in het verder uitbouwen van een internationaal urban culture programma, met aandacht voor muziek, kunst en andere culturele elementen.

CONCLUSIES

7. Voortraject met doorstroom

In het voortraject werden sterke acties opgezet, maar de koppeling met het festival zelf bleef te beperkt. Het voortraject is niet alleen een volwaardig programma met eigen doelstellingen. Het moet ook zorgen voor doorstroom: betrokken organisaties en jongeren nemen daarom best een actieve rol op tijdens het evenement zelf.

8. Inclusie

Door hun laagdrempelig karakter bereiken (bepaalde) straatsporten een brede en diverse groep jongeren. Gerichte acties, in nauwe samenwerking met de gaststad en wijkorganisaties, kunnen helpen om maatschappelijk kwetsbare jongeren te bereiken en (talent)ontwikkeling te stimuleren. De leerpunten van ASFALT vormen daarbij een belangrijke basis voor toekomstige projecten.

95% van de bevroagde bezoekers van ASFALT gaf aan dat het evenement de lokale gemeenschappen dichter bij elkaar bracht, het publiek ziet dus ook het inclusieve potentieel van dergelijke evenementen.

9. Duurzame toekomst

Het is belangrijk om verder te investeren in de ontwikkeling van urban sports & culture in Vlaanderen, zowel vanuit de Vlaamse overheid als vanuit de (centrum)steden. Straatsporten zijn toegankelijk, laagdrempelig en verbonden aan de culturele identiteit van jongeren, met linken naar muziek, kunst, fashion en lifestyle. Vanuit EventFlanders, in samenwerking met Sport Vlaanderen, wordt bekeken welke internationale toevenementen en formats het meest waardevol zijn voor de regio.



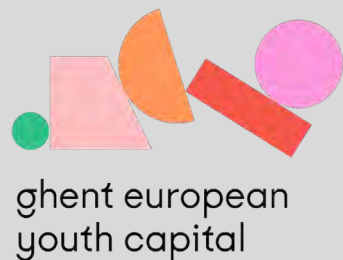
Organisatoren



**FAST
FORWARD**

L
U
C
K
T
R
E
E

Institutionele partners



Verantwoordelijke Uitgever (V.U.)

Leen Gysen, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

Wettelijk depot

D/2026/5635/28

Copyrights

Jonathan Verschuere, Thomas De Boever,
Wabi Sabi, Melvin Vanderstylen, Switn,
Martin Corlazolli, Kim B,

Meer informatie

www.toerismevlaanderen.be

Alle rechten voorbehouden. Behoudens de uitdrukkelijk bij wet bepaalde uitzonderingen mag niets uit deze uitgave worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand of openbaar gemaakt, op welk wijze ook, zonder de voorafgaande en schriftelijke toestemming van de uitgever.

