



Vlaanderen
is materiaalbewust



AFVAL EN MATERIALEN OP FESTIVALCAMPINGS

SAMEN MAKEN WE
MORGEN MOOIER

OVAM

OVAM.VLAANDEREN.BE



AFVAL EN MATERIALEN **OP FESTIVALCAMPINGS**

Studie uitgevoerd door Deloitte en MAS
Research, bestek nr. 9497
Publicatiedatum:



DOCUMENTBESCHRIJVING

- | | | | |
|----|--|----|--|
| 1 | <i>Titel van publicatie:</i>
Afval en materialen op festivalcampings | 2 | Verantwoordelijke Uitgever:
OVAM |
| 3 | Wettelijk Depot nummer: | 4 | <i>Trefwoorden:</i>
Festival, camping, afval, preventie |
| 5 | <i>Samenvatting:</i>
Deze studie schetst de problematiek van afval op festivalcampings, bespreekt de resultaten van een enquête bij festivalgangers en geeft een overzicht van goede praktijken ter inspiratie voor organisatoren van festivalcampings. | | |
| 6 | Aantal bladzijden: 61 | 7 | Aantal tabellen en figuren: 33 |
| 8 | Datum publicatie:
20/12/2023 | 9 | Prijs*: / |
| 10 | <i>Begeleidingsgroep en/of auteur:</i>
Deloitte Consulting & Advisory, MAS Research, Lore Claes, Kathleen Schelfhout, Stijn Lambert, Jeroen Verdonck, Hilde Pootemans, Anouk Winant | 11 | <i>Contactpersonen:</i>
OVAM: Lore Claes en Kathleen Schelfhout
Deloitte: Maarten Dubois |
| 12 | Andere titels over dit onderwerp: / | | |

U hebt het recht deze studie te downloaden, te printen en digitaal te verspreiden. U hebt niet het recht deze aan te passen of voor commerciële doeleinden te gebruiken.

De meeste OVAM-publicaties kunt u raadplegen en/of downloaden op de OVAM-website:
<http://www.ovam.be>

* Prijswijzigingen voorbehouden.

INHOUD

Lijst van tabellen.....	6
Lijst van figuren	7
Samenvatting.....	8
1 Inleiding.....	16
1.1 Doelstelling van de studie	16
1.2 Methodologie	17
1.3 Profiel bevroegde kampeeders	17
2 Afval op festivalcampings	20
2.1 Festivals in Vlaanderen	20
2.2 Afvalhoeveelheden	21
2.3 Afvalstromen	23
2.4 Stakeholders	30
3 Huidige initiatieven	34
3.1 Afvalpreventie	34
3.2 Hergebruik	42
3.3 Recyclage	46
4 Verschillen tussen kampeeders	51
4.1 Verschillen bevraging online en ter plekke	51
4.2 Verschillen per leeftijdscategorie	52
4.3 Verschillen tussen frequente en minder frequente festivalkampeeders	52
4.4 Verschillen per regio van oorsprong	53
5 Conclusie en actiefiches.....	54
6 Bijlagen.....	56
6.1 Bijlage A: Lijst van Uitgevoerde diepte-interviews	56
6.2 Bijlage B: Foto van het survey team met Qr-code t-shirts voor bevraging	57
6.3 Bijlage C: technisch rapport bevraging kampeeders	57
6.4 Bijlage D: Fiches met acties	57
7 Bibliografie	64

LIJST VAN TABELLEN

Tabel 1: Hoeveelheid en type van afval ingezameld op festivalcampings tijdens en na het festival. Gebaseerd op informatie van 8 festivals die hebben plaats gevonden in de periode 2021 - 2023.....	9
Tabel 2: Profiel van de respondenten in de uitgevoerde enquête (1947 respondenten)	18
Tabel 3: Bijkomende karakteristieken van de respondenten ter plaatse (1092 respondenten)	19
Tabel 4: Types festivals in Vlaanderen.....	20
Tabel 5: Hoeveelheid en type van afval ingezameld op festivalcampings tijdens en na het festival. Gebaseerd op informatie van acht festivals die hebben plaats gevonden in de periode 2021 – 2023	22
Tabel 6: Resultaten van de online-enquête over het eten op de camping (823 respondenten die plannen ter plekke eten te kopen).....	27
Tabel 7: Resultaten van de enquête uitgevoerd ter plaatse over het eten op de camping (1092 respondenten)	28

LIJST VAN FIGUREN

Figuur 1: 46% van de respondenten overweegt om een deel of al het kampeermateriaal te huren	10
Figuur 2: 83% van de bezoekers geeft aan geen kampeermateriaal achter te laten	11
Figuur 3: Een bevraging van 1947 kampeersers geeft aan dat één op zes bezoekers ongesorteerd afval achterlaat op het kampeerterein	12
Figuur 4: Potentiële acties om afval op festivalcampings te voorkomen en zo goed mogelijk te beheren	13
Figuur 5: Festivals waar de bevroagde kampeersers naar toe gaan in de zomer van 2023 (1947 deelnemers, meerdere festivals mogelijk)	18
Figuur 6: Foto ter illustratie van achtergelaten tenten en ander afval op een camping na een festival (De Standaard, 2022)	21
Figuur 7: Overzicht van de verschillende afvalstromen die terug te vinden zijn op festivalcampings	23
Figuur 8: Overzicht van het type kampeermateriaal dat campingbezoekers meebrengen op een festival (op 1942 respondenten)	24
Figuur 9: Links: Achtergelaten zetel en salontafel (RTLNieuws, 2018); Rechts: opblaasbaar zwembad achtergelaten (NOS, 2016)	25
Figuur 10: 17% van de bezoekers overweegt om gebruik te maken van een vooraf opgezette tent	25
Figuur 11: 83% van de respondenten heeft geen interesse in vooraf opgezette tenten	26
Figuur 12: 17% van de bevroagde kampeersers geeft aan wel eens kampeermateriaal achter te laten	26
Figuur 13: 15% van de bezoekers verwacht voedseloverschotten achter te laten bij vertrek	28
Figuur 14: 18% van de bezoekers gooit afval op de grond of laat het ongesorteerd achter	29
Figuur 15: keuzecriteria voor aankoop kampeermateriaal	31
Figuur 16: Kampeerspullen die online respondenten willen huren (899 respondenten die geïnteresseerd zijn in huren) ...	32
Figuur 17: De afvalhiërarchie als basis voor afval en materialenbeleid	34
Figuur 18: Tentwatcher op Solar Weekend festival 2018, een voorbeeld van een communicatiecampagne die het juiste gedrag aanmoedigt	35
Figuur 19: Kampeersers nemen deel aan de ‘Alpaca My Tent Back Home’ campagne op Pukkelpop (UCLL, 2022)	35
Figuur 20: Vooropgezette <i>limited edition</i> tenten van Tomorrowland die aangekocht zijn door kampeersers en achteraf terug mee naar huis kunnen genomen worden	41
Figuur 21: Drie voorbeelden van vooraf opgezette kampeeraccommodaties gebruikt in verhuurformules. Links: Rechargers (Rechargers, 2023); Midden: Festitent (FestiTent, 2023); Rechts: CAMP2CAMP 2021	42
Figuur 22: 46% van de bezoekers overweegt een deel of al het kampeermateriaal te huren	44
Figuur 23: Herbruikbare waterfles met logo van het festival op Horst festival (Horst, 2023)	46
Figuur 24: Sensibiliserende initiatieven op Tomorrowland om goed sorteergedrag en de waarde van materialen aan te tonen. Links: sorteersband voor pmd-materiaal; Rechtsboven: gerecycleerde flesopener die via 3D print verkregen werd na het inleveren van PET-bekers; Rechtsonder: Een blikjesvuilbak die het leuk maakt om blikjes in te sorteren	48
Figuur 25: Links: een peukenpaal om sigaretten in weg te werpen; Midden: een compact en robuust zakasbakje; Rechts: een steward die zakasbakjes uitdeelt op OLT Rivierenhof	50
Figuur 26: Potentiële acties om afval op festivalcampings te voorkomen en zo goed mogelijk te beheren	54

SAMENVATTING

Doel en methodologie

Elk jaar zijn er honderden festivals in Vlaanderen. Bezoekers genieten tijdens deze festivals niet enkel van optredens, maar kunnen er ook eten, drinken en overnachten. Het samen komen van zo veel mensen op één plek zorgt voor een berg afval bij het einde van een festival. Zowel overheden als organisatoren doen dan ook inspanningen om het afval te beperken en zo goed mogelijk te beheren. De Vlaamse overheid heeft bijvoorbeeld beperkingen opgelegd aan het gebruik van wegwerpdrankverpakkingen op evenementen. Vanaf 1 januari 2025 zijn de wegwerpverpakkingen zelfs volledig verboden om zo afval te voorkomen. Organisatoren ondersteunen het beleid door verschillende acties, ondermeer door communicatie om bezoekers bewust te maken van de afvalproblematiek en afval te voorkomen, het voorzien van faciliteiten om afval te sorteren en te zorgen dat alle resterend afval na het festival netjes opgeruimd wordt.

Naast het afval op de festivalweide, is er ook het afval op de festivalcampings. Kampeerders laten bij het einde van het festival kampeermateriaal, voedseloverschotten en ander afval achter. De OVAM wenst via deze studie inzicht te krijgen in de redenen waarom kampeerders afval achterlaten en wat festivalorganisatoren of producenten van kampeermateriaal kunnen doen om de hoeveelheid afval te beperken. De studie bevat inzichten die kunnen bijdragen tot het verbeteren van het sorteergedrag van kampeerders, maar de focus ligt voornamelijk op het verzamelen van informatie rond afvalpreventie en hergebruik.

De studie heeft informatie vergaard via een tiental interviews met binnen- en buitenlandse stakeholders, een analyse van de beschikbare literatuur en een enquête bij festivalgangers. De online enquête is via gerichte mails en sociale media verspreid bij festivalbezoekers. Bovendien is de enquête ook gehouden op verschillende kampeerterreinen van drie festivals (Werchter, Paradise City en Land of Love) om ter plekke bijkomende informatie te vergaren. De enquête kwam tot stand via uitgebreid overleg met de OVAM en de leden van de stuurgroep (zie pagina 4 voor de deelnemers van de stuurgroep). In totaal hebben 1947 respondenten de enquête ingevuld, waarvan 855 online en 1092 op het kampeerterrein.

Afvalstromen op festivalcampings

Voor festivals is het niet altijd eenvoudig om het afvalbeheer van de festivalweide en de campings gescheiden te houden waardoor niet alle organisatoren informatie hebben over het volume en de aard van het afval ingezameld op campings. Festivals zijn ook terughoudend om de data rond afval te delen uit vrees dat cijfers ongenueanceerd in de pers zouden komen en dat er reputatieschade zou optreden. Om toch de afvalproblematiek te kunnen schetsen bevat Tabel 1 geanonimiseerde gegevens over afval op de campings van acht festivals die plaats hebben gevonden in de periode van 2021 tot 2023.

Tabel 1: Hoeveelheid en type van afval ingezameld op festivalcampings tijdens en na het festival. Gebaseerd op informatie van 8 festivals die hebben plaats gevonden in de periode 2021 - 2023

Aantal kampeeders per festival	1800 – 6000
Afval per kampeerder	1,36 kg – 2,02 kg
% restafval	63,6% - 76,6%
% PMD	18,5% - 35,0%
% Papier en karton	0% - 7,1 %
% Glas	0% - 9,6%
% GFT	0% - 2,1%

Bron: gegevens ontvangen van festivals en afvalinzamelaars in het kader van de studie

Een Vlaming produceerde in 2022 gemiddeld 1,14 kg huishoudelijk afval per dag¹. Het is echter niet vanzelfsprekend om dit gemiddeld cijfer te vergelijken met het afval dat tijdens en na een festival ingezameld wordt op festivalcampings. Enerzijds verblijven kampeeders meerdere dagen op de festivalcamping. Anderzijds zitten kampeeders maar een deel van de dag op de camping en zullen ze ook nog bijdragen tot het afval op de festivalweide. Het consumptiepatroon is ook helemaal anders wat zowel het volume als het soort afval beïnvloedt.

Uit tabel 1 blijkt dat restafval ongeveer 70% is van het ingezamelde afval op de camping tijdens en na het festival. Per persoon schommelt dat tussen 0,97 kg en 1,43 kg per kampeerder per dag. Deze cijfers zijn opnieuw moeilijk te vergelijken met de gemiddelde hoeveelheid restafval van 0,35 kg per dag per Vlaming in 2022. Interpretatie moet dus voorzichtig gebeuren. PMD is de tweede grootste fractie en bedraagt ongeveer een kwart van het totale afval. Andere stromen zoals papier en karton, glas en GFT worden slechts op enkele festivalcampings ingezameld en bedragen steeds minder dan 10% van het totaal afval.

Resultaten van de enquête

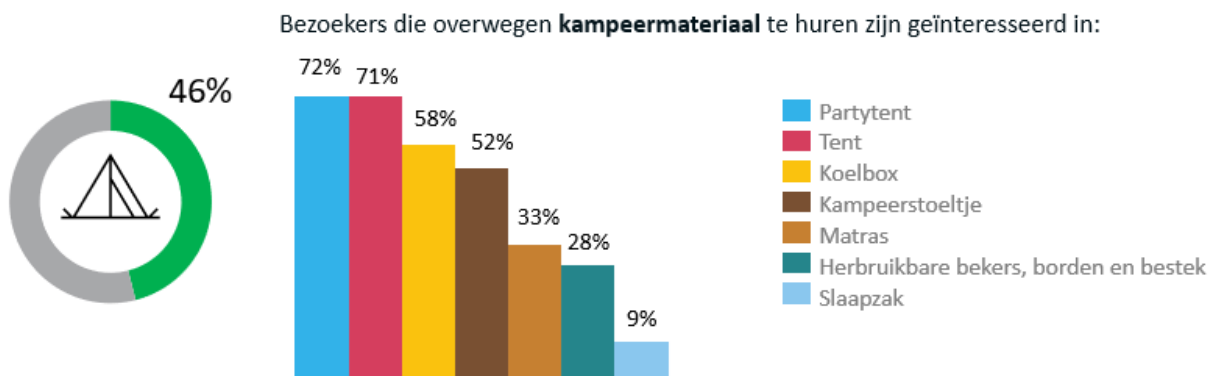
Een enquête geeft inzicht in de intenties van festivalkampeeders. Voor interpretatie van de gegevens is het wel belangrijk dat intenties en motivaties opgegeven in een enquête niet altijd het werkelijk gedrag weergeven. Er is altijd een risico dat respondenten sociaal-wenselijke antwoorden geven, maar zich anders gedragen. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk dat de 'willingness-to-pay' en de mate van sorteren van afval die uit de enquête komen een overschatting zijn van de realiteit.

Bijna de helft (46%) van de kampeeders overweegt in de toekomst een deel of al het materiaal te huren. De meeste (39%) zijn echter enkel geïnteresseerd in het huren van enkele kampeerelementen. Uit Figuur 1 blijkt dat de elementen die het meest interesse wekken de partytent, tent, koelbox en kampeerstoeltje zijn. Voor een matras en zeker voor een gehuurde slaapzak is er minder enthousiasme. Slechts 7% van de bevroegde

¹https://ovam.vlaanderen.be/documents/177281/671572/Persbericht_Daling+huishoudelijk+afval+en+restafval+zet+zich+verder+door+en+versnelt+zelfs+nog_03102023.pdf/0773abf2-6b9d-6f16-e149-3ab5cf2a46d0?t=1696319961753

kampeerders zou graag al zijn kampeermateriaal willen huren. Deze groep bevat een groot aantal kampeerders die vermoedelijk een hoger budget hebben en ook geïnteresseerd zijn in het huren van een reeds opgezette tent. Deze groep geeft aan dat gemak (42%), meer slaapcomfort (27%), een wat rustiger campinggedeelte (14%) en bijkomende faciliteiten (17%) bepalende aspecten zijn in hun keuze.

Figuur 1: 46% van de respondenten overweegt om een deel of al het kampeermateriaal te huren

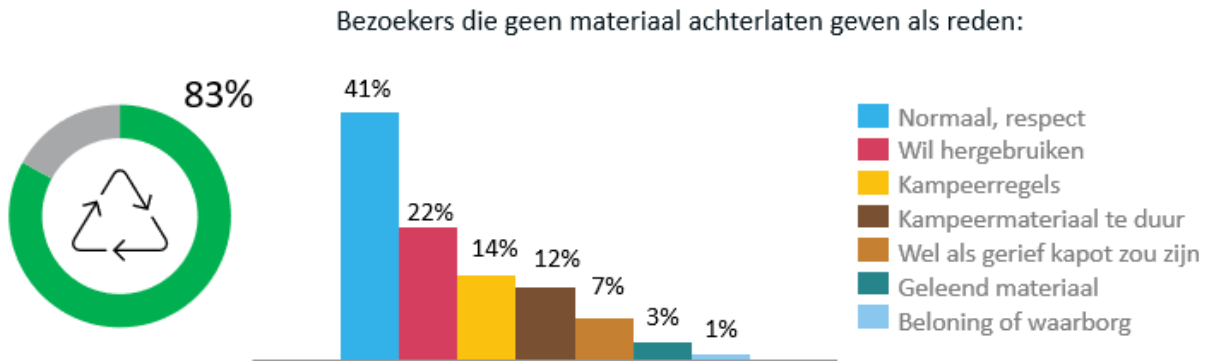


Uit de survey blijkt dat er interesse is in een hersteldienst voor campingmateriaal. 34 % van de festivalgangers geeft aan dat ze er iets voor willen betalen en 26% dat ze er gebruik van zouden maken als het gratis is. Ook voor groepszones blijkt er interesse: 43% van de bevroegde festivalgangers geeft aan een beperkte som te willen betalen om een ‘eigen’ zone te hebben en 37% wil dit graag als het gratis is. De interesse in een dienstverlening rond afbraak van tenten en ander materiaal is echter beperkt. Slechts 9% van de kampeerders wil er gebruik van maken als het betalend is en 22% wil er gebruik van maken als het gratis is.

Bij de bevraging van de festivalgangers geeft ongeveer 5 op de 6 respondenten aan actief te zullen sorteren op festivalcampings. Dat komt ook ongeveer overeen met het gemiddeld gedrag in Vlaanderen waarbij vier op de vijf Vlamingen zo goed als mogelijk sorteren (OVAM, 2022).

Zoals zichtbaar in Figuur 2, geeft slechts een beperkt aantal kampeerders (14%) aan afval te vermijden om aan de kampeerregels te voldoen. De meest geciteerde reden om kampeermateriaal terug mee naar huis te nemen is dat het uit gewoonte en respect is (41%) en dat het materiaal duur is en nog nodig zal zijn voor gebruik in de toekomst (34%).

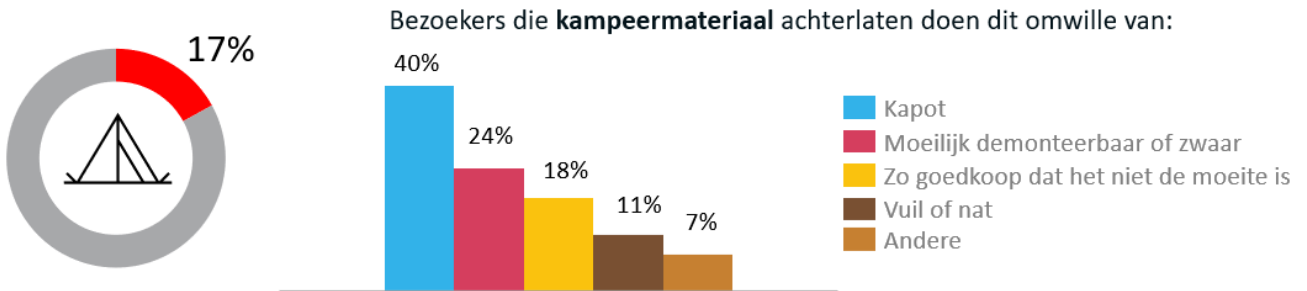
Figuur 2: 83% van de bezoekers geeft aan geen kampeermateriaal achter te laten



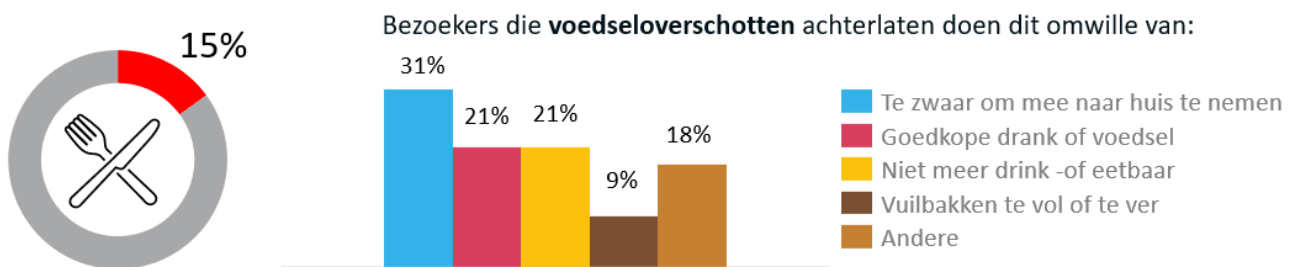
Figuur 3 vat de inzichten uit de rondvraag samen over de motivatie van de kampeeders om afval achter te laten. Ongeveer 1 op zes deelnemers geeft aan kampeermateriaal en voedseloverschotten achter te laten. Een gelijkaardige fractie laat ook ongesorteerd afval achter op de campingweide. De geciteerde redenen verschillen per type afval, maar de belangrijkste zijn gemakzucht, lage waarde van de goederen, niet meer bruikbare producten en vuilbakken die te ver staan.

Figuur 3: Een bevraging van 1947 kampeersers geeft aan dat één op zes bezoekers ongesorteerd afval achterlaat op het kampeerterein

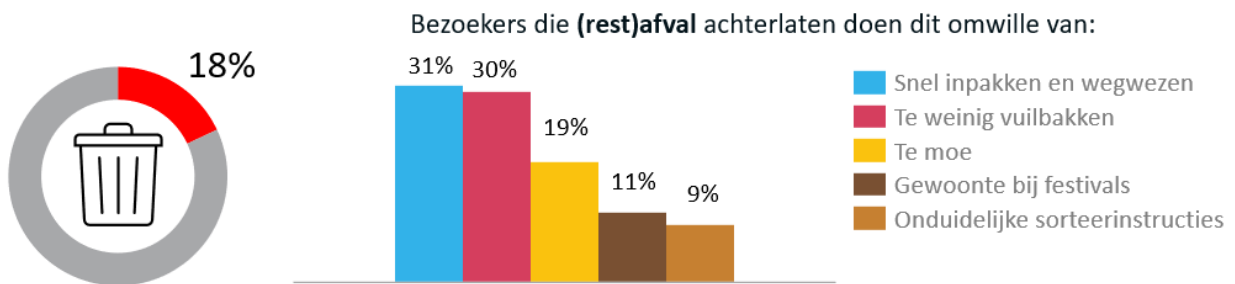
Een belangrijk aandeel van de bezoekers geeft aan wel eens **kampeermateriaal** achter te laten



Een belangrijk aandeel van de bezoekers geeft aan **voedseloverschotten** achter te laten



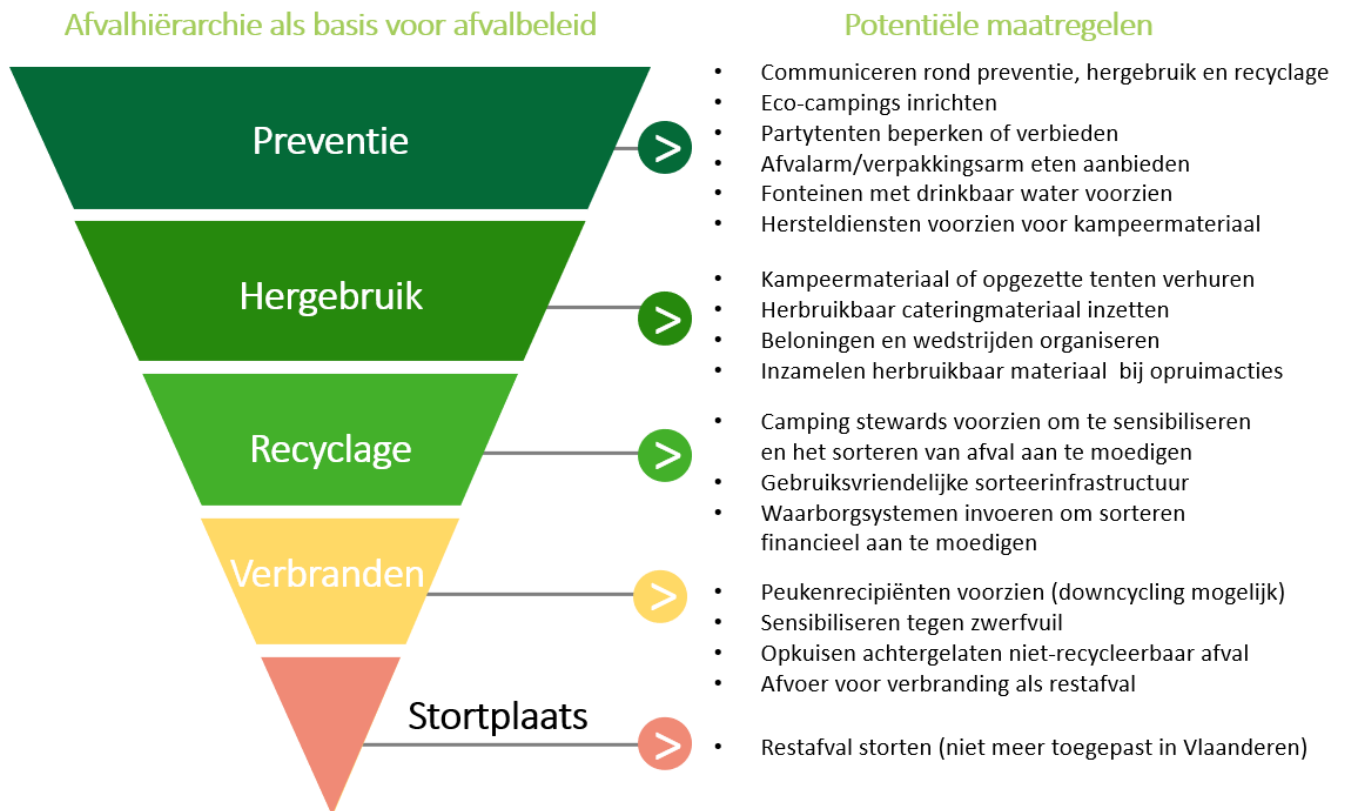
Een belangrijk aandeel van de bezoekers gooit zijn afval op de grond of laat het ongesorteerd achter



Potentiële acties

Om de afvalproblematiek te beperken, gaat de voorkeur uit naar initiatieven die het probleem bij de bron aanpakken en zorgen voor minder afvalproductie. Figuur 4 groepeerde een niet-limitatieve reeks van mogelijke acties in functie van de 'afvalhiërarchie' die als basis dient voor het afval- en materialenbeheer in Vlaanderen en heel Europa. Een totaaloplossing vormen deze acties echter niet en sommige geïdentificeerde acties zijn niet schaalbaar of financieel haalbaar voor elk festival.

Figuur 4: Potentiële acties om afval op festivalcampings te voorkomen en zo goed mogelijk te beheren



De studie identificeert zes initiatieven waar festivals prioritair op kunnen inzetten. Bovenop de toelichting in dit rapport zijn er zes handige fiches opgemaakt voor festivalorganisatoren. De belangrijkste speerpunten van elk initiatief zijn hieronder beknopt weergegeven:

1. *Kampeermateriaal verhuren*: het verhuren van kampeermateriaal kan een oplossing bieden voor internationale of lokale bezoekers die geen eigen materiaal kunnen of willen meenemen en het anders ter plaatse zouden aankopen en achterlaten. Ook voor bezoekers die niet beschikken over het nodige kampeermateriaal en dit, soms voor slechts eenmalig gebruik, vooraf zouden aankopen, is dit een goed alternatief. Festivals kunnen samenwerken met derde partijen om kampeersets te verhuren of formules aan te bieden waar de tent reeds is opgezet. Belangrijk is de robuustheid van het aangeboden verhuurmateriaal. Zo hebben tenten bij voorkeur geen losse stokken, aangezien deze snel stuk gaan en makkelijk verloren raken. Verhuur wordt succesvol toegepast bij een breed spectrum aan festivals, zij het meestal op een vrij beperkte schaal.
2. *Het gebruik van 'wegwerp' partytenten ontmoedigen*: partytenten vormen een aanzienlijke fractie van het afval op de festivalcampings. Ze zijn vaak goedkoop, van lage kwaliteit (vb. niet waterdicht of niet bestand tegen wind) en worden regelmatig verkocht zonder een duurzame zak om ze terug op te bergen. Festivals kunnen een beperking of volledig verbod op partytenten overwegen. Sommige festivals hebben al een verbod op partytenten, maar bij andere festivals dreigt het tot veel protest te leiden en is het moeilijk in te voeren. Bij een verbod voorziet het festival best een alternatieve mogelijkheid voor beschutting tegen zon of regen, of de mogelijkheid om kwalitatieve partytenten ter plaatse te huren. Ook enkel opvouwbare partytenten toelaten is een mogelijkheid aangezien dit type partytenten wel degelijk ontworpen is voor veelvuldig gebruik. Handhaving vereist weliswaar een duidelijk onderscheid tussen opvouwbare en niet-opvouwbare tenten wat in praktijk niet altijd vanzelfsprekend is. Festivalorganisatoren vragen de overheid om de invoering van Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid (UPV) te overwegen voor (party)tenten. De bedoeling is om de economische en milieukosten verbonden met het afvalbeheer te internaliseren en de verkoop van 'wegwerptenten' te beperken.
3. *Eco-campings organiseren*: op de camping kunnen festivals een zone creëren waar bezoekers meer verantwoordelijk zijn voor het schoon houden van hun plekje. Dit kan in de vorm van 'eco-campings' waar een strikter campingreglement geldt en kampeerders zich er expliciet toe verbinden om geen afval achter te laten. Een eco-camping vereist meer opvolging (en dus kosten) door de festivalorganisator. Het succes van een eco-camping hangt samen met de mate waarin het festival er in slaagt een community gevoel te creëren. Dit kan worden bereikt via het reserveren van groepszones en het personaliseren ervan, het organiseren van unieke events zoals exclusieve concerten of het verspreiden van de 'huisregels' van de camping die de bezoeker ondertekent. Door eco-campings op een aantrekkelijke locatie in te richten (dichtbij de ingang of op een rustige plek) of door de mogelijkheid te bieden om zones te reserveren voor een grotere groep, verhoogt de exclusiviteit van deze campings en het verantwoordelijkheidsgevoel van de kampeerder.
4. *Sensibiliseren via communicatie*: Voor, tijdens en bij afloop van het festival kunnen organisatoren inzetten op communicatie om het gewenste gedrag aan te moedigen bij bezoekers. Communicatie helpt, maar is eerder een 'zachte' prikkel om gewenst gedrag te bekomen. Het succes van communicatiecampagnes verhoogt wanneer het wordt gekoppeld aan andere concrete initiatieven, bijvoorbeeld beloningen zoals een wedstrijd of een waarborg.
5. *Afvalarme voeding en drank aanmoedigen*: Bij de uitgevoerde enquête geven 29% van de bezoekers aan dat ze te veel voedsel meenemen wat dan tot afval zal leiden. Hoewel de meeste respondenten ter plaatse vinden dat het aangeboden eten op de campings lekker (90% van de respondenten), gevarieerd

(74%) en zelfs gezond genoeg (61%) is, schrikken ze terug omdat ze de prijs hoog vinden (92%). Dit te veel aan meegenomen eten leidt tot het achterlaten van ongebruikte voedingsmiddelen, naast voedsel- en drankverpakkingen. Door ter plaatse afvalarme ontbijtformules (25% van de bevrageden geeft aan graag ontbijt op de camping aan te kopen) aan te bieden of pop-up (afvalarme) supermarkten te voorzien, kan de hoeveelheid afval dalen. Afstemming tussen aanbod en vraag is wel belangrijk om te vermijden dat minder verpakkingsafval leidt tot meer voedseloverschotten. Een reservatiesysteem met betaling vooraf kan hierbij helpen. Ook kunnen partnerschappen met voedselbanken of andere organisaties worden opgezet om overschotten in te zamelen. Voedselbanken mogen in België echter geen alcoholische dranken meenemen en zijn ook streng bij eventuele kleine beschadigingen aan de verpakkingen wat betekent dat veel overschotten niet ingezet meer kunnen worden als voedsel. Bovendien is er het gevaar dat 'voedselbanken' een feel-good excuus worden om te veel voedsel mee te nemen en voedseloverschotten achter te laten. Het verhuren van koelboxen of koelelementen kan helpen om het bederven van voeding tegen te gaan. Het is weliswaar voor festivalorganisatoren financieel weinig interessant en dreigt ook hier overschotten in de hand te werken. Verder zorgen voldoende drinkwaterfonteintjes voor het beperken van meegebrachte drankverpakkingen indien dit vooraf goed gecommuniceerd is. De fonteintjes moeten wel in voldoende aantal aanwezig zijn en makkelijk toegankelijk zijn op de camping om een impact te hebben.

6. *Sigarettenpeuken kanaliseren naar inzamelrecipiënten of bepaalde zones*: Peuken vormen een moeilijk op te kuisen en te recyclen afvalstroom. Door in te zetten op peukenrecipiënten zoals peukenpalen en het te koop aanbieden van zakasbakjes kunnen organisatoren het aantal peuken dat op de grond belandt beperken. Ook kunnen festivals kiezen om niet langer ter plaatse tabakswaaren te verkopen of om specifieke rokerszones in te richten op de campings om de problematiek te isoleren. Mogelijks biedt samenwerking met het beheersorganisme dat zal instaan voor de peukenproblematiek in het kader van de wetgeving rond 'Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid' een oplossing. De tabaksproducenten zijn immers sinds 2023 verplicht om zwerfvuil aan te pakken en zijn daarvoor een beheersorganisme aan het opzetten.

Vervolgstappen

Festivalgangers sensibiliseren en aanzetten tot duurzaam gedrag is een blijvende opdracht. Deze studie biedt handvaten om de problematiek aan te pakken, maar verder onderzoek zal in de toekomst nodig zijn om de hoeveelheden afval beter in kaart te brengen, toegepaste acties te evalueren en nieuwe maatregelen te identificeren. In dat kader zijn alvast twee onderzoeksinitiatieven die in 2024 zullen gepubliceerd worden relevant: Teresa Moore (PhD thesis en artikel) & Toolkit Native Events.

1 INLEIDING

Dit hoofdstuk schetst de doelstelling en de onderzoeksmethodologie van deze studie. Het schetst ook het profiel van de kampeerders bevroegd voor de enquête.

1.1 DOELSTELLING VAN DE STUDIE

Op festivals komen heel wat mensen samen om te feesten, eten, drinken en overnachten. Die activiteiten leiden tot significante hoeveelheden afval. Gezien de zichtbaarheid van het soms rondslingerend afval trekt het onderwerp regelmatig de aandacht van de media, maar ook van de festivalgangers zelf. Uit een onderzoek in 2019 van Live Nation en Ticketmaster onder Britse festivalbezoekers blijkt dat voor 62% van de festivalgangers afvalreductie op festivals een prioriteit is (Ticketmaster, 2019). Festivals nemen dan ook afvalbeheersmaatregelen en zijn op zoek naar mogelijke oplossingen om afval tijdens festivals te voorkomen en te sorteren.

De meeste aandacht gaat naar afval op het festivalterrein zelf, maar op de campings komen ook grote hoeveelheden afval vrij. Na het festival dragen de organisatoren het terrein terug over naar de eigenaar. Ze zorgen er dan ook voor dat de terreinen netjes zijn en het afval volledig opgeruimd is. Het achteraf opgeruimde materiaal op campings bevat lege verpakkingen, partytenten, tenten, campingstoelen, slaapzakken, luchtmatrassen, sigarettenpeuken, overtollige drank- en voedingswaren. Een belangrijk aandeel van dat achtergelaten kampeermateriaal lijkt nog als nieuw of sneuvelde wegens lage kwaliteit.

De ambities van de Vlaamse Regering om preventie en recyclage van afval te versterken zijn opgenomen in het *Lokaal Materialenplan 2023-2030*, dat op zijn beurt deel uitmaakt van het Vlaams afvalbeheerplan en preventieprogramma in het kader van de Europese kaderrichtlijn afvalstoffen. Dit Materialenplan beoogt de ecologische afdrak van evenementen verder te verlagen, waarbij preventie van afval prioritair is.

Het afval van festivals valt binnen de subcategorie “gelijkaardig bedrijfsafval”. Het Lokaal Materialenplan schuift de ambitie naar voren om het bedrijfsrestafval met 30% te doen dalen tegen 2030, t.o.v. 2018. Binnen deze context, is de selectieve inzameling van 24 afvalstromen verplicht en heeft de VLAREMA wetgeving het serveren van drank in recipiënten voor eenmalig gebruik bij evenementen verboden. Een uitzondering is mogelijk tot en met 31 december 2024 voor petflessen en blikjes als er minstens 95% van die eenmalige recipiënten gescheiden wordt ingezameld voor recyclage. Op festivalcampings ligt de uitdaging echter eerder in het voorkomen van voedseloverschotten, achtergelaten kampeermateriaal en overig afval. Het toch achtergelaten materiaal wordt best zoveel mogelijk hergebruikt en de rest zoveel mogelijk gerecycleerd.

Deze studie heeft als doel mogelijke initiatieven in kaart te brengen om afvalreductie en hergebruik van materialen op festivalcampings te realiseren. Voor elk van de geïdentificeerde initiatieven is inzichtelijk gemaakt welke randvoorwaarden in het oog moeten worden gehouden en hoe de initiatieven in de praktijk kunnen werken.

1.2 METHODOLOGIE

Deze studie heeft een combinatie van onderzoeksmethoden toegepast om mogelijke initiatieven uit binnen- en buitenland te identificeren en te analyseren:

- Literatuurstudie: een screening en analyse van beschikbare documenten verwerft inzichten in de reikwijdte van het probleem, de oplossingen die reeds in de praktijk zijn getest en de eventuele impact daarvan.
- Diepte-interviews & marktonderzoek: interviews met een tiental stakeholders uit binnen- en buitenland geven een inzicht in de praktijkervaringen van zowel festivalorganisatoren, koepelorganisaties en andere betrokkenen (Bijlage A: Lijst van Uitgevoerde diepte-interviews). Er is steeds vertrokken van een voorbereidende vragenlijst.
- Online bevraging van festivalkampeerders: een brede online bevraging voorafgaand aan het festivalseizoen liet toe inzichten te verwerven in het geplande gedrag van een brede groep festivalbezoekers. Deze bevraging, opgesteld via LimeSurvey, kon online worden ingevuld in het Nederlands, Engels of Frans, via de link thebelgianfestivalcampingsurvey.be. De enquête is verspreid via verschillende festivals en mediakanalen. Respondenten maakten kans op een concertcheque ter waarde van 50€ bij het invullen van de enquête. De enquête is uiteindelijk beantwoord door 855 respondenten.
- Bevraging ter plaatse van festivalkampeerders: om het geplande gedrag af te toetsen aan het effectieve gedrag, zijn ter plaatse 1092 festivalkampeerders bevraged. Meer specifiek ging het over bevragingen op Rock Werchter als een groot festival (> 50.000 bezoekers), Paradise City als middelgroot festival (15.000 – 50.000 bezoekers) en Land of Love als een klein festival (>15.000 bezoekers). **Een enquête** geeft inzicht in de **intenties van festivalkampeerders**. Voor interpretatie van de gegevens is het wel belangrijk dat intenties en motivaties opgegeven in een enquête niet altijd het werkelijk gedrag weergeven. Er is altijd een risico dat respondenten sociaal-wenselijke antwoorden geven, maar zich anders gedragen. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk dat de 'willingness-to-pay' en de mate van sorteren van afval die uit de enquête komen een overschatting zijn van de realiteit.

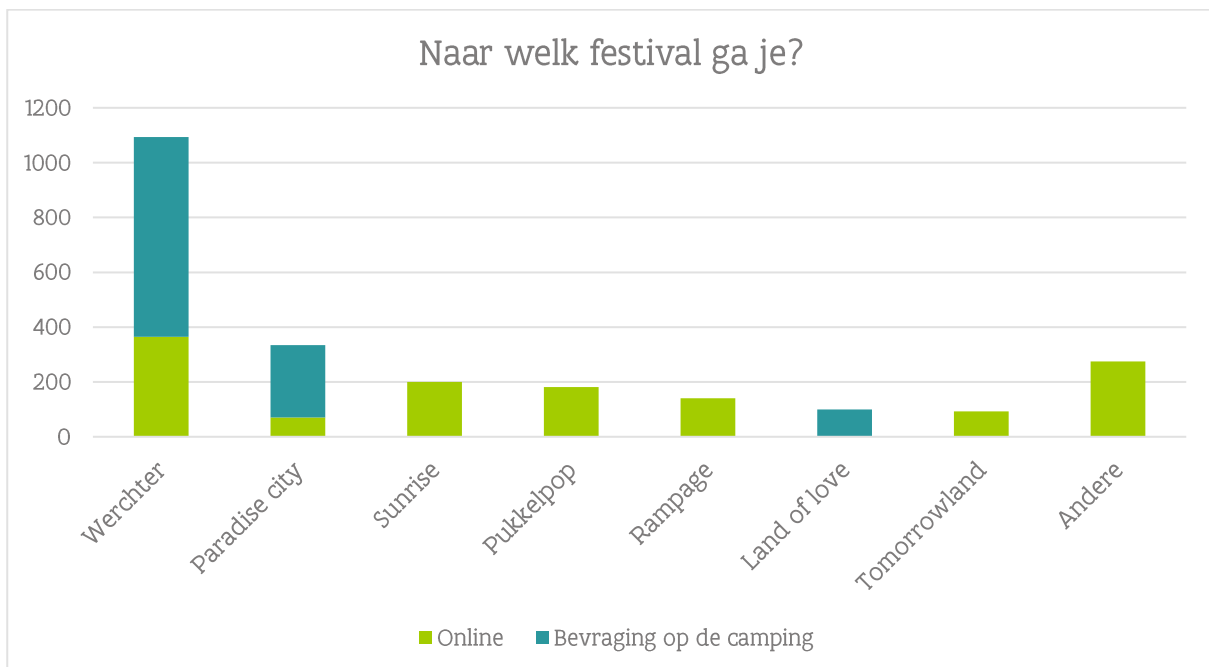
1.3 PROFIEL BEVRAAGDE KAMPEERDERS

Tabel 2 schetst het profiel van festivalgangers uit de steekproef. De meeste respondenten komen uit Vlaanderen en zijn tussen de 18 en 26 jaar. Ongeveer de helft werkt terwijl de meeste anderen nog studeren. Kampeerders komen massaal met grote vriendengroepen en doen meestal tussen de 1 en 3 festivals per jaar. Figuur 5 bezorgt informatie over de festivals die de bevragede kampeerders deze zomer plannen te bezoeken.

Tabel 2: Profiel van de respondenten in de uitgevoerde enquête (1947 respondenten)

Geslacht	Man		Vrouw		Ander
	40%		60%		
Afkomstig van	Vlaanderen	Brussel en Wallonië	Buurlanden		Andere landen
	78%	6%	13%		3%
Leeftijd	-18 jaar	18-26 jaar	27-34 jaar		35+ jaar
	3%	67%	19%		11%
Activiteit	Student	Werkt	Werkzoekend of verlofregeling		Gepensioneerd
	47%	50%	2%		1%
Gezelschap	Alleen	Met partner	Met kinderen		Vriendengroep
	2%	7%	2%		90%
Hoeveelheid festivals	Eerste ervaring	maximum 1 festival	2-3 per jaar		>3 per jaar
	8%	37%	42%		13%

Figuur 5: Festivals waar de bevroegde kampeeders naar toe gaan in de zomer van 2023 (1947 deelnemers, meerdere festivals mogelijk)



Tabel 3 bevat meer informatie over het transport naar het festival, de ligging van de camping en de algemene tevredenheid van festivalcampings. Deze informatie is enkel opgevraagd bij respondenten ter plekke tijdens het festival.

Tabel 3: Bijkomende karakteristieken van de respondenten ter plaatse (1092 respondenten)

Vervoer	Auto	Openbaar vervoer en shuttle	Brommer/Fiets/step/te voet	Andere/combinatie
	61%	31%	2%	5%
Aantal minuten te voet tot camping	<10 minuten	10-19 minuten	20-29 minuten	>=30 minuten
	19%	45%	23%	13%
Tevredenheid van festivalcampings	Slecht: 1-4	Lauw: 5-6	Goed: 7-8	Super: 9-10
	3%	15%	64%	18%

2 AFVAL OP FESTIVALCAMPINGS

Dit hoofdstuk schetst de huidige situatie van de festivals, het bijhorend afval en de betrokken stakeholders.

2.1 FESTIVALS IN VLAANDEREN

België is bij uitstek gekend als een festivalland. Zo vinden er in België jaarlijks meer dan 700 festivals plaats² (VI.BE, 2021). Het grote aantal festivals impliceert een verscheidenheid in type en grootte van festivals. Zo trekken festivals als Ieperfest en Horst Festival jaarlijks respectievelijk rond de 10.000 en 25.000 bezoekers, terwijl Tomorrowland in 2022 maar liefst 600.000 bezoekers uit 200 landen telde, verspreid over drie weekends (Moller-Nielsen, 2023). Rock Werchter kon dan weer rekenen op 150.000 bezoekers verspreid over vier dagen en afkomstig uit 95 landen. Tabel 4 schetst een profiel van enkele bekende festivals in functie van hun grootte.

Tabel 4: Types festivals in Vlaanderen

	Klein festival	Middelgroot festival	Groot festival
Aantal bezoekers	Tot 15.000	> 15.000 en ≤ 50.000	> 50.000
Profiel bezoeker	Lokaal publiek of kleine community afhankelijk van type festival	Bezoekers uit heel het land, aantal internationale bezoekers eerder beperkt	Bezoekers uit het volledige binnenland en belangrijk aandeel buitenlandse bezoekers
Voorbeelden	Ieperfest, Bomboclat	Festival Dranouter, Paradise City, Cactus Festival	Rock Werchter, Tomorrowland

Andere belangrijke verschillen tussen festivals zijn:

- De aanwezigheid van een camping: meerdaagse muziekfestivals hebben meestal een eigen camping, maar er zijn uitzonderingen. Stadsfestivals zoals bijvoorbeeld de Gentse Feesten voorzien geen campings voor de bezoekers.
- Het profiel van de festivalbezoeker: festivals als Pukkelpop hebben traditioneel een iets jonger publiek, terwijl het kleinere Ieperfest bezoekers aantrekt met een gemiddelde leeftijd van 30 jaar. Daarnaast zijn er ook festivals die zich zeer sterk profileren op vlak van duurzaamheid zoals Paradise City en Sfinks Festival en daardoor ook aantrekkelijker zijn voor festivalgangers die hier belang aan hechten. Nog

² Cijfers op niveau van Vlaanderen waren niet beschikbaar. Daarenboven moet worden opgemerkt dat er een zeer grote verscheidenheid is in de grootte van festivals, waardoor het exacte aantal niet steeds kan worden bepaald.

andere festivals trekken een duidelijke kaart op vlak van type muziek (bv. Graspop Metal Meeting of Alcatraz).

- het internationale of lokale karakter van de bezoekers: vooral de grotere festivals of festivals met een duidelijke niche trekken een internationaal publiek. Andere, soms kleinere festivals, zijn dan weer gericht op een lokaal of regionaal doelpubliek.

2.2 AFVALHOEVEELHEDEN

Ondanks de inspanningen van festivalorganisatoren zoals sensibiliseringscampagnes en het inzetten van afvalstewards op de camping, blijven er op de festivalcampings nog aanzienlijke hoeveelheden kampeermaterialen, voedingswaren en ander afval achter (zie Figuur 6).

Figuur 6: Foto ter illustratie van achtergelaten tenten en ander afval op een camping na een festival (De Standaard, 2022)



Festivals in Vlaanderen rapporteren op heden niet op uniforme wijze over de totale hoeveelheid afval op de campings, waardoor het moeilijk is de exacte omvang van de achtergelaten fracties te kwantificeren. Het is

immers niet altijd eenvoudig voor festivals om het afval van de festivalweide en de campings gescheiden te houden. Festivals zijn vaak ook terughoudend om de data rond afval te delen uit vrees dat cijfers ongenueanceerd in de pers zouden komen en dat er reputatieschade zou optreden. Om toch de afvalproblematiek te kunnen schetsen bevat Tabel 5 geanonimiseerde gegevens over afval op de campings van acht festivals die plaats hebben gevonden in de periode van 2021 tot 2023.

Tabel 5: Hoeveelheid en type van afval ingezameld op festivalcampings tijdens en na het festival. Gebaseerd op informatie van acht festivals die hebben plaats gevonden in de periode 2021 – 2023

Aantal kampeeders per festival	1800 – 6000
Afval per kampeerder	1,36 kg – 2,02 kg
% restafval	63,6% - 76,6%
% PMD	18,5% - 35,0%
% Papier en karton	0% - 7,1 %
% Glas	0% - 9,6%
% GFT	0% - 2,1%

Bron: gegevens ontvangen van festivals en afvalinzamelaars in het kader van de studie

Een Vlaming produceerde in 2022 gemiddeld 1,14 kg huishoudelijk afval per dag³. Het is echter niet vanzelfsprekend om dit gemiddeld cijfer te vergelijken met het afval dat ingezameld wordt op festivalcampings tijdens en na het festival. Enerzijds verblijven kampeeders meerdere dagen op de festivalcamping. Anderzijds zitten kampeeders maar een deel van de dag op de camping en zullen ze ook nog consumeren op de festivalweide en bijdragen aan het afval daar. Het consumptiepatroon is ook helemaal anders, bijvoorbeeld meer consumptie van drank en voorverpakte voeding, wat zowel het volume als het soort afval beïnvloedt.

Uit tabel 1 blijkt dat restafval ongeveer 70% is van het ingezamelde afval op de camping tijdens en na het festival. Per persoon schommelt dat tussen 0,97 kg en 1,43 kg per kampeerder per dag. Dat lijkt meer dan 0,35 kg, de gemiddelde hoeveelheid restafval per dag per Vlaming in 2022, maar opnieuw is het een erg moeilijke vergelijking die voorzichtig geïnterpreteerd moet worden. PMD is de tweede stroom en bedraagt ongeveer een kwart van het afval ingezameld op de camping. Andere stromen zoals papier en karton, glas en GFT worden slechts op enkele festivalcampings ingezameld en de opgehaalde fracties bedragen minder dan 10% van het afval ingezameld op de camping.

Festivals wijzen er op dat snelheid bij de opruim van de camping centraal staat. Zo hopen ze de overlast voor de buurt en eigenaar van de weide te beperken, maar ook te vermijden dat afval ongewenst in het milieu terecht komt (bv. door regen of wind). Goede afspraken met zowel festivalorganisatoren als afvalverwerkingsbedrijven over de gescheiden meting van afval op campings en festivalweide, zouden in de toekomst tot betere gegevens kunnen leiden.

³https://ovam.vlaanderen.be/documents/177281/671572/Persbericht_Daling+huishoudelijk+afval+en+restafval+zet+zich+verder+door+en+versnelt+zelfs+nog_03102023.pdf/0773abf2-6b9d-6f16-e149-3ab5cf2a46d0?t=1696319961753

Festivalcampings worden niet exclusief door de festivalorganisator georganiseerd, maar ook door externe organisaties. Zo biedt Rock Werchter in 2023 45.000 kampeerplaatsen aan, waarvan het festival er zelf ongeveer 30.000 beheert. Het gevolg hiervan is dat de gegevens die worden gerapporteerd door de festivals vaak niet het volledige beeld schetsen, aangezien ze worden verzameld door verschillende organisaties.

Verder melden festivalorganisatoren dat de hoeveelheid afval die wordt achtergelaten op de campings sterk afhankelijk is van de weersomstandigheden. Wanneer het gedurende het festival veel geregend heeft, zijn bezoekers veel meer geneigd om hun natte of modderige materiaal achter te laten dan wanneer het zonnig en droog is. Daarnaast zorgt de regen er ook voor dat het afval zwaarder wordt. Bij Roskilde Festival, een groot festival in Denemarken, met 130.000 bezoekers werd in 2007 drie keer meer afval opgehaald t.o.v. het jaar daarvoor, grotendeels te wijten aan hevige regenval (Roskilde Festival, 2020). Ook Rock Werchter observeerde een gelijkaardig fenomeen in 2016. Het aantal tenten dat tijdens de 'natte' editie van 2016 achterbleef, was namelijk een verdrievoudiging t.o.v. de droge editie daarvoor (De Morgen, 2016).

2.3 AFVALSTROMEN

Op de festivalcampings onderscheiden zich verschillende types afval (zie Figuur 7), met name: kampeermateriaal, voedseloverschotten en ander afval.

Figuur 7: Overzicht van de verschillende afvalstromen die terug te vinden zijn op festivalcampings



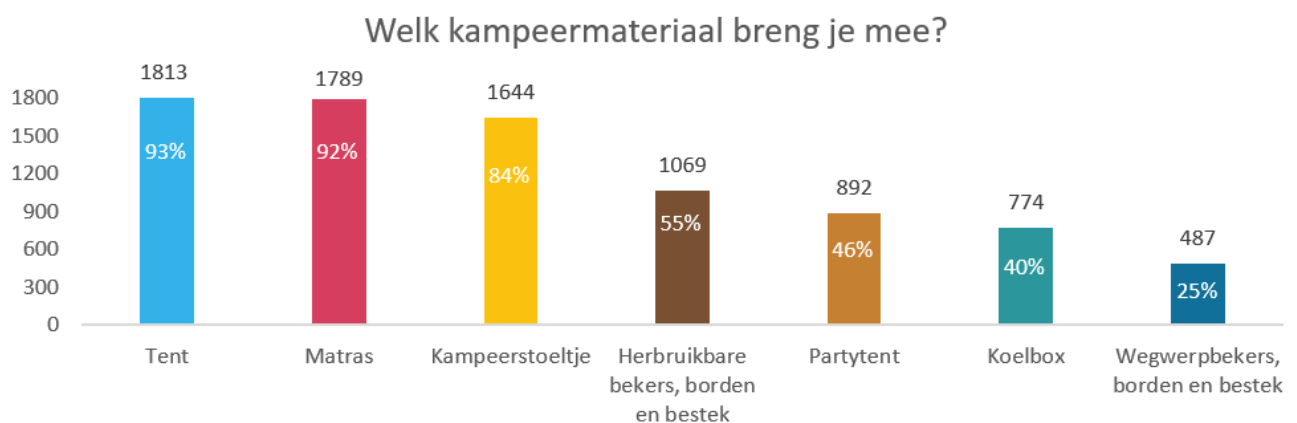
Het achtergelaten kampeermateriaal betreft ondermeer tenten, kampeerstoeltjes en partytenten. Daarnaast wordt er veel ongebruikte, houdbare voeding achtergelaten. Festivalkampeeders hebben naast drank, immers vaak voedsel mee zoals ontbijtgranen, instant noedels of eten in blik. Tot slot is er nog de stroom ander afval zoals lege blikjes en voedselverpakkingen, wegwerp poncho's, enzovoort. Een deel van dit afval wordt gecreëerd door de producten die de kampeeders aankopen in winkels en/of kraampjes op de camping, of langs de weg tussen het festivalterrein en de camping. Deze kraampjes zijn momenteel nog sterk gebaseerd op wegwerpmaterialen, maar ook zij zullen volgens de wetgeving vanaf 2025 alle dranken in herbruikbare recipiënten moeten aanbieden. Voor bereide voedingsmiddelen geldt het verbod voornamelijk niet. Het grootste

deel van deze afvalstroom genereren de bezoekers zelf door de spullen die ze van thuis meenemen en ter plaatse weggooien (vb. lege verpakkingen). Een kleine (in volume en gewicht) maar vervelende stroom betreft de sigarettenpeuken. Ze één voor één oprapen is lastig en zelfs als festivals de verkoop van rookwaren stopgezet hebben blijven er veel sigarettenpeuken achter op de festival- en kampeerterrinen.

2.3.1 Kampeermaterialen

Om het verblijf op de festivalcamping zo aangenaam mogelijk te maken, brengen festivalbezoekers veelal hun eigen kampeermaterialen mee. De eigen tent blijft daarbij een belangrijk deel van de uitrusting. Naast tenten, hebben kampeers ook nood aan een slaapzak en luchtmatras. Partytenten, tafeltjes, stoeltjes of koelboxen vullen vaak de uitrusting van de festivalkampeers aan. Figuur 8 geeft weer wat de bevroagde kampeers uit de enquête plannen mee te nemen als kampeermateriaal.

Figuur 8: Overzicht van het type kampeermateriaal dat campingbezoekers meebrengen op een festival (op 1942 respondenten)



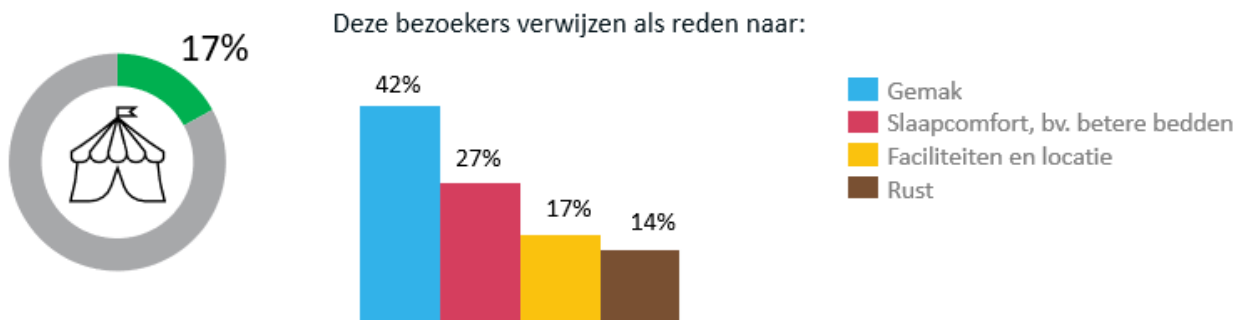
Uit de interviews bleek dat campinggasten in het verleden soms ook grotere stukken zoals volledige zetels meebrachten naar de campings (zie ook Figuur 9). Festivals hebben daarom specifieke 'campingreglementen' waarin wordt vastgelegd welk kampeermateriaal er wel en niet welkom is, zodat dergelijke situaties kunnen vermeden worden.

Figuur 9: Links: Achtergelaten zetel en salontafel (RTLNieuws, 2018); Rechts: opblaasbaar zwembad achtergelaten (NOS, 2016)



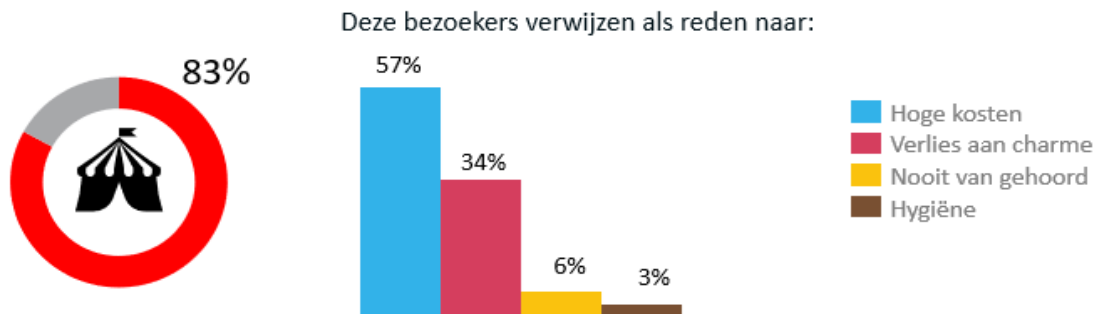
Verschillende festivals bieden ook alternatieven aan voor het meenemen van eigen kampeermateriaal, zoals de huur van opgezette tenten, tipi's of luxe chalets. Toch blijft de eigen tent een belangrijk deel van de festivaluitrusting. De alternatieve initiatieven zijn immers slechts op kleinere schaal beschikbaar, en ook duurder dan enkel een staanplaats op de camping. Uit de enquête blijkt dat 17% van de festivalbezoekers reeds gebruik heeft gemaakt van dergelijke verhuursystemen of er plant gebruik van te maken. Deze kampeers verwijzen, zoals samengevat in Figuur 10, naar het gemak, meer slaapcomfort, meer faciliteiten en een betere locatie, en meer rust als voordelen.

Figuur 10: 17% van de bezoekers overweegt om gebruik te maken van een vooraf opgezette tent



De festivalbezoekers die liever zelf hun tent opzetten verwijzen dan weer naar de hogere kost van gehuurd kampeermateriaal en het verlies aan charme (Figuur 11). Er is maar een klein deel van de kampeers dat er nog nooit over heeft gehoord (6%) of dat een probleem zou hebben met de hygiëne.

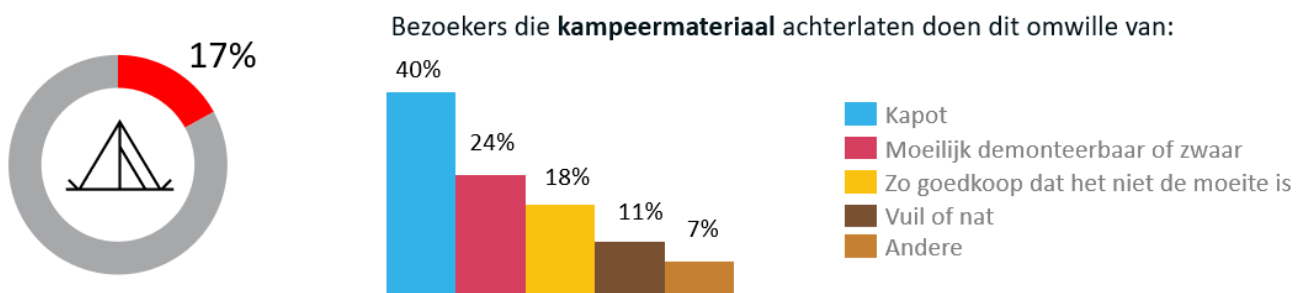
Figuur 11: 83% van de respondenten heeft geen interesse in vooraf opgezette tenten



Kampeermateriaal wordt vaak ongesorteerd achtergelaten zowel in bruikbare als gesneuvelde toestand. De kampeermaterialen in goede staat worden soms ingezameld voor hergebruik, maar gezien de tijdsdruk en de arbeidsinspanningen die zulke inzamelactiviteiten vergen, wordt deze maatregel niet gezien als de ultieme oplossing. Door de moeilijke recycleerbaarheid van de meest gebruikte kampeermaterialen, gaat het gesneuvelde of niet-gesorteerde kampeermateriaal samen met de fractie restafval dan ook naar verbranding.

Zoals eerder omschreven, blijkt uit Britse enquêtes dat een derde van de festivalgangers al eens een tent achterliet op een festival. Op Nederlandse festivals wordt het aandeel achtergelaten tenten ingeschat op 20 – 25% (Greenevents, 2018). Deze fractie is vermoedelijk wel sterk afhankelijk van het weer. Bovendien leeft volgens deze bevraging bij meer dan een derde van de festivalgangers die hun tent achterlaten nog steeds de misvatting dat hun tent naar een goed doel gaat, of in het slechtste geval gerecycleerd wordt. Uit de enquête uitgevoerd voor deze studie blijkt dan weer dat 17% van de kampeerders op Vlaamse festivals al eens een tent of ander kampeermateriaal achterliet op de camping. De voornaamste redenen om dit te doen zijn dat het materiaal kapot is, zo goedkoop dat het niet de moeite is, zwaar is, moeilijk te demonteren is of vuil/nat is en andere redenen (Figuur 12).

Figuur 12: 17% van de bevroagde kampeerders geeft aan wel eens kampeermateriaal achter te laten



2.3.2 Voedseloverschotten

In een poging de kosten van het festivalbezoek te drukken, brengen kampeerders op festivals zelf ook voedsel en drank mee. Aangezien er geen koelkasten ter beschikking zijn, en de temperatuur in een festivaltent kan oplopen, kijkt men vooral naar droge voeding en houdbare producten die eventueel op een kampeervuurtje of in een microgolfoven⁴ kunnen worden opgewarmd. Uit eerdere studies blijkt dat festivalbezoekers vaak overschatten hoeveel eten en drinken ze zullen gebruiken doorheen het festival (Eight Plate, 2019). Aan het einde van het festival kijken bezoekers er tegenop om de overschotten terug mee naar huis te zeulen, in het bijzonder wanneer ze zich met de bus of trein verplaatsen of de parking ver stappen is.

Aangezien festivals zelden de afvalstromen afzonderlijk in kaart brengen, zijn er echter weinig gegevens beschikbaar die de effectieve grootte van deze problematiek aantonen. Wel blijkt bij festivals waar er wordt opgeroepen om nog bruikbare voedseloverschotten te doneren, dat het om significante aantallen gaat. Zo is er ongeveer 6 ton aan voedseloverschotten verzameld op de campings van het Britse festival Glastonbury (180.000 bezoekers, geen cijfers over het aantal kampeerders). Een andere inzamelactie georganiseerd door Eight Plate in 2018 in samenwerking met 15 Britse festivals bracht 12 ton bruikbare voedseloverschotten op (Vision 2025, 2018).

Uit de uitgevoerde enquête blijkt 69% van de kampeerders voldoende of meer dan voldoende voedsel en drank mee te nemen naar de camping, om te vermijden dat ze iets op de camping moeten kopen. Ze doen dit vooral omdat ze het duur vinden want ze vinden het eten op de camping wel voldoende gezond, lekker, en gevarieerd (zie Tabel 6 en Tabel 7).

Uit de uitgevoerde enquête blijkt 69% van de kampeerders voldoende (40%) of meer dan voldoende (29%) voedsel en drank mee te nemen naar de camping zodat ze niets moeten kopen

Tabel 6: Resultaten van de online-enquête over het eten op de camping (823 respondenten die plannen ter plekke eten te kopen)

Het eten op de camping is	1: oneens	2	3	4	5: Eens
Niet gezond	26%	23%	28%	17%	5%
Niet lekker	47%	29%	17%	5%	1%
Te duur	2%	3%	10%	27%	57%
Te veel wegwerpverpakking	29%	23%	30%	12%	7%
Te weinig winkels en aanbod	30%	25%	26%	12%	7%

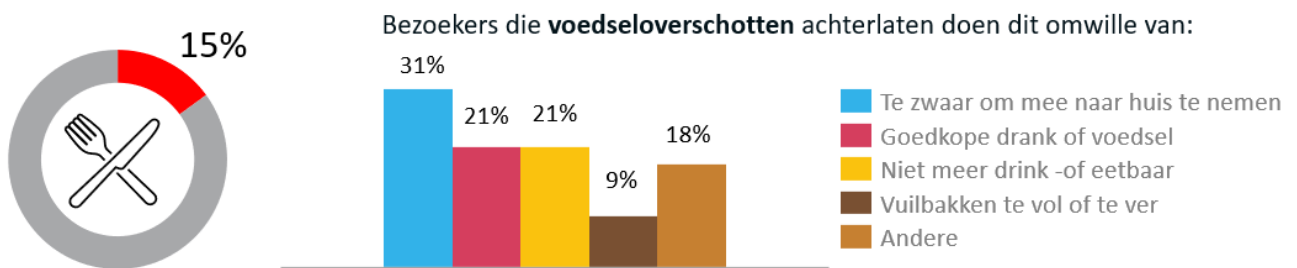
⁴ Festivalcampings hebben soms specifieke kookzones waar kampeerders gebruik kunnen maken van ter plaatse aangeboden faciliteiten zoals een microgolf of warm water, of waar de kampeerders hun eigen kampeervuurtje of (wegwerp) barbecue kunnen gebruiken.

Tabel 7: Resultaten van de enquête uitgevoerd ter plaatse over het eten op de camping (1092 respondenten)

Het eten op de camping is	Akkoord	Niet akkoord
Gezond genoeg	61%	39%
Lekker	90%	10%
Duur	92%	8%
Gevarieerd aanbod	74%	26%
Voldoende aanbod	82%	18%

In de enquête geeft 13% van de bezoekers aan eventuele overschotten aan voedsel in de vuilbakken te droppen en 2% geeft zelfs aan het zo te laten liggen op het kampeerterrein. Deze kleine groep die het niet naar de vuilbakken draagt, geeft ondermeer aan dat de overschotten te zwaar zijn, dat de kost van de overschotten beperkt is en dat de vuilbakken te ver of vol zijn (Figuur 13). Dit laatste zal wellicht voor een aantal mensen steeds een ‘excuus’ zijn ongeacht hoe veel vuilbakken er staan.

Figuur 13: 15% van de bezoekers verwacht voedseloverschotten achter te laten bij vertrek



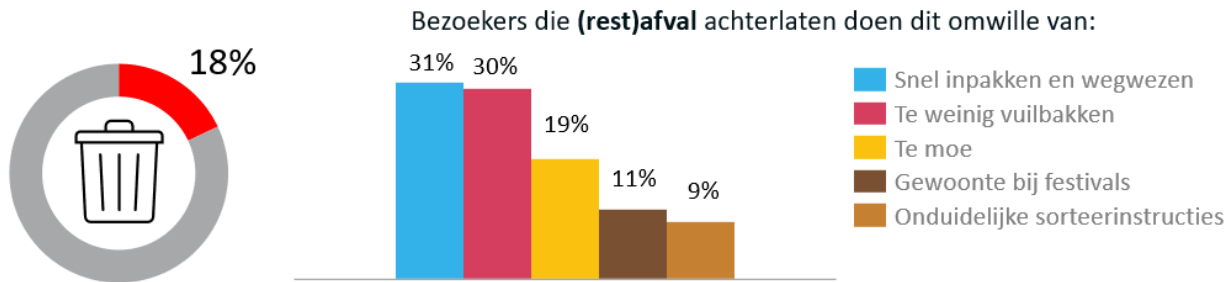
2.3.3 Ander afval

De laatste categorie afval op festivalcampings betreft de lege verpakkingen, cateringmateriaal voor eenmalig gebruik, gratis gadgets, wegwerp-poncho’s, sigarettenpeuken en andere. Een deel van deze afvalstroom is recycleerbaar wanneer het correct wordt gesorteerd. Zo kunnen lege blikken, PET-flessen, folies en andere verpakkingen bij de pmd-fractie. Het gaat daarbij zowel om verpakkingen die de festivalbezoeker meebrachten, als om blikjes en flessen die ze op of rond de camping aanschafte.

Bij de bevraging van de festivalgangers geeft 82% van de respondenten aan actief te zullen sorteren op festivalcampings, ofwel omdat het een gewoonte is ofwel omdat er een waarborg of andere beloning tegenover staat. Dat komt ook ongeveer overeen met het gemiddeld gedrag in Vlaanderen waarbij vier op de vijf Vlamingen zo goed als mogelijk sorteren (OVAM, 2022). De andere kampeerders geeft aan dat ze afval op de grond laten liggen of het ongesorteerd achter laten (zie Figuur 14).

Bij de bevraging van de festivalgangers geeft 82% van de respondenten aan actief te zullen sorteren op festivalcampings.

Figuur 14: 18% van de bezoekers gooit afval op de grond of laat het ongesorteerd achter



Sinds 24 januari 2023 is het verboden om plastic wegwerpbekers op de Belgische markt te brengen. In Vlaanderen is het daarnaast sinds 15 juni 2023 verboden om op evenementen drank in bekercups voor eenmalig gebruik aan te bieden. Vanaf 2025 wordt dit verbod op evenementen uitgebreid naar alle drankrecipiënten (ook blikjes en flesjes) voor eenmalig gebruik. Zo zal de problematiek van het wegwerpcateringmateriaal de komende jaren verder afnemen. Op festivalcampings brengen sommige bezoekers echter hun eigen blikjes, flesjes, kartonnen bekercups, borden of bestek mee. Ook zullen bereide gerechten nog in wegwerprecipiënten geserveerd kunnen worden op of rond het festivalterrein en de camping. Enkel overheidsevenementen zijn immers verplicht om ook bereide voedingsmiddelen in herbruikbaar cateringmateriaal aan te bieden. De festivalorganisatoren hebben daarenboven zelf controle over het aanbod van de cateraars op het festivalterrein, maar niet over de kraampjes rond het festival op de openbare weg aangezien deze meestal een toelating krijgen van het lokale bestuur.

Specifieke aandacht moet worden geschonken aan sigarettenpeuken. Peuken op het openbaar domein maken volgens een studie van de OVAM 41% uit van het zwerfvuil (uitgedrukt in aantal, niet in gewicht) (OVAM, 2022). Het afbreken van peuken duurt gemiddeld ongeveer 10 tot 15 jaar, waarbij de filters op zich uiteindelijk worden 'afgebroken' tot microplastics. Deze blijven verder in de natuur circuleren, waar ze o.a. schade aanrichten in rivieren en andere ecosystemen (Mooimakers, 2023). Verscheidene festivals in België vinden daarenboven plaats in (de buurt van) natuur- of recreatiegebieden. In de praktijk betekent dit dat festivalorganisatoren de lastige taak hebben om de terreinen peukvrij te maken, zoals aangegeven door festivals als Olen Gladiolen (StuBru, 2023). Vanaf 2023 geldt er een Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid (UPV) voor zwerfvuil inclusief sigarettenpeuken. Mogelijks leidt een dialoog met het beheersorganisme dat deze taak voor de sigarettenproducenten zal opnemen dan ook tot ondersteuning van de festivalorganisatoren voor deze problematiek.

Tot slot delen sponsors op festivals regelmatig gadgets of flyers uit, die uiteindelijk hun weg vinden naar de festivalcampings en deel gaan uitmaken van het restafval. Ook gebruikte poncho's, kapotte kledingstukken of andere accessoires belanden in de vuilnisbakken of op de grond. Dit zijn afvalstromen waarvoor in de praktijk

weinig hergebruik of recyclage mogelijk is. Het is belangrijk om ze zoveel mogelijk te vermijden, en indien ze er wel zijn, in te zamelen zodat ze niet in de vrije natuur eindigen.

2.4 STAKEHOLDERS

De festivalbezoeker is verantwoordelijk voor zijn gedrag en afval. De aanbieders of producenten van kampeermateriaal kunnen bijdragen tot preventie, bijvoorbeeld door een beperkt aanbod aan wegwerpmaterialen of meer herbruikbare alternatieven aan te bieden. Festivalorganisatoren kunnen bijdragen tot preventie, bijvoorbeeld door een hersteldienst aan te bieden voor kapotte materialen, en beheer van het afval door bijvoorbeeld voldoende sorteereilanden met duidelijke signalisatie te voorzien. Dit hoofdstuk bespreekt enkele belangrijke karakteristieken van deze drie stakeholders.

2.4.1 Festivalbezoekers

Uit een brede enquête die is uitgevoerd bij een aantal Europese festivals in 2016, bleek dat ongeveer 50% van de festivalbezoekers tussen de 18 en 25 jaar oud waren. Er zit echter een brede spreiding op de leeftijd van de festivalbezoekers, waardoor een gemiddelde leeftijd van 26 jaar is gerapporteerd (Statista, 2016). Dit is in lijn met de bevindingen uit kleinere bevestigingen, toegepast op de Belgische context, waar een gemiddelde van 26 jaar werd gerapporteerd (Beernaert 2021). Op basis van een steekproef (Statista, 2016) en aangevuld met gesprekken met stakeholders kunnen drie types festivalbezoekers worden onderscheiden :

- Jongeren: het gaat hierbij om scholieren of studenten. Deze groep heeft typisch een kleiner budget, aangezien ze geen of een beperkt vast inkomen heeft. Hoewel er geen exacte gegevens beschikbaar zijn over de grootte van deze groep, lijkt dit op basis van de leeftijd over ongeveer de helft van de festivalbezoekers gaan.
- (Werkende) volwassenen: een tweede groep zijn de volwassenen die in tegenstelling tot de jongeren vaak wel een vast inkomen hebben, en daardoor een ruimer budget ter beschikking hebben.
- Gezinnen: tot slot rapporteren verschillende festivalorganisatoren dat gezinnen een doelgroep op zich vormen. Het gaat hierbij om volwassenen die het festival bezoeken met hun minderjarige kinderen. Deze gezinnen bezoeken voornamelijk kleinere festivals, vaak dicht bij huis.

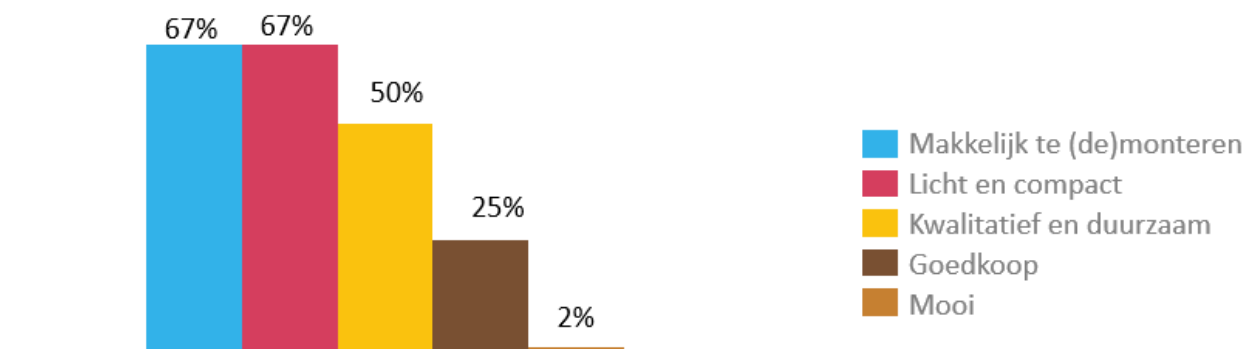
De festivalgangers bepalen welke materialen ze meenemen naar de camping, welke materialen ze ter plaatse gebruiken en hoe ze daar mee omgaan bij afloop van het festival. In 2019 voerde Ticketmaster en Live Nation een enquête uit onder 4.000 bezoekers op Britse festivals. Hieruit bleek dat de respondenten afvalreductie het vaakst aanduiden als een belangrijke prioriteit, met verbeterde recyclagefaciliteiten, het bannen van plastic en tentrecyclage als belangrijkste duurzame initiatieven om dit te realiseren. Echter, uit diezelfde survey bleek ook dat meer dan een derde (38%) van de respondenten ooit hun tent achterliet. Dit resultaat werd bevestigd in een enquête die datzelfde jaar door Decathlon in het Verenigd Koninkrijk werd uitgevoerd. Ook in die enquête gaf een derde van de respondenten aan dat ze kampeermateriaal zouden achterlaten. Respondenten wezen daarbij naar beschadiging van materiaal en het gemak om terug naar huis te keren als voornaamste redenen (Decathlon, 2019).

2.4.2 De aanbieders en producenten van kampeermateriaal

Producenten en aanbieders van kampeermaterialen bepalen de duurzaamheid van het materiaal en beïnvloeden het koopgedrag van kampeeders. Producenten kunnen onder andere inzetten op het ontwerpen voor een lange levensduur, en het maken van producten die na gebruik eenvoudig kunnen worden ingepakt of hersteld bij schade. Uit de enquête blijkt immers dat 69% van de respondenten die hun tent of ander kampeermateriaal achterliet, dit deed omdat het materiaal stuk was, moeilijk te demonteren of zwaar was. Bovendien lijken kampeeders voor kwaliteit boven prijs te verkiezen bij aankoop van hun materiaal (Figuur 15). Eenvoudig te (de)monteren, licht en compact en kwalitatief en duurzaam worden bij de survey het meest aangehaald als keuzecriteria voor materiaal, terwijl goedkoop en mooi veel minder aangehaald worden.

Uit de enquête blijkt dat 69% van de respondenten die hun tent of ander kampeermateriaal achterliet, dit deed omdat het materiaal stuk was, moeilijk te demonteren of zwaar was.

Figuur 15: keuzecriteria voor aankoop kampeermateriaal



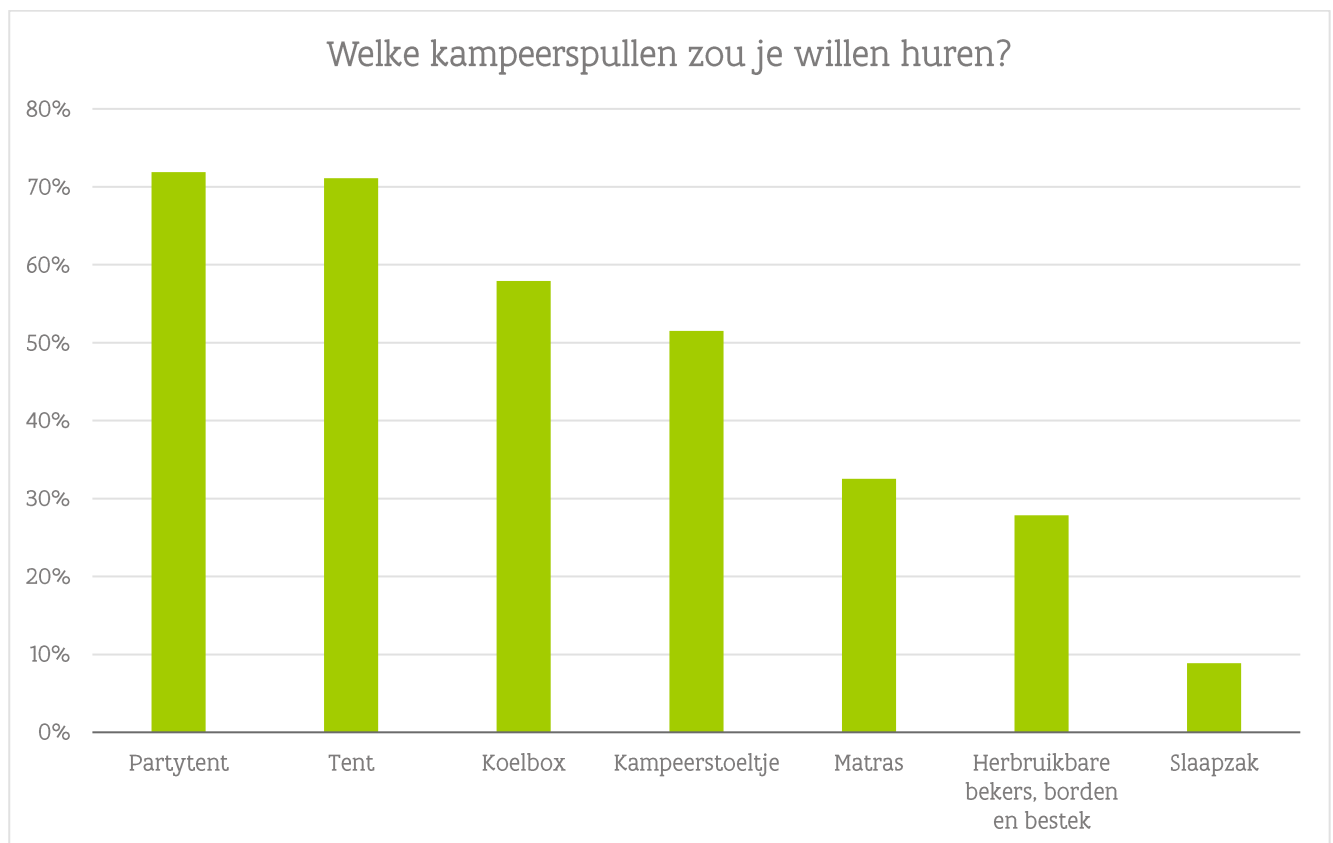
De antwoorden van de kampeeders gaan voornamelijk over basiszaken zoals tent en slaapmatras. Bij een partytent gelden duidelijk andere keuzecriteria.

Uit interviews blijkt dat de wegwerpcultuur in het bijzonder een uitdaging is voor partytenten. Partytenten bestaan vaak uit losse stukken en zijn meestal van lage kwaliteit, waardoor festivalgangers weinig geneigd zijn om deze terug mee naar huis te nemen. De productomschrijvingen en klantenbeoordelingen van dergelijke partytenten wijzen uit dat de goedkopere modellen vaak niet gemaakt zijn om meerdere dagen in weer en wind te laten staan. Daardoor zijn ze na een intensief festivalweekend vaak al aan het einde van hun levensduur. De problematiek zou minder groot zijn voor opvouwbare partytenten. Een opvouwbare partytent kost echter snel het dubbele van een niet opvouwbare partytent en weegt ook merkbaar meer.

Verhuurmodellen kunnen meer circulariteit introduceren in het materiaal dat wordt meegenomen naar festivalcampings. Volgens de uitgevoerde enquête staat bijna de helft van de bezoekers open voor het huren van kampeermateriaal. Het gaat hier wel om een vrijblijvende verklaring zonder engagement om ook effectief iets te huren. De interesse verschilt bovendien per type kampeermateriaal. Figuur 16 geeft aan dat de interesse voornamelijk uitgaat naar een partytent, een tent, een koelbox en een kampeerstoel. Een koelbox verhuren is weliswaar financieel niet erg aantrekkelijk voor festivalorganisatoren die een belangrijk deel van hun opbrengsten moeten verkrijgen via verkoop van voedsel en drank. Voor een matras, herbruikbare bekers, borden en bestek hebben festivalgangers ook interesse. Voor slaapzakken is er relatief weinig interesse vermoedelijk omwille van hygiëne en het gemak om zelf mee te nemen.

Volgens de uitgevoerde enquête staat 46% van de bezoekers open voor het huren van kampeermateriaal.

Figuur 16: Kampeerspullen die online respondenten willen huren (899 respondenten die geïnteresseerd zijn in huren)



Via een bijsturing van het businessmodel en aanpassingen aan de logistieke organisatie, kunnen verkopers van kampeermateriaal meer circulaire producten op de markt brengen. Verschillende verkopers van kampeermateriaal zoals Decathlon en AS Adventure bieden deze diensten reeds aan. Zo kan men een tent huren bij Decathlon vanaf 6€ per dag en bij AS Adventure voor 22€ per dag (AS Adventure, 2023) (Decathlon, 2023). Er zijn ook organisaties die rechtstreeks met de festivalorganisator samenwerken, zoals CAMP2CAMP of Festitent, voor wie het verhuren van kampeermateriaal op festivals één van hun kernactiviteiten is.

Festivalorganisatoren en aanbieders van kampeermateriaal zijn volop aan het experimenteren met verhuurformules. Huren is echter nog niet ingebed in de gewoontes van de festivalgangers en is vooralsnog niet overal aanwezig wat het voor de kampeerder minder aantrekkelijk maakt. Verhuren en andere circulaire business modellen kunnen belangrijke efficiëntiewinsten boeken eens er een groter aanbod is. Opscaling is echter nog nodig waardoor een effectieve vergelijking en evaluatie tegenover verkoopmodellen momenteel nog niet veel zin heeft.

2.4.3 De festivalorganisatoren

Festivalorganisatoren staan vaak zelf in voor de organisatie van (een deel van) de camping en werken hiervoor frequent samen met externe partijen om bijvoorbeeld logistieke aspecten te regelen. Daarnaast wordt een deel van de campings ook georganiseerd door derde partijen, bijvoorbeeld door een lokale weide-eigenaar die zijn velden hiervoor ter beschikking stelt en een vergunning krijgt van het lokale bestuur. Uit interviews blijkt dat de campings beheerd door de festivalorganisatoren vaak uitgebreidere voorzieningen hebben, terwijl de campings voorzien door derde partijen eerder beperkt zijn ingericht. De campingorganisator staat in voor het afvalbeheer op de camping, meer specifiek het voorzien van afvalrecipiënten, de opruim tijdens het festival en de afvalophaling achteraf.

Uit de online enquête blijkt dat bezoekers bij het kiezen van een camping vooral kijken naar: afstand tot het festivalterrein (59%), terrein groot genoeg voor hele vriendengroep (57%), sfeer (48%) en prijs (37%). De netheid van de camping is ook relevant, maar slechts bij 13% van de respondenten staat dit in de top drie voor de keuze van een camping.

Festivals experimenteren volop met maatregelen om afval te vermijden, hergebruik te stimuleren of afval beter te beheren, bijvoorbeeld met originele infrastructuur voor inzameling en sensibiliserende communicatie. Deze maatregelen kennen een wisselend succes, zoals verder beschreven in Hoofdstuk 3. Zo voorzien sommige organisatoren ter plaatse ook de verkoop van kampeermateriaal en andere artikelen, zoals tandenborstels of zeep. Hiervoor wordt vaak samengewerkt met bedrijven of kringwinkels, die tijdelijke 'campingwinkels' opzetten. Uit de interviews blijkt dat hier opnieuw het spanningsveld speelt tussen de kostprijs van het materiaal enerzijds, en de kwaliteit anderzijds. Festivalorganisatoren geven aan dat ze zoeken naar oplossingen die economisch interessant zijn voor zowel de bezoeker als het festival. Uit interviews blijkt echter dat het ter plekke verkochte kampeermateriaal soms van lage kwaliteit is of een lage prijs heeft omdat het van de kringwinkel komt, en alsnog ter plaatse achterblijft.

3 HUIDIGE INITIATIEVEN

De afvalhiërarchie, zoals weergegeven in de figuur hiernaast, stelt dat afval best vermeden wordt. Vervolgens kan gekeken worden naar hergebruik en recyclage. Pas dan komt verbranding, terwijl afval storten de minst gewenste optie is. De initiatieven die festivals en aanbieders van kampeermateriaal opzetten, focussen dan ook voornamelijk op preventie, hergebruik, sorteren en recycleren. Het storten van restafval wordt in Vlaanderen en de andere gewesten niet meer toegepast. Dit hoofdstuk bespreekt initiatieven voor preventie, hergebruik en recyclage die reeds genomen zijn of waarmee verder geëxperimenteerd kan worden.

3.1 AFVALPREVENTIE

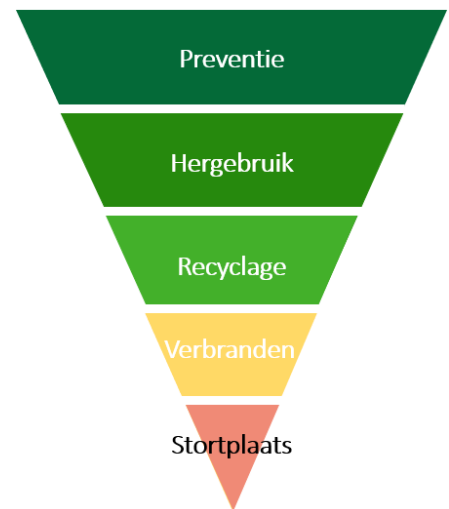
3.1.1 Communicatie voor, tijdens en na het festival

Communicatiecampagnes kunnen het gedrag van festivalgangers beïnvloeden. Ze informeren de kampeerder over de reductiemaatregelen op het festival en over wat de kampeerder kan doen om afval te voorkomen en welke impact afval kan veroorzaken. Dergelijke campagnes kunnen in principe continu ingezet worden: zowel tijdens de ticketverkoop, als op de camping. Ook is het zinvol om achteraf te communiceren over de evolutie van de hoeveelheid geproduceerd en achtergelaten afval om de kampeerdere te wijzen op hun bijdrage.

Het is niet altijd eenvoudig om de effectieve impact van communicatiecampagnes te meten. In de regel geldt dat het resultaat van de campagne verhoogt naarmate men het beeld vaker ziet en er meer kampeerdere aan worden blootgesteld. Naast de inhoudelijke boodschap en de wijze waarop die wordt voorgesteld, is het nuttig om de communicatiecampagne te koppelen aan andere initiatieven. Dit blijkt ook uit de interviews waar men stelt dat er vaak meer nodig is dan communicatie alleen om een gedragsverandering te realiseren. Voorbeelden van gekoppelde initiatieven zijn beloningen of wedstrijden; afvalstewards of eco-teams die het terrein schoon houden, extra afvalzakken uitdelen of helpen bij het inpakken; in het oog springende peukenrecipiënten; of initiatieven om verpakkingen te verminderen zoals extra watertappunten. Die samenhang van initiatieven maakt het in de praktijk moeilijk om de effectieve impact van een communicatiecampagne te isoleren.

Communicatie rond afvalpreventie kan reeds voorafgaand aan het festival worden opgestart. Festivalgangers raadplegen de festivalwebsite om info te vinden over tickets, line-up, faciliteiten en accommodaties voor het festival. Dat maakt de website ook een uitgelezen plek om hen te informeren over de duurzaamheidsuitdagingen, ambities, voorziene maatregelen en het campingreglement. Zo organiseert het

Figuur 17: De afvalhiërarchie als basis voor afval en materialenbeleid



Britse festival Shambala sinds 2017 de 'Bring A Cup' campagne, waarin bezoekers worden aangemoedigd om zelf hun herbruikbare tas voor warme dranken mee te brengen. In deze campagne kondigt Shambala reeds vooraf aan dat kampeers extra zullen moeten betalen voor elke warme drank die uit een wegwerpbeker wordt gedronken. Deze campagne volgt het voorbeeld van hun eerdere 'Bring A Bottle' campagne, waarmee ze na 3 jaar tijd 95% van hun bezoekers zo ver kregen om een eigen waterfles mee te brengen (Shambala, 2023). Het succes van deze campagne kan echter niet louter worden toegeschreven aan de communicatie op zich, maar is ook gelinkt aan de extra kost die kampeers moeten betalen indien ze geen eigen beker meenemen.

Een voorbeeld van communicatie tijdens het festival is de 'Tentwatcher' campagne op het Nederlandse Solar Weekend Festival in 2018 (zie figuur hiernaast). Deze campagne spoorde kampeers aan om hun tent mee naar huis te nemen of om hem op de juiste plek te deponeren als hij kapot was. Op het kampeerterrein werden grote banners geplaatst die de boodschap verspreidden, en tegelijk dienst deden als 'dumpplaats' voor kapotte tenten, met in eerste instantie het doel van preventie en in tweede instantie recyclage. Hier stond een positieve boodschap centraal, die probeerde in te spelen op de principes van de kampeerder.

Figuur 18: Tentwatcher op Solar Weekend festival 2018, een voorbeeld van een communicatiecampagne die het juiste gedrag aanmoedigt



Communicatiecampagnes rond gedragsveranderingen kunnen versterkt worden door er een beloning aan te koppelen. Uit een ondervraging uitgevoerd door studenten van de PXL Hogeschool op Belgische festivals in 2017, bleek dat kampeers een stimulans ervaren tot gewenst gedrag door een groter aantal beschikbare vuilnisbakken en het introduceren van herbruikbare bickers, maar vooral ook door de mogelijkheid om beloningen op te strijken (Redactie, 2017).

Figuur 19. Kampeers nemen deel aan de 'Alpaca My Tent Back Home' campagne op Pukkelpop (UCLL, 2022)



Deze aanpak past Pukkelpop toe sinds 2017 met de 'Alpaca My Tent Back Home' campagne (zie figuur hiernaast) (UCLL, 2022). Festivalgangers die de laatste dag de camping verlaten met hun tent, kunnen in het kader van deze campagne festivaltickets winnen door een foto te delen op sociale media met de hashtag #AlpacaMyTentBackHome. Via deze campagne wordt zowel tijdens als na het festival ingezet op communicatie. Tot dagen na het festival posten bezoekers hun eigen beelden op sociale media met de hashtag.

In 2019, zette het Leeds Festival een gelijkaardige campagne op waarbij festivalbezoekers via verschillende acties festivaltickets konden winnen, zoals bij het gebruik van een herbruikbare fles of het gebruik van vuilnisbakken voor selectieve inzameling (Leeds festival, 2019). Daarnaast lanceerde The Association of Independent Festivals (AIF), een Britse not-for-profit en sectorfederatie, een campagne genaamd 'Take your tent home'. De campagne was niet enkel gericht op de kampeeders, maar ook op Argos en Tesco, verkopers van kampeermateriaal. De campagne riep hen namelijk op om geen tenten meer te promoten als 'festivaltenten' voor eenmalig gebruik. Beide winkelketens verkopen op heden echter nog steeds goedkope festivaltenten.

De boodschap in communicatiecampagnes kan ook een negatieve of confronterende toon hebben, met als doel spijt of schaamte op te wekken. In 2019 werd in het Verenigd Koninkrijk op Shangri-La festival de 'Don't be a dick' campagne uitgerold, gericht op de afvalproblematiek op festivalcampings.

3.1.2 Eco-camping en groepszones

Verschillende festivals waaronder Body & Soul Festival (UK), Download Festival (UK) en Roskilde (DK), hebben sinds enkele jaren een aparte 'Eco-camping' voorzien. Deze specifieke zones hebben een strikter campingreglement dat kampeeders aanspoort om gedurende hun verblijf het afval continu te sorteren en achteraf geen afval achter te laten op hun kampeerplek. Bezoekers moeten daarbij voorafgaand aan het festival expliciet akkoord gaan met een aantal principes.

Uit de online-enquête blijkt dat 13% van de bezoekers de netheid van de camping een belangrijke factor vindt. Voor dit doelpubliek kan een afzonderlijke eco-camping een oplossing bieden.

Zo moeten bezoekers van de in 2018 opgestarte eco-camping op Download Festival bevestigen dat ze respectvol zullen omgaan met de natuur en zelf verantwoordelijk zijn voor al het afval dat ze produceren. In tegenstelling tot een regulier campingreglement, krijgen bezoekers bij het reserveren de vier principes te zien waarop de community op de camping is gebaseerd. De camping heeft weinig tot geen bijkomende faciliteiten⁵, maar onderscheidt zich via de belofte dat het een propere camping zal zijn. Dit creëert een community van gelijkgestemde mensen op de camping, wat uiteindelijk leidt tot een nette camping (Download festival, 2023) (Circular festivals, 2020).

Het Ierse festival 'Body and Soul' bewijst dat ecozones of eco-campings ook schaalbaar zijn. De 'Leave No Trace' zone op dit festival is opgeschaald van 15% van de capaciteit in 2014, naar 50% (5.000 kampeeders) in 2019. Op het einde van het festival werden slechts een 60-tal achtergelaten tenten geteld (Circular festivals, 2020). Sinds 2023 omvat de 'Leave No Trace' camping de volledige capaciteit. Door de zone gradueel op te schalen, geraakten de bezoekers vertrouwd met het concept en kon dit de norm worden. Hierbij moet worden opgemerkt dat 'Body and Soul' zich sterk richt op duurzaamheid, en dat de 'Leave No Trace' camping hier slechts één facet van is. Het festival trekt dus een publiek aan dat duurzaamheid belangrijk vindt, waardoor het opschalen van deze eco-camping vlotter kon verlopen (Body & Soul, 2023).

⁵ Voor de volledigheid wordt meegegeven dat op 'Download Festival' er op de eco-camping ook verhuur van tenten en kampeermateriaal wordt aangeboden.

Ook Roskilde (DK) zet duidelijk in op een 'community gevoel' voor het realiseren van hun eco-camping. Om een plekje te bemachtigen op de 'Clean Out Loud' camping (opgericht in 2011) moeten bezoekers een motivatie indienen. Hierin worden groepjes van kampeerders onder andere gevraagd hoe ze hun plek op de camping willen noemen, hoeveel mensen er zullen meekomen en hoeveel ruimte ze nodig hebben. Daarnaast moeten kandidaten omschrijven waarom ze graag op deze camping zouden verblijven. Ze krijgen ook de mogelijkheid om zelf activiteiten en events te organiseren op de camping, en zo het 'community gevoel' te versterken. De 'Clean Out Loud' camping onderscheidt zich van andere campings omwille van de netheid, maar ook haar centrale locatie dichtbij het festival, de mogelijkheid om een plek te reserveren voor een grotere groep en de 'afvalparade', zijnde een gezamenlijke opruimparade met festivalgangers (Roskilde Festival, 2023).

Opvallend is dat succesvolle initiatieven hoofdzakelijk vertrekken van een 'community gevoel', en minder van een strikte handhaving op het terrein. Rock Werchter, één van de grootste Belgische festivals heeft dit kunnen creëren met een andere formule, namelijk groepszones. Dit zijn afgebakende kampeerzones voor groepen van 2 tot 10 personen met een oppervlakte van 8 tot 64m². Bij de aankoop van een campingticket, kunnen kampeerders een dergelijke zone reserveren, zodat ze zich ervan verzekeren om met hun groep samen te staan. In de praktijk bleek dat er op deze zones ook minder afval achterblijft. Dit is mogelijk te wijten aan de perceptie van traceerbaarheid van het afval bij de kampeerders, of aan het zich meer 'eigenaar' voelen van 'hun' stukje camping. Ook het Deense Roskilde, dat naast de 'Clean out Loud' en andere community campings de mogelijkheid biedt om een groepszone te reserveren, gaf via interviews aan gelijkaardige positieve resultaten te zien.

Uit deze voorbeelden blijkt dat een vorm van eigenaarschap geven aan de festivalbezoeker een positief effect heeft op het verantwoordelijkheidsgevoel en daarmee ook de hoeveelheid achtergelaten afval. Dit kan zowel worden bereikt door vooraf een duidelijke intentieverklaring te laten ondertekenen door de bezoeker (zoals bij Download), kampeerders een motivatiebrief te laten invullen (zoals bij Roskilde) of door hen een eigen plek te geven (zoals op Rock Werchter). Bestaande festivals kunnen deze zones stelselmatig laten uitbreiden, om zo de bezoekers vertrouwd te maken met het concept. De eco-campings kunnen extra aantrekkelijk worden gemaakt door op een goede locatie gelegen te zijn, extra faciliteiten aan te bieden of de mogelijkheid te bieden om een kampeerplek te reserveren voor een grotere groep.

3.1.3 Aangepast campingreglement

Festivalcampings kunnen specifieke objecten inperken of verbieden die in grote hoeveelheden achterblijven op de camping of die een grote last bezorgen bij de opruim. Brackrock in Duffel past dit bijvoorbeeld toe voor partytenten (Brackrock, 2023). Voor andere festivals biedt het campingreglement dan weer een oplossing om grote stuks zoals zetels en koelkasten te weren.

Het festival Roskilde voorziet specifieke restricties voor partytenten. Zo is het op de community camping 'Common Ground' niet toegelaten om een 'wegwerp' partytent mee te nemen. In de plaats daarvan worden bezoekers aangemoedigd een partytent te huren of om een meer duurzame partytent mee te nemen. Op de 'Clean Out Loud' camping is het aantal partytenten dat men mag meenemen dan weer beperkt tot 1 per 16

kampeerders in de groep (Roskilde festival, 2023). Als er camping stewards zijn, kan toezicht op deze regels deel uitmaken van hun taken.

In 2014 verbood Rock Werchter het gebruik van festivaltenten op de camping⁶. In de communicatie gaf het festival aan dat ze te veel ruimte innemen en dat veel partytenten achterblijven als afval. Er was echter veel kritiek, waardoor de organisatie de maatregel snel terug introk. Eén van de bezwaren is dat bij regen of bij felle zon kampeerders moeten kunnen schuilen. Een mogelijke maatregel om met kritiek om te gaan is gemeenschappelijke schuilzones aan te bieden en/of een verhuurformule voor duurzame partytenten, maar dat vereist uiteraard bijkomende organisatie en heeft een kost.

Het campingreglement hoeft zich echter niet te beperken tot kampeermaterialen, maar kan ook inzetten op het weren van andere afvalstromen. Zo is het op de meeste festivals verboden om glas mee te nemen naar de camping, om te vermijden dat scherven in het gras zouden belanden. Uit de afgenomen interviews blijkt dat dit intussen goed is ingeburgerd. Festivals als Dranouter plaatsen wel nog steeds glascontainers, om zeker te zijn dat glas dat alsnog tussen de mazen van het net glipt, correct kan worden ingezameld.

Op het Nederlands festival Zwarte Cross mogen de 32.000 kampeerders geen eigen drinken of voeding meenemen naar de camping. Bezoekers kunnen in ruil daarvoor eenmalig verpakt gekoeld bier of frisdrank kopen aan een gereduceerd tarief (Zwarte Cross, 2023). Zo wordt de hoeveelheid achtergelaten voeding en drank sterk beperkt. Op de blikjes betalen bezoekers daarenboven statiegeld, waardoor ook het verpakkingsafval dat achterblijft op de camping laag is.

3.1.4 Aanbod van afvalarme consumptiegoederen op de camping

Op verscheidene festivalcampings zijn tijdelijke winkels of 'campingshops' voorzien. Deze hebben meestal een gelijkaardig aanbod als de klassieke supermarkt buiten het festival, waardoor festivalbezoekers de mogelijkheid hebben om ter plaatse verse producten of dagdagelijkse benodigdheden te kopen als brood, beleg of ontbijtgranen. Zo kan vermeden worden dat festivalkampeerders te veel voeding en drank naar het festival meenemen, en vervolgens ter plaatse achterlaten.

Organisatoren kunnen ook een ontbijtbar met afvalarme of afvalvrije producten (bv. granola in bulk, verse broodwaren,...) voorzien om te voorkomen dat kampeerders zelf teveel of oververpakte (ontbijt)producten meebrengen. Deze maatregel is een toegevoegde waarde voor de campingbeleving en kan bovendien een positief financieel resultaat opleveren. Om dit te promoten kan een ontbijtformule (al of niet mits extra betaling) aan campingtickets toegevoegd worden zoals het ontbijtbuffet bij Paradise City of Horst festival met herbruikbaar cateringmateriaal (Paradise City festival, 2023). Ook het op voorhand reserveren van ontbijtvouchers zoals op Rock Werchter (Rock Werchter, 2023) kan helpen omdat de kampeerders dan zeker zijn van een ontbijt en de hoeveelheid benodigd voedsel goed ingeschat kan worden. Als alternatief kunnen de bezoekers ook op het moment zelf de keuze krijgen om een ontbijt aan te kopen. Zo biedt Reggae Geel een

⁶ https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20140626_01156415

buffet aan, waar bezoekers betalen op basis van wat ze nemen, zonder reservatie op voorhand. Een mogelijk risico is dat er door het aanbieden van dergelijke formules voedseloverschotten ontstaan aan de zijde van de festivalorganisator. Er zijn weliswaar geen cijfers beschikbaar over de impact van dergelijke initiatieven op de hoeveelheid geproduceerd afval.

3.1.5 Hersteldiensten

Een deel van de kampeersers laat hun tent achter omwille van schade. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om scheuren in het zeil of kapotte ritsen. Op festivals is in het verleden reeds geëxperimenteerd met initiatieven om tenten ter plaatse te laten herstellen zoals een Repair Café op Crammerock (Van Landeghem, 2015), al is het onduidelijk wat de effectieve impact van dergelijke initiatieven was.

Uit de enquête blijkt dat schade in 40% van de gevallen de reden was om een tent of ander kampeermateriaal achter te laten.

Het aanbieden van hersteldiensten op de festivalcampings maakt het de kampeersers wel makkelijker om de stap te zetten tot herstel van de tent. Daarnaast zorgt de zichtbaarheid van de hersteldienst voor een extra herinnering aan de herstel mogelijkheden als alternatief voor de vuilnisbak.

Ook gespecialiseerde verkopers van kampeermateriaal bieden vaak een hersteldienst aan. Zo heeft Decathlon sinds 2022 een hersteldienst in hun winkels, waar men onder andere met tenten terecht kan (Decathlon, 2023). Tenten met scheuren of andere defecten kunnen worden binnengebracht en hersteld, waarna ze een nieuwe festivalzomer of vakantie kunnen overleven. Daarnaast bieden ze vaak ook wisselstukken en instructievideo's aan, waarmee de kampeersers aan de slag kunnen om zelf hun tenten te herstellen (Decathlon, 2023).

Uit de enquête blijkt dat 60% van de kampeersers geïnteresseerd zouden zijn in een hersteldienst ter plaatse. 34% wil ook betalen voor de herstelling.

Festivals kunnen communiceren over de voordelen van herstellen tegenover achterlaten. Een goede zichtbaarheid van hersteldienst ter plaatse versterkt deze boodschap verder. Er is echter nog geen universeel toegepast eco-design label voor kampeermateriaal dat kampeersers informeert over 'duurzaam' en/of herstelbaar kampeermateriaal. Een dergelijk kwaliteitscertificaat kan bijdragen aan het sensibiliseren van kampeersers bij aankoop van het materiaal.

3.1.6 Tentwaarborg

Een tentwaarborg is al in het buitenland toegepast, maar nog niet in België. Een tentwaarborg houdt in dat alle kampeersers die een tent meebrengen, een waarborg moeten betalen die enkel wordt terugbetaald wanneer ze hun tent terug mee naar huis nemen. Een uitdaging zit hier onder andere in het controleren of men de volledige tent terug mee heeft. Verder moet ook nauw worden opgevolgd welke festivalbezoekers een tent hebben meegebracht en ook terug mee naar huis nemen.

Uit een interview met Roskilde bleek dat zij in het verleden experimenteerden met een waarborg van 100€ per partytent. Dit bleek echter zeer arbeidsintensief. Daarnaast had dit als neveneffect dat er extra diefstal van partytenten optrad. Door het festival te verlaten met een (gestolen) partytent, kreeg men namelijk een bijkomend financieel voordeel van ca. 100€. A Greener Future wees erop dat dit ook kan leiden tot dumping van tenten voorbij het punt waar men reeds de waarborg heeft teruggekregen (Circular Online, 2022). Gezien het risico dat deze maatregel slecht zou worden onthaald door kampeerders en de arbeidsintensiteit, aarzelen organisatoren om deze maatregel toe te passen (BBC, 2022).

3.1.7 Rookvrije zones

Om te vermijden dat er sigarettenpeuken rondslingeren, kunnen festivals inzetten op de transitie naar een rookvrij evenement. Dit kan via het inrichten van rookvrije zones, of nog beter alles rookvrij met beperkte rokerszones op het festival en de camping, eventueel in samenwerking met organisaties als 'Generatie Rookvrij'. Zo voorziet het festival 'Arendonk Zingt en Swingt' enkele rookvrije zones op het festivalterrein (het festival heeft geen camping), en konden bezoekers die niet roken een beloning krijgen (Generatie Rookvrij, 2018).

Ook op grotere festivals is het gebruikelijk om op het festivalterrein bepaalde rookvrije zones te voorzien, bijvoorbeeld rond de podia, aan de bar of in de concerttenten, voornamelijk vanuit een veiligheidsperspectief. Verschillende festivals hebben daarenboven ook rookverboden ingevoerd om brand te voorkomen bij extreme droogte, zoals bijvoorbeeld op Reggae Geel in 2018 (VRT NWS, 2018). Het inrichten van rookvrije zones (of omgekeerd, het voorzien van rokerszones) op de campings lijkt echter minder gebruikelijk. In het buitenland zijn er wel voorbeelden, bijvoorbeeld op het Caveman Music Festival in de Verenigde Staten, waar roken enkel is toegelaten in specifieke zones (Caveman Music Festival, 2023).

3.1.8 Aankoopformules voor kampeermaterialen

Verschillende festivals bieden de mogelijkheid om ter plaatse een kampeerset aan te kopen zoals Dranouter⁷, Rampage Open Air (Rampage Open Air, 2023) en Tomorrowland (Tomorrowland, 2023). Ze experimenteren daarbij volop met manieren om bezoekers te stimuleren om deze tenten ook achteraf mee naar huis te nemen. In de praktijk blijkt dit geen evidentie, zoals hieronder geïllustreerd. Bijgevolg heeft het ter plaatse verkopen van kampeermaterialen momenteel een negatieve impact op de hoeveelheid afval.

Afhankelijk van het festival kan een kampeerset worden aangekocht die de bezoeker zelf moet opzetten, of is deze reeds geïnstalleerd in een daarvoor voorziene zone. De duurzaamheid van deze maatregel hangt sterk af van de materiaalkeuze en de reden van het ter plaatse kopen. Aangezien beschadigd materiaal één van de voornaamste redenen is om kampeermateriaal achter te laten, kan een hoge robuustheid van het voorziene kampeermateriaal de hoeveelheid achtergelaten tenten reduceren (Decathlon, 2019). Eenvoudige demonteerbaarheid kan er dan weer voor zorgen dat kampeerders hun (party)tenten niet achterlaten uit gemakzucht. Uit interviews blijkt echter dat het te koop aangeboden materiaal op Vlaamse festivals niet altijd

⁷ Dit werd gemeld door Dranouter tijdens het interview dat met hen werd afgenomen.

kwalitatief is, waardoor het niet bijdraagt aan de ambities om de hoeveelheid afval op de campings terug te dringen, zelfs integendeel.

Ook een mooi design of een *limited edition tent* zouden de kampeerder in theorie kunnen overtuigen om de tent effectief terug mee naar huis te nemen. Tomorrowland voorziet bijvoorbeeld eigen limited edition tenten, met een design aangepast aan het thema van het jaar. Bezoekers kunnen deze op voorhand of ter plaatse aankopen als 'pre-pitched'⁸ tent, of als zelf op te zetten pakket. Ondanks het mooie design van de tenten, blijken voornamelijk internationale kampeeders alsnog af te knappen op het feit dat ze hun tent nog zouden moeten meenemen op het vliegtuig, trein of bus. Verhuurformules zijn voor deze doelgroep daarom meer geschikt. Daarenboven kan het 'collectors item' gehalte ertoe leiden dat bezoekers elk jaar een nieuwe tent kopen, in plaats van de tent die ze hebben te hergebruiken.

Figuur 20: Vooropgezette *limited edition* tenten van Tomorrowland die aangekocht zijn door kampeeders en achteraf terug mee naar huis kunnen genomen worden



⁸ *Pre-pitched* houdt in dat de tent reeds op voorhand werd opgezet. De festivalbezoeker hoeft dit dus zelf niet meer te doen.

3.2 HERGEBRUIK

3.2.1 Verhuurformules voor kampeermaterialen

De voorbije jaren zijn op Belgische en Europese festivals, waaronder Pukkelpop, Graspop Metal Meeting, Sunrise Festival, Rijvers Festival, enzovoort, verscheidene verhuurmodellen voor kampeermateriaal opgestart. Deze initiatieven realiseren enerzijds een verbeterde beleving voor kampeeders die geen kampeermateriaal meer naar en van de camping moeten dragen en, afhankelijk van de formule, ook niet meer zelf de tent moeten opzetten en afbreken. Tegelijkertijd daalt het aantal achtergelaten tenten, aangezien deze bezoekers zelf niet verantwoordelijk zijn voor het meenemen van het kampeermateriaal.

Er zijn verschillende verhuurformules, afhankelijk van het aantal bezoekers, het budget en de wensen van de kampeerder. Deze gaan van het huren van traditionele tenten, slaapzak en matje tot luxueuze glamping op veldbedden in canvastenten. Doordat er gestreefd wordt naar hergebruik van het kampeermateriaal gedurende meerdere edities, zijn deze initiatieven een duurzame oplossing voor kampeermateriaal op campings. De aangeboden materialen kunnen kampeermaterialen zijn die specifiek voor dit doel zijn voorzien, of 'tweedehands' kampeermaterialen die op vorige edities zijn ingezameld.

Figuur 21: Drie voorbeelden van vooraf opgezette kampeeraccommodaties gebruikt in verhuurformules. Links: Rechargers (Rechargers, 2023); Midden: Festitent (FestiTent, 2023); Rechts: CAMP2CAMP 2021



Festivalorganisatoren kunnen de dienst zelf organiseren of zich laten ontzorgen door derde partijen. Bijvoorbeeld, CAMP2CAMP, een vzw met sociale tewerkstelling, zamelt kampeermateriaal in voor hergebruik op Tomorrowland. In de editie 2023 voorzagen ze 5.000 kampeeders per weekend van een reeds opgezette tent. Daarnaast zamelt CAMP2CAMP elk jaar het kampeermateriaal in dat achterblijft op de 'reguliere'⁹ Tomorrowland campings. Ze sorteren vervolgens de achtergelaten 'limited edition' tenten die op het festival kunnen worden aangekocht en de tenten van andere merken. De tenten uit deze tweede categorie worden gedoneerd aan vzw's of goede doelen. De 'Tomorrowland'-tenten worden op de daaropvolgende editie opgezet en kunnen worden gehuurd. Hoewel dit systeem reeds goed ingeburgerd is, geeft CAMP2CAMP tijdens een interview aan op een aantal uitdagingen te botsen. Zo zijn de ingezamelde tenten niet ontworpen voor verhuur, wat inhoudt dat ze minder robuust zijn en slechts een beperkt aantal keer kunnen worden hergebruikt voor verhuur. In de toekomst zou CAMP2CAMP dus eventueel overstappen op specifieke, eigen tenten die niet uit

⁹ Hiermee worden de campings bedoeld waar men zelf een tent kan opstellen, die men al dan niet ter plekke koopt.

het tweedehands circuit komen. Daarenboven heeft CAMP2CAMP nood aan een uitgebreide opslagcapaciteit, aangezien deze tenten buiten het festivalseizoen moeten worden opgeborgen.

Ook Festitent, dat 10 jaar geleden is opgericht als onderdeel van Festicamp, zet in op verhuur van tenten en kampeermateriaal. Ze specialiseren zich in het verhuren van 'pre-pitched' accommodaties, zodat bezoekers maximaal worden ontzorgd en zijn momenteel actief op vele festivals, zowel op een tiental festivals in België als internationaal. Om de robuustheid van het systeem te verhogen, is Festitent overgeschakeld op tenten met opblaasbare 'balken', in plaats van losse stokken die vaak stuk of verloren gingen. Daarenboven wordt specifiek ingezet op tenten die ontworpen zijn voor makkelijk herstel. Uit het interview met Festitent blijkt dat ze de tenten ongeveer 20 festivalweekends hergebruiken voor ze daadwerkelijk versleten zijn.

Aanvullend aan de keuze voor meer duurzaam materiaal, kan een waarborgsysteem of een contractuele schadeclausule er mee voor zorgen dat de kampeerders het gehuurde materiaal met meer zorg behandelen en op die manier ook de levensduur verlengen.

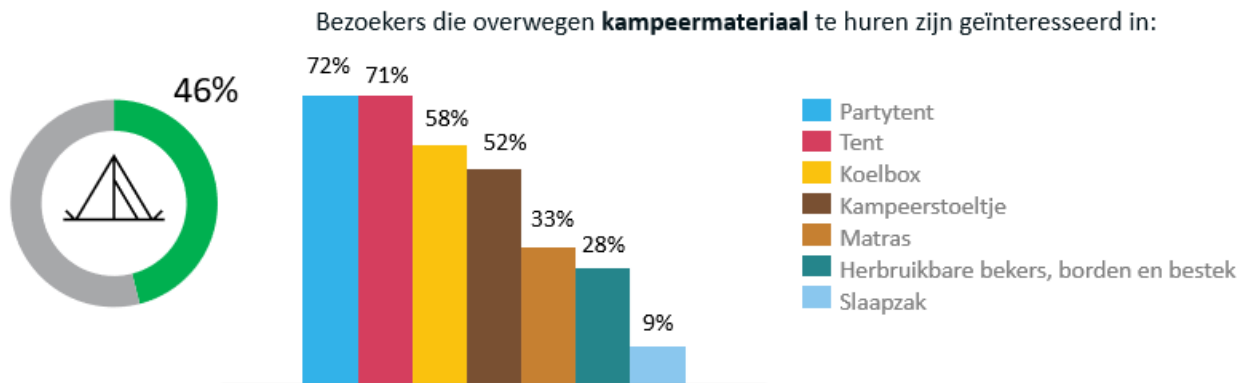
Naast de vooraf opgebouwde tenten die verhuurd worden, zijn er ook spelers die experimenteren met het aanbieden van pakketten die de kampeerder zelf moet opzetten. Zo zette Decathlon in 2022 een verhuursysteem op, specifiek gericht op Rock Werchter. Festivalkampeerders konden op voorhand een kampeerset bestellen, die ze vervolgens konden afhalen en terugbrengen aan het station van Leuven. Uit het interview met Decathlon bleek dat dit een relatief succes was, waarbij slechts een beperkte hoeveelheid materiaal achteraf niet meer bruikbaar was. Er zijn echter geen cijfers beschikbaar over het aantal kampeersets die op deze manier werden verhuurd. Tegenwoordig kunnen (festival)kampeerders het hele jaar door kampeermateriaal huren via de Decathlon-winkels. Naast Decathlon zijn er nog andere winkels en ketens die deze verhuurservice aanbieden.

Naast tenten bevatten de verhuurpakketten soms ook overige kampeermaterialen, zoals slaapzakken en kampeerstoeltjes. Uit interviews met Green Events (NL) en CAMP2CAMP bleek echter dat de reinigingsprocedure voor slaapzakken veel intensiever is dan die voor tenten. De hoge kost voor de reiniging gekoppeld aan de relatief lage aankoopprijs van nieuwe slaapzakken, maakt het uitdagender om verhuur van slaapzakken rendabel te maken.

Uit de enquête blijkt dat de huur van tenten, partytenten en kampeerstoeltjes de bezoekers het meest zou interesseren. Er is minder interesse in de huur van slaapzakken.

Uit bovenstaande voorbeelden blijkt dat de keuze van het materiaal, het bijhorende onderhoud, de kwaliteit, herstelbaarheid en daarmee de duurzaamheid, de verhuur/verkoopformule... belangrijke aspecten zijn om verhuurformules te doen slagen.

Figuur 22: 46% van de bezoekers overweegt een deel of al het kampeermateriaal te huren



3.2.2 Inzameling en toepassingen voor hergebruik

Sommige festivals zetten in op het verzamelen voor hergebruik van achtergelaten kampeermateriaal, bijvoorbeeld via tijdelijke tweedehandswinkels. Een voorbeeld van deze praktijk vinden we terug op Pukkelpop, dat reeds enkele jaren twee kringwinkels ter plaatse uitbaat (Hasselt, 2022). Hier kunnen kampeeders onder andere kampeermateriaal kopen dat op voorgaande edities van het festival is ingezameld, maar kunnen ze ook terecht voor kledij of accessoires. Echter, gezien het beperkte aanbod van dit materiaal, is dit instrument momenteel vooral nuttig als een extra dienstverlening aan de kampeeders. De schaalbaarheid is dus beperkt.

In 2016 experimenteerde Pukkelpop met verhuur van tweedehandskampeermateriaal. Bezoekers konden voor 80€ een tweedehandspakket krijgen, bestaande uit een tent en twee luchtmatrassen. Na afloop van het festival konden de kampeeders de set terug inleveren, en ontvingen ze hierbij een vergoeding van 20€. Hoewel dit als populair werd bestempeld, is het initiatief niet verder gezet omwille van de beperkte schaalbaarheid van deze formule (Amkreutz, 2016). Het tweedehandskampeermateriaal dat bezoekers op heden aankopen in de kringwinkel wordt dus niet meer teruggenomen. Bezoekers kunnen wel nog steeds kampeersets huren, maar het gaat hierbij om materiaal dat hiervoor specifiek ontworpen is en niet om tweedehands sets.

Op Tomorrowland zijn op de camping inzamelpunten voorzien voor nog bruikbaar materiaal dat kampeeders niet mee naar huis willen nemen, al is het onduidelijk hoeveel materiaal op deze manier wordt ingezameld. Tomorrowland en verscheidene andere festivals werken daarenboven samen met externe organisaties (vb. CAMP2CAMP, vzw's, kringloopwinkels of de lokale jeugdbeweging) om materiaal dat is achtergelaten alsnog in te zamelen en te recupereren. In het geval van Tomorrowland wordt een deel van het materiaal zoals hierboven omschreven opnieuw verhuurd, in samenwerking met CAMP2CAMP. Overige afzetmarkten zijn de tweedehandsmarkt of liefdadigheidsinstellingen.

In de praktijk blijkt dat het kampeermateriaal dat op het terrein wordt achtergelaten vaak van lage kwaliteit of in slechte staat is. In het bijzonder blijkt uit het interview met CAMP2CAMP dat het bijna onmogelijk is om tenten met losse stokken in te zamelen, aangezien deze vaak kwijtraken waardoor de set niet compleet is op het moment dat de tent wordt ingezameld. Exacte cijfers over het aandeel nog bruikbaar kampeermateriaal ontbreken echter.

Rock Werchter geeft verder aan dat het inzamelen van kampeermateriaal in de praktijk belangrijke uitdagingen kent, zoals de tijdsdruk aan het einde van het festival om de weide leeg te maken en terug vrij te geven. Deze tijdsdruk is moeilijk verzoenbaar met de hoeveelheid werk die het handmatig selecteren van de materialen vergt.

Verder zijn er ook bezorgdheden over de perceptie naar de festivalbezoekers. Uit het interview met Rock Werchter blijkt dat kampeerders vaker hun kampeermateriaal achterlaten wanneer ze lezen of horen dat achtergelaten materiaal zal worden gedoneerd aan liefdadigheidsorganisaties. Exacte cijfers over deze impact ontbreken echter.

Een alternatieve oplossing is dat kampeerders na het festival gebruikte kampeerspullen inleveren bij verkopers van kampeermateriaal. Zo kunnen gebruikte kampeermaterialen ook bij Decathlon worden ingeleverd¹⁰, die ze vervolgens opknaapt en tweedehands verkoopt. De eigenaars van het materiaal krijgen hiervoor een vergoeding, afhankelijk van de staat van het ingeleverde materiaal. De festivalbezoeker moet wel alsnog zijn tent meenemen en, eens thuis, gaan inleveren. Voor de festivalbezoeker is dit bijgevolg meer werk dan ter plaatse een kampeerset te huren of het materiaal achter te laten.

In het Verenigd Koninkrijk lanceerde Decathlon in de zomer van 2023 de ‘No Tent Left Behind’ campagne voor de inzameling van tenten. Deze tent is specifiek gericht op festivalbezoekers. Festivalkampeerders die voor hun festivalbezoek een Quechua MH100 tweepersoonstent aankopen – de goedkoopste tweepersoonstent in het assortiment – en deze na het festival in goede staat terugbrengen, krijgen in het kader van deze campagne een tegoedbon voor het volledige aankoopbedrag. Op deze manier wilt Decathlon het achterlaten van haar meest verkochte ‘festivaltent’ beperken (Decathlon, 2023).

3.2.3 Herbruikbaar drink- en eetgerei

Drink- en eetgerei is deel van het afval op festivalcampings. Zowel op de camping als op de festivalweide, kan een doordachte keuze van cateringmateriaal bij drank- en eetkraampjes de afvalproductie verlagen. Zo kunnen wegwerpbekers, flesjes en blikjes op de camping worden vervangen door herbruikbare bekertjes die de festivalbezoeker zelf meebrengt. Voor organisatoren is er voor drankreceptiënten al [regelgeving](#) van kracht zoals eerder vermeld.

¹⁰ Decathlon aanvaardt artikelen van alle Decathlon-merken en andere internationale merken.

Ook wegwerpborden kunnen worden vervangen door een gelijkaardig systeem met herbruikbare kommen en schaaltes. Dergelijke initiatieven worden uitvoerig beschreven op <https://ovam.vlaanderen.be/groen-event>.

De meeste festivals in België vinden plaats in de zomer, hydratatie is daarbij belangrijk, maar de aankoop van plastic flessen voor eenmalig gebruik, is niet gewenst. Een hervulstelsel voor herbruikbare waterflessen kan soelaas bieden, waarbij kampeers hun eigen fles kunnen vullen. Op de meeste Belgische festivalcampings is het ondertussen mogelijk om gratis drinkwater te krijgen. Er zijn ook festivals die dit expliciet deel laten uitmaken van de festivalbeleving. Zo konden bezoekers van Glastonbury in 2022 een unieke Chilly waterfles aanschaffen. Om dit verder kracht bij te zetten, werd ook samengewerkt met artiesten die ter plaatse flessen decoreerden (Chilly's, 2023). Ook op Horst kon men in 2023 een waterfles kopen, uniek aan het festival (Horst, 2023). Een kanttekening bij de verkoop van herbruikbare waterflessen is dat het mogelijks een gadget wordt dat bij de verzameling van kampeers komt en niet voldoende wordt hergebruikt. Het stimuleren van het meebrengen van eigen waterflessen voorafgaand aan het festival staat best voorop.

Figuur 23: Herbruikbare waterfles met logo van het festival op Horst festival (Horst, 2023)



Vanuit ditzelfde perspectief zijn drinkwaterfonteinen nodig op de campings. Ze helpen om vermijdbare drankverpakkingen te beperken. Ze moeten wel in voldoende aantal en makkelijk toegankelijk zijn op de camping om een impact te hebben.

3.3 RECYCLAGE

Zoals eerder vermeld, krijgen initiatieven gericht op preventie en hergebruik de voorkeur. Toch zal niet alles daarmee opgelost geraken en blijft recyclage een belangrijke volgende cirkel binnen de circulaire waardeketen.

3.3.1 Camping stewards

Verskillende festivals zetten camping stewards in, die de kampeers informeren en sensibiliseren, onder andere over afval. Enkele van de taken die stewards opnemen zijn:

- Kampeers op een positieve manier wijzen op en informeren over de afvaldoelstellingen, het campingreglement en goede afvalpraktijken;
- Vuilniszakken uitdelen om sorteren te bevorderen en kampeers aan te sporen de camping doorlopend proper te houden. Een propere omgeving moedigt bezoekers namelijk aan om het terrein verder proper te houden..

Van de kampeers die in de enquête verklaarden dat ze al afval op het kampeerterrein achterlieten, gaf 10% als reden op dat ze het onduidelijk vonden wat in welke vuilbak hoort.

- Zelf afval zichtbaar sorteren;
- Kampeerders die zichtbaar geneigd zijn hun kampeermateriaal achter te laten, informeren over de impact;
- Mee helpen afbreken van tenten en kampeermateriaal zoals bijvoorbeeld op het Belgische Sunrise Festival (Sunrise Festival, 2023) en bezoekers eventueel helpen om hun spullen tot aan de auto of de bushalte te brengen. Dit kan de gemakzuchtige kampeerders over de streep trekken om het materiaal toch mee naar huis te nemen.

In de enquête verklaarden 11% van de bezoekers die ooit al een tent achterlieten dat het te moeilijk was om ze te demonteren.

Uit ervaringen van verschillende festivals, zoals Mysteryland Festival in Nederland of Extrema Outdoor, blijkt dat het zinvol kan zijn om de camping stewards ook te laten overnachten op de camping. Zo worden zij deel van de lokale community en bouwen ze een persoonlijke band op met de kampeerders, hetgeen een positieve impact blijkt te hebben op de verantwoordelijkheidszin van de kampeerders (Circular Festivals, 2020).

3.3.2 Sensibiliserende initiatieven op de camping

Sinds 2016 zet Tomorrowland in op het sensibiliseren van festivalbezoekers rond recyclage tijdens het festival. Op de recyclagepunten worden bezoekers via signalisatieborden en stewards geïnformeerd over de waarde van afval en het belang van sorteren. Er worden bijvoorbeeld ook technologieën getoond zoals sorteerbanden en 3D-printers om inzichtelijk te maken wat er met de afvalfracties gebeurt na selectieve inzameling en welke innovatieve toepassingen er mogelijk zijn. Zo werden er zonnebrillen geprint die voor 50% vervaardigd waren uit PET-bekers. Het is echter moeilijk meetbaar wat de effectieve impact is van dergelijke initiatieven.

Ook op het Nederlandse festival DGTL konden bezoekers zien hoe het afval wordt gesorteerd en verwerkt. Dit initiatief maakte deel uit van een breder grondstofplan, waarin o.m. sorteren centraal stond in communicatie op het terrein, er een circulair 'food court' werd opgezet en elke zone van het festival een concreet actieplan had. Dankzij hun grondstofplan realiseerde DGTL in 2018 bijna een halvering van de restafvalfractie tegenover de voorgaande editie (Greenevents, 2018).

Figuur 24: Sensibiliserende initiatieven op Tomorrowland om goed sorteergedrag en de waarde van materialen aan te tonen. Links: sorteerband voor pmd-materiaal; Rechtsboven: gerecycleerde flesopener die via 3D print verkregen werd na het inleveren van PET-bekers; Rechtsonder: Een blikjesvuilbak die het leuk maakt om blikjes in te sorteren



3.3.3 Sorteergefaciliteiten voor recycling van afval

Om het afval dat toch wordt gecreëerd maximaal te sorteren is de aanwezigheid van voldoende afvaleilanden cruciaal. Duidelijk visueel gelabelde, opvallende en gegroepede vuilnisbakken met aangepaste inwerpopeningen, maken het voor de bezoeker duidelijk hoe ze moeten sorteren. Een doordacht vuilnisbakkenplan waarbij op de plattegrond wordt aangegeven waar recipiënten staan, ondersteunt dit verder. Daarenboven moeten de vuilnisbakken voldoende frequent worden geledigd. Sowiezo zal een (klein) deel van de mensen graag het gebrek aan vuilnisbakken aanhalen als excuus om geen inspanning te doen ongeacht hoe veel of hoe gebruiksvriendelijk de vuilnisbakken zijn.

In de enquête verklaarden 30% van de kampeers die niet sorteren, dat er op de camping onvoldoende vuilnisbakken zijn of dat ze onvoldoende geledigd worden.

3.3.4 Recyclage waarborgen en beloningen

Beloningen en andere incentives om afval te sorteren worden al meerdere jaren op festivalcampings toegepast. Zo hebben festivals als Pukkelpop, Extrema Outdoor, Paradise City en vele andere festivals recyclage waarborgen of “*recycling deposits*” op de camping.

In het geval van Pukkelpop gaat het om een waarborg van 10€ die wordt betaald bij de aankoop van het campingticket. Eens ter plaatse krijgen bezoekers zakken voor restafval en PMD. Wanneer ze minstens één correct gesorteerde vuilzak inleveren op het ‘recycling point’ wordt hun polsbandje gescand, en krijgen ze na afloop van het festival 10€ teruggestort (Pukkelpop, 2023). Om een hoog nalevingspercentage te bekomen, is het belangrijk dat bezoekers niet lang hoeven aan te schuiven. Voldoende inzamelpunten en medewerkers zijn een aandachtspunt.

Festivals als Dranouter voorzien beloningen zoals een gratis ontbijt of kans om gratis festivaltickets te winnen in ruil voor een volle vuilniszak. Uit interviews met Dranouter blijkt dat dit initiatief warm onthaald wordt bij de festivalgangers. Een uitdaging ligt wel in het feit dat bezoekers een gratis ontbijt krijgen in ruil voor een zak gesorteerd afval, maar dat ze soms meer dan één zak aan afval produceren.

Uit de enquête blijkt dat het krijgen van een beloning voor 7% van de bezoekers die sorteren de belangrijkste reden is om het afval correct in te zamelen.

3.3.5 Peukenpalen en asbakken

Verschillende festivals zetten in op initiatieven om tijdens het festival peuken in te zamelen, en achteraf te laten recyclen. Paradise City levert zijn ingezamelde peuken bijvoorbeeld aan WeCircular, één van de weinige peukenrecycleerders in België (Wecircular, 2023). In realiteit is dit echter kleinschalig en moeilijk schaalbaar.

Om de inzameling te bevorderen, kunnen verschillende instrumenten worden ingezet zoals stewards, peukenrecipiënten en zakasbakjes. In het geval van zakasbakjes kan weliswaar een nieuwe afvalstroom ontstaan indien ze als gratis gadgets worden uitgedeeld en individueel verpakt worden. Het is aan te raden om er steeds een bedrag voor te vragen zodat enkel de rokers er gebruik van maken. Uit onderzoek blijkt verder dat peukenpalen bijna dubbel zo effectief zijn als peukentegels. Een opvallende vormgeving van de peukenpaal verhoogt de effectiviteit verder (Mooimakers, 2023). Ook blijkt dat er tot 7 keer minder sigaretten op de grond terecht komen wanneer er gecombineerd wordt ingezet op peukenpalen, zakasbakjes en stewards, dan wanneer er louter asbakken op tafels worden geplaatst (Mooimakers, 2023). Peukstewards, eventueel gekoppeld aan het ecoteam of de camping stewards, kunnen ook ingezet worden om zakasbakjes uit te delen en de kampeerders te sensibiliseren door ze aan te spreken over het juist wegwerpen van de peuken.

Figuur 25: Links: een peukenpaal om sigaretten in weg te werpen; Midden: een compact en robuust zakasbakje; Rechts: een steward die zakasbakjes uitdeelt op OLT Rivierenhof



3.3.6 Inzamelingsmogelijkheden voor recyclage van kampeermateriaal

In het verleden is het achtergelaten campingafval weinig tot niet gerecycleerd omdat het productontwerp vaak geen rekening houdt met de recycleerbaarheid van het product. Kampeermateriaal omvat onder andere tentzeilen, tentstokken, slaapzakken, stoeltjes, haringen en luchtmatrassen. Recyclage is vaak duur of nog onhaalbaar. Bovendien zijn er zelden afzonderlijke inzamelingsmogelijkheden voor textiel, plastic en metaal op de camping om onbruikbaar kampeermateriaal gescheiden in te zamelen. Dit leidt tot een gemengde fractie die achteraf moeilijk te scheiden en te recyclen is.

De technologie om het kampeermateriaal te recyclen tot nieuwe toepassingen is nog in volle ontwikkeling. Lowlands heeft bijvoorbeeld voor het eerst in 2022 via een samenwerking met Uppact een pilotproject uitgevoerd waarbij ze plastic afval omzetten in nieuwe producten zoals campingtafels of rijplaten via de Unwastor, een gepatenteerde recyclagemachine (Uppact, 2022).

Ook Decathlon experimenteert met recyclage van kampeermaterialen. Dit hopen ze onder meer te realiseren door de eerder vermelde inzameling van gebruikt (kampeer)materiaal, waarbij een deel wordt doorverkocht en waar dat niet mogelijk is, af te voeren naar recyclage.

Op het vlak van ecodesign en recyclage kunnen aanbieders van kampeermateriaal een belangrijke rol spelen. Dit betekent in de eerste plaats dat het materiaal ontworpen wordt om de levensduur te maximaliseren. Naast duurzame kwaliteit en het verhogen van de herstelbaarheid, kan er worden ingezet op de mate waarin de materiaalsoorten makkelijk gescheiden kunnen worden. Zo zijn de afzonderlijke fracties makkelijker te recyclen. Indien tenten en slaapzakken onder een uitgebreide producentenverantwoordelijkheid (UPV) textiel zouden vallen, dan zou deze UPV een stimulerende rol kunnen spelen bij zowel de mentaliteitswijziging, het stimuleren van de circulaire businessmodellen, het aanmoedigen van ecodesign en het aanbieden van hoogwaardige recyclage.

Uit de enquête blijkt dat 50% van de festivalkampeerders het lang meegaan van het kampeermateriaal de belangrijkste factor vindt bij de aankoop van materiaal.

4 VERSCHILLEN TUSSEN KAMPEERDERS

Veel van de bevindingen uit de enquête zijn al beschreven bij de inhoudelijke thema's eerder in dit rapport. Dit hoofdstuk duidt de verschillen tussen de kampeerders, gebaseerd op een statistische evaluatie van de antwoorden (zie Bijlage C voor technisch rapport met methodologie). De besproken verschillen zijn statistisch significant met een 99% betrouwbaarheidsinterval (de resultaten zijn gebaseerd op tweezijdige testen met significantiegrenzen van 1%).

4.1 VERSCHILLEN BEVRAGING ONLINE EN TER PLEKKE

In totaal hebben 1947 festivalkampeerders de enquête ingevuld, waarvan 855 online (44%) en 1092 (56%) op het kampeerterrein. De respondenten online en ter plekke geven meestal gelijkaardige antwoorden. Op volgende vlakken verschillen ze echter op statistisch significante wijze:

- Bij de online respondenten geeft 18% aan dat ze van plan zijn hun **materiaal te huren**, terwijl ter plekke slechts 2% aangeeft dat het zijn materiaal gehuurd heeft. Dit verschil kan liggen aan onvoldoende verhuuraanbod, aanbod ongekend, te duur, of aan de beslissing om voor het festival alsnog kampeergierig aan te schaffen of het te doen met het beschikbare materiaal van thuis.
- De online respondenten geven blijk van een hogere 'willingness-to-pay' om een **eigen plekje op de camping** met vrienden te reserveren. 48% van de online respondenten geeft aan om 5€ of meer voor de reservatie van een groepszone te willen betalen en 4% zelfs meer dan 30 €. Ter plekke wil slechts 39% iets betalen voor een gereserveerde zone en 2% meer dan 30 €. Vermoedelijk speelt de onzekerheid vooraf om zeker met de volledige groep een goede plek te vinden hier een rol.
- De online respondenten geven vaker aan te denken dat ze **kampeermateriaal** zullen **achterlaten**. 23% geeft aan dat ze van plan zijn om kampeer materiaal achter te laten (of al eerder hebben achtergelaten) terwijl dit bij de bevraging ter plekke slechts 12% is. Dit lijkt een hoopvol signaal waarbij kampeerders zich ter plekke realiseren dat afval achterlaten geen goede praktijk is. Een belangrijk element is ook dat de respondenten ter plekke (18%) vaker aangeven dan bij de online bevraging (11%) dat ze het wel zouden doen als er iets stuk is aan hun tent, maar dat dit probleem zich nog niet voordeed.
- Op gelijkaardige wijze geven de online respondenten vaker dan de kampeerders ter plekke aan dat ze **afval ongesorteerd achterlaten** wel zouden overwegen (23% tegenover 15%). Een belangrijke reden blijkt uit de rondvraag dat meer kampeerders ter plekke vinden dat het eenvoudig is om te sorteren (62% tegenover 51%). Mogelijks zijn het de inspanningen van festivals en campings om het sorteren van afval aan te moedigen die vruchten afwerpen. Bij de groep die aangeeft ter plekke toch nog afval ongesorteerd achter te laten, valt vooral op dat ze vaker aangeven dat ze het normaal vinden en dat het een deel is van de festivalgewoontes (9% van de respondenten online tegenover 24% van de bevragden ter plekke).
- Online respondenten geven vaker aan dat ze nog nooit **voedsel** hebben **overgehad** (13% tegenover 5%). Hieruit blijkt ondermeer dat de kampeerders ter plekke zich al beginnen realiseren dat ze vermoedelijk wel wat eten en drank zullen over hebben.

- Respondenten online blijken een licht hogere score toe te kennen voor hun **algemene campingervaring** op het festival (7,8 op 10 online tegenover 7,5 op 10 ter plekke). Ongetwijfeld spelen het enthousiasme en de hoge verwachtingen vooraf hier een rol.

4.2 VERSCHILLEN PER LEEFTIJDSCATEGORIE

De respondenten van de bevraging kunnen ook per leeftijdscategorie onderverdeeld worden. In totaal hebben 1947 respondenten de vragenlijst beantwoord waarvan 59 jonger dan 18 jaar (3%), 1303 tussen 18 en 26 jaar (67%), 367 tussen 27 en 34 jaar (19%) en 218 respondenten die 35 jaar of ouder (11%) zijn. De meest opvallende verschillen tussen de leeftijdscategorieën zijn:

- 35 plussers zijn veel meer geïnteresseerd in het **huren van materiaal**. 23% van de 35+ geeft aan (een deel van) zijn materiaal te huren, terwijl dit slechts 10% is bij 27-34 jarigen en 6% bij jongeren onder 26. Vermoedelijk spelen hier gemak en een groter budget een rol.
- Omgekeerd zijn 35 plussers dan weer minder geïnteresseerd in het **reserveren van een eigen plekje voor de hele vriendengroep**. 30% van de 35+ groep geeft aan geen meerwaarde hierin te zien tegenover 17% bij de groep 18-26 jarigen. Mogelijks omdat ze eerder met een kleine groep komen en zich daardoor niet ongerust voelen om 'geïsoleerd' van de vriendengroep te geraken.

4.3 VERSCHILLEN TUSSEN FREQUENTE EN MINDER FREQUENTE FESTIVALKAMPEERDERS

W kunnen de bevroagde kampeerders opsplitsen in 'light users die maximum 1 festival doen per jaar' en 'heavy users die meer dan één festival doen per jaar'. In totaal hebben 1947 respondenten de vragenlijst beantwoord. 873 respondenten doen maximum 1 festival per jaar (45%), terwijl 1074 respondenten 2 of meer festivals doen per jaar (55%). We zien volgende significante verschillen:

- Heavy users lijken meer geneigd dan light users om **voedsel en drank achter te laten op de weide** (3,9% tegenover 1,5%) en voedseloverschotten weg te gooien (15,4% tegenover 11,2%). Mogelijks schatten ze hun eigen gedrag beter in dan mensen met minder ervaring die de effecten van vermoeidheid op het einde van een festival onderschatten.
- Heavy users blijken meer **gemotiveerd om afval te sorteren** door een financiële prikkel zoals een waarborg of een beloning zoals een gratis ontbijt (18% tegenover 12% bij light users) terwijl light users meer intrinsieke motivatie (ik wil zo weinig mogelijk afval achterlaten) citeren als reden om afval te sorteren (64% bij heavy users tegenover 72% bij light users).
- Heavy users scoren hun **kampeervaring** net wat hoger dan light users (7,7 op 10 tegenover 7,5 op 10). Het lijkt logisch dat heavy users die vaak kamperen dit ook fijn vinden.

4.4 VERSCHILLEN PER REGIO VAN OORSPRONG

De bevroegde kampeerders kunnen ook geclusterd worden in functie van de regio van oorsprong: Vlaanderen, Brussel & Wallonië en het buitenland. In totaal hebben 1947 respondenten de vragenlijst beantwoord. 1515 respondenten komen uit Vlaanderen (78%), 113 uit de andere gewesten (6%) en 319 respondenten komen uit het buitenland (16%). De volgende verschillen in antwoorden zijn statistisch significant:

- Zowel bezoekers uit Brussel & Wallonië als bezoekers uit het buitenland zijn meer geneigd om **materiaal te huren** (6% voor bezoekers uit Vlaanderen tegenover 24% uit andere gewesten en 18% uit het buitenland). Festivalgangers die van buiten Vlaanderen komen zijn duidelijk meer geïnteresseerd in verhuur.
- De Vlaamse respondenten zijn het minst bereid om te betalen voor een **stukje 'eigen camping'** dat gereserveerd is **voor de vriendengroep**. Van de respondenten afkomstig van Vlaanderen geeft 60% aan geen interesse te hebben of enkel als het gratis is. Voor bezoekers van andere gewesten is dat 53% en van het buitenland 48%. Logischer wijze zijn er dan ook minder bezoekers uit Vlaanderen die 20 € of meer willen betalen voor de dienstverlening (5% in Vlaanderen tegenover 6% uit Brussel & Wallonië en 13% uit het buitenland).
- Opvallend is dat de bezoekers van verschillende regio's een gelijkaardige houding hebben als het over sorteren of **achterlaten van afval** gaat. Eén van de weinige statistisch significante verschillen is dat Brusselse en Waalse bezoekers meer geneigd zijn om overtollig eten mee naar huis te nemen (72%) dan Vlaamse bezoekers (61%) en veel meer dan buitenlandse bezoekers (54%).
- Buitenlandse bezoekers geven dan weer vaker aan dat ze nog nooit voedsel of drank over hadden (7% Vlaamse bezoekers, 6% bezoekers uit andere gewesten en 14% uit het buitenland).
- Bij alle bezoekers blijkt de intrinsieke wil om restafval te vermijden de meest geciteerde reden te zijn om te **sorteren** (67% voor Vlaamse bezoekers, 69% voor zowel bezoekers uit Brussel & Wallonië als uit het buitenland). Buitenlandse gasten blijken echter minder financieel gedreven en geven aan dat een waarborg hun sorteergedrag minder stuurt (16% bij Vlaamse bezoekers, 17% bij Brusselse & Waalse bezoekers en 8% bij buitenlanders).
- Campingbezoekers uit België geven minder vaak aan dat te weinig vuilbakken een **reden** zijn **om niet te sorteren** (4% voor zowel bezoekers uit Vlaanderen als uit Brussel & Wallonië) dan buitenlandse gasten (8%). Mogelijks zorgen de verschillen tussen sorteersystemen in verschillende landen voor een bijkomende drempel (of excuus).
- Een deel van de buitenlandse campingbezoekers die aangeven ongesorteerd afval achter te hebben gelaten of dit plannen te doen benadrukken dan ook dat ze het **onduidelijk vinden wat in welke vuilbak** hoort (11% uit Vlaanderen, 7% voor Brusselse en Waalse bezoekers en 27% voor buitenlanders).
- Vlaamse kampeerders die aangeven **afval achter** te hebben **gelaten** of dit plannen te doen verwijzen voornamelijk naar de wens om snel te willen inpakken en wegwezen (48% tegenover 40% voor Brusselse en Waalse bezoekers en 24% voor buitenlanders).

5 CONCLUSIE EN ACTIEFICHES

Kampeerders laten bij het einde van het festival kampeermateriaal, voedseloverschotten en ander afval na. Deze studie brengt inzichten samen van literatuur, interviews en een rondvraag met bijna tweeduizend respondenten. Het doel was om informatie te verzamelen over de redenen van kampeerders om afval achter te laten en mogelijke acties te identificeren die de overheid, festivalorganisatoren en producenten van kampeermateriaal kunnen nemen om afval te voorkomen of beter te sorteren.

Figuur 26: Potentiële acties om afval op festivalcampings te voorkomen en zo goed mogelijk te beheren



Figuur 26 geeft een niet-limitatief overzicht van de acties die festivalorganisatoren kunnen nemen. Een totaaloplossing is er echter niet en de geïdentificeerde acties zijn niet altijd schaalbaar of haalbaar vanuit een financieel oogpunt voor elk festival. Er ligt ook een belangrijke rol bij aanbieders van kampeermateriaal om een duurzaam aanbod te voorzien waarbij ecodesign centraal staat om de levensduur te maximaliseren en de materialen eenvoudig recycleerbaar te maken. Festivalorganisatoren vragen de overheid om de invoering van Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid (UPV) te overwegen voor partytenten. De bedoeling is om de

economische en milieukosten verbonden met het afvalbeheer te internaliseren en de verkoop van 'wegwerptenten' te beperken. In het kader van sigarettenpeuken dringt zich ook een gesprek op met het beheersorganisme dat in de toekomst zwerfvuil van sigarettenpeuken zal bestrijden in het kader van 'Uitgebreide Producenten Verantwoordelijkheid'. De overheid kan naast zijn rol van regelgever bijdragen door kennisverspreiding en het ondersteunen van communicatie om festivalgangers te sensibiliseren.

Verschillende initiatieven besproken in dit rapport worden reeds toegepast, andere worden opgestart of zitten nog in de conceptfase. Uit deze initiatieven werd een selectie gemaakt rekening houdend met de verwachte impact en de haalbaarheid. Zes prioritaire initiatieven zijn uitgewerkt in handige fiches (zie bijlage D) waarmee de festivalorganisator aan de slag kan:

1. Verhuur van kampeermateriaal
2. Partytenten
3. Eco-camping
4. Communicatie
5. Afvalarme voeding
6. Sigarettenpeuken

Festivalgangers sensibiliseren en aanzetten tot duurzaam gedrag is een blijvende opdracht. Verder onderzoek zal in de toekomst nodig zijn om de hoeveelheden afval beter in kaart te brengen, toegepaste acties te evalueren en nieuwe maatregelen te identificeren. In dat kader zijn alvast twee onderzoeksinitiatieven die in 2024 zullen gepubliceerd worden relevant: Teresa Moore (PhD thesis en artikel) & Toolkit Native Events.

6 BIJLAGEN

6.1 BIJLAGE A: LIJST VAN UITGEVOERDE DIEPTE-INTERVIEWS

Organisatie	Land (niet exhaustief)	Geïnterviewde
Rock Werchter & Livenation	BE	Yo Van Saet, Nele Bigaré
CAMP2CAMP	BE	Lori Maes
A Greener Festival	UK / EU	Teresa Moore
Green Events NL	NL	Laura van de Voort
IeperFest	BE	Martijn Vandewalle
Decathlon	BE	Bohdan Lamon
Roskilde	DK	Anders Baehring
Dranouter	BE	Jeroen Verdonck
FestiCamp	BE	Koen Luyten
AIF (Association of Independent Festival)	UK	John Rostron

6.2 BIJLAGE B: FOTO VAN HET SURVEY TEAM MET QR-CODE T-SHIRTS VOOR BEVRAGING



6.3 BIJLAGE C: TECHNISCH RAPPORT BEVRAGING KAMPEERDERS

Zie bijgevoegd document

6.4 BIJLAGE D: FICHES MET ACTIES

VERHUUR VAN KAMPEERMATERIAAL

Preventie van kampeermateriaalafval door as-a-service business modellen



Klein – middel – groot



Volgens de enquête* overweegt 46% van de bevroegde kampeeders kampeermateriaal te huren en heeft 17% al eens een opgezette tent gehuurd of plant dit te doen

OMSCHRIJVING

- Formule: tent vooraf opgezet voor de bezoeker
- Alternatieve formule: verhuur van kampeersets ter plekke die de bezoeker zelf opzet
- Beheer: in samenwerking met een derde partij of door festival zelf
- Reservatie bij aankoop campingticket
- Interesse: 7% van de bevroegde kampeeders wil alle materiaal huren en 39% een deel van zijn materiaal*
- Aanbod: bezoekers zijn volgens de rondvraag vooral geïnteresseerd in de huur van partytenten, tenten en kampeerstoeltjes
- Voornaamste redenen om geen kampeermaterialen te huren: reeds eigen spullen en bijkomende kost

RANDVOORWAARDEN

- Voldoende lage kostprijs
- Verhuurpunt zo dicht mogelijk bij camping om drempel te verlagen
- Waarborg om te stimuleren dat materiaal in goede staat wordt ingeleverd
- Communicatiecampagnes om bekend te maken
- Ondersteunende stewards die helpen bij inchecken, opzetten van materiaal en eventuele herstellingen
- Geen verkoop van kampeermateriaal ter plaatse ten voordele van verhuur
- Kampeermateriaal voldoende robuust (vb. tenten met opblaasbare luchtslangen in plaats van losse stokken, beperkt aantal ritsen, opvouwbaar partytenten,...)
- Bij afleveren van vergunning voor festival door lokaal bestuur eventueel verplichting opnemen om verhuur van materiaal aan te bieden



FESTITENT: zet in op de verhuur van tenten en kampeermateriaal en is gespecialiseerd in verhuur van 'pre-pitched' accommodaties



CAMP2CAMP: vzw met sociale tewerkstelling, zet in op inzamelen en hergebruiken van kampeermateriaal op Tomorrowland



GEMIDDELD

- + Minder kosten en werklust voor afvalopruiming
- +/- Inkomsten, organisatorische last en financiële risico's afhankelijk van afspraak met aanbieder verhuurservice
- +/- Willingness-to-pay van doelpubliek festival belangrijke factor voor schaalbaarheid van verhuur



GEMIDDELD - HOOG

- + Meer hergebruik van materialen
- + Beter beleving door extra aanbod ter plaatse
- + Minder sleuren met kampeermateriaal verkleint de nood om met eigen wagen te komen

*Enquête uitgevoerd in opdracht van de OVAM in het kader van de studie 'Afval en materialen op festivalcampings (2023)'

PARTYTENTEN

Beperken van achtergelaten partytenten via verbod of verhuurservice



Klein – middel – groot



In de enquête* geeft 46 % van de bevroagde kampeers aan zelf een partytent mee te nemen

OMSCHRIJVING

- Beperking of verbod op (niet-opvouwbare) partytenten via campingreglement
- Verhuur van kwalitatieve partytenten gekoppeld aan verbod eigen partytenten
- Alternatieve dienstverlening met beperkte impact: ondersteuning op de camping bij afbreken en inpakken van partytenten



Roskilde (DK): Mogelijkheid om ter plaatse een opvouwbare, kwalitatieve partytent te huren
Bron: <https://roskil.de/rentyourgear>

RANDVOORWAARDEN

- Voorafgaande communicatie en geleidelijke introductie overheen verschillende jaren om protest te beperken
- Controle en ondersteuning ter plaatse via campingstewards
- Bij verhuur:
 - Kwalitatieve partytenten voor schaduw en beschutting: robuust, opvouwbaar, waterdicht, UV-beschermend
 - Verhuur koppelen aan mogelijkheid om een campingplaats te reserveren
 - Bij de kampeers die overwegen materiaal te huren, zijnde 46%, is 72% geïnteresseerd in de huur van een partytent*
- Bij verbod:
 - Voorzien van collectieve schaduw- en schuilplekken op de camping
- Bij beperking:
 - Aanbod van herbruikbare zakken, touwen of linten om zelf meegebrachte partytenten terug naar huis te nemen



Brakrock (BE): verbiedt partytenten op de camping



LAAG - GEMIDDELD

- + Lagere opruim- en afvalverwerkingskosten
- Investering of samenwerking met derde partij voor aanbod collectieve schaduw- en schuilplaatsen of verhuur partytenten
- Eventuele bijkomende campingsstewards



GEMIDDELD - HOOG

- + Bij verbod: geen afval meer van partytenten
- (+) Bij verhuur zonder verbod: minder afval
- + Bijkomend veiligheidsvoordeel: minder weggewaaid partytenten

*Enquête uitgevoerd in opdracht van de OVAM in het kader van de studie 'Afval en materialen op festivalcampings (2023)'

ECO-CAMPING OF GROEPSZONES

Exclusiviteit creëren ten voordele van hoger verantwoordelijkheidsgevoel kampeerder



Middelgrote tot grote festivals



In de enquête* geeft 80% van de bevraagde kampeeders aan dat ze geïnteresseerd zijn in een eigen plekje, 43% wil er ook iets voor betalen

OMSCHRIJVING

- Specifieke zones met strikter reglement en expliciet akkoord van de kampeerder
- Potentieel om jaarlijks op te schalen
- Inzetten op community gevoel en exclusiviteit via o.a. extra activiteiten (vb. gericht op afvalinzameling), community zones met ruimte voor events op de camping
- Variant: gereserveerde groepszones om verantwoordelijkheidsgevoel aan te spreken



Roskilde (DK), Clean out Loud camping: Kampeeders maken een motivatiefilmje, organiseren zelf events gericht op afvalpreventie en -reductie, en nemen deel aan 'afvalparade' waar de campings worden opgeruimd. In ruil kunnen de kampeeders een stukje camping reserveren op de dichtste camping bij het festivalterrein. Slechts 4 groepen kusten hun plek niet op in 2019.
Bron: <https://cpnpast.dk/2022-07-04/activities/roskilde-2022-a-week-of-waste-and-the-work-to-stop-it/>

RANDVOORWAARDEN

- Exclusieve locatie (bv. dichtbij de ingang), aanbod van extra faciliteiten, mogelijkheid om een groepszone te reserveren
- Duidelijke communicatie over principes en vuistregels
- Engagement kampeerder vastleggen via bv. een motivatiebrief of door een charter te ondertekenen
- Sociale controle vergroten via camping stewards die kampeeders aanspreken op correct gedrag
- Ownership kampeerplek vergroten via bv. wedstrijd voor mooiste plek of personaliseren met naam en/of vlag



Body & Soul (UK), Leave no Trace camping: Geleidelijk aan opgeschaald naar volledige camping (in 2019 slechts 60 tenten achtergelaten op camping van 5.000 – 6.000 kampeeders)
Bron: <https://bodyandsoul.ie/experiences/sustainability/sustainability-one>



LAAG - GEMIDDELD

- + Lagere opruim- en afvalverwerkingskosten
- Bijkomende personeelskost voor organisatie en camping stewards
- Extra communicatie en promotie



GEMIDDELD - HOOG

- + Grote positieve impact op betrokken zone
- + Mogelijkheid om op te schalen

**Enquête uitgevoerd in opdracht van de OVAM in het kader van de studie 'Afval en materialen op festivalcampings (2023)'*

COMMUNICATIE

Kennis en motivatie verhogen om gedragsverandering te bekomen



Klein – middel – groot



Alle festivalkampeers en aanbieders van kampeermateriaal

OMSCHRIJVING

- Gericht op één festival of over festivalsector heen
- Het inzetten van ambassadeurs (bv. bekende Vlamingen, artiesten,...)
- Het inzetten van een beloning om motivatie te verhogen
- Vooraf, tijdens en achteraf: informeren, sensibiliseren en nudgen (onbewuste gedragssturing) rond preventie, duurzaamheid, eigen milieu-impact, ambities en voorziene maatregelen festival,...
- Voorbeelden:
 - o Vooraf: meenemen herbruikbare bekers
 - o Tijdens: affiches rond de eigen milieu-impacten die van het festival
 - o Achteraf: bedanken voor inspanningen en terugkoppelen van evolutie afvalcijfers



Paradise City (BE): Infopanelen ter plaatse informeren over afvalbeheer tijdens het festival

RANDVOORWAARDEN

- Communicatie met aangepaste toon per doelgroep
- Combinatie van online en print
Voorbeeldfunctie consequent toepassen (vb. geen papieren flyers rond afvalpreventie)
- Verankering in de algemene communicatie rond het festival om impact te verhogen



Pukkelpop (BE): 'Alpaca my tent back home' campagne moedigt bezoekers aan om hun tent aan het einde van het festival terug mee naar huis te nemen. Door een foto te maken met hun ingepakte spullen en die vervolgens te posten maakten kampeers kans op tickets voor de volgende editie.

Bron: <https://www.ucil.be/nl/samenwerken/pukkelpop/pukkelpop-2022>



GEMIDDELD

+ Lagere opruim- en afvalverwerkingskosten
- Sterk afhankelijk van het gewenste bereik en gekozen kanalen / dragers (vb. gratis of betalende sociale media). Kan geïntegreerd worden in standaard festivalcommunicatie, maar er blijft een kost.



LAAG - GEMIDDELD

+/- Communicatiecampagne zorgt voor 'zachte prikkel'. Communicatie best gekoppeld aan andere initiatieven voor meer impact

VOEDING EN DRANK

Voorkomen dat ongeopende verpakkingen en voedseloverschotten achterblijven



Klein – middel – groot



In de enquête* geeft 29% van de bevroegde kampeers aan dat ze te veel voedsel meenemen

OMSCHRIJVING

- Aanbod van low-waste ontbijtformules al dan niet inbegrepen in de campingprijs (25% van de bevroegde kampeers koopt het ontbijtgraag ter plekke*)
- Tijdelijke verkooppunten om meebrengen van te veel eten en drank te beperken
- Aanbod van afvalvrije producten: vb. onverpakte groenten en fruit, ontbijtgranen en noten in bulk, brood,...
- Aanbod van kraanwater voor eigen herbruikbare drinkbus, niet enkel in sanitaire blokken
- Verhuur van koelboxen en/of koelementen om eigen voeding langer vers te houden
- Samenwerking met voedselbanken of andere organisaties om overschotten op einde in te zamelen

RANDVOORWAARDEN

- Ondersteunende communicatiecampagnes om bezoekers te informeren over aanbod
- Voldoende lage prijzen en divers aanbod: de bevroegde kampeers vinden het aangeboden eten lekker (90%), gevarieerd (74%), voldoende gezond (61%), maar ook duur (92%)*
- Afstemmen van vraagen aanbod om overschotten te beperken, vb. vooraf aanbieden van vouchers voor ontbijt
- Partnerschappen voor doneren van eventuele voedseloverschotten en voor aanbieden van kraanwater
- Communicatie over wat kan worden gedoneerd

Ik heb een biervoucher besteld, hoe gaat het verder?

- Bestel op voorhand een biervoucher en pik 6 heerlijk gekoelde bierjes (33cl) op aan de toeg van je kampeerterrein. Een sixpack kost €1,50.
- Een voucher inruilen kan doorlopend vanaf donderdag 12.00u tot en met zondagnacht 23.59u aan de toeg van het kampeerterrein waar je verblijft.
- Heb je een voucher voor meerdere 6-packs van 33 cl dan hoef je die uiteraard niet in een keertje om te wisselen. Je kan ze afhalen per 6-pack met je originele voucher, aan de toeg op het kampeerterrein. Onze computer houdt alles netjes bij.

Pukkelpop (BE): Biedt een "biervoucher" aan, waarmee kampeers op de camping gekoelde blikjes bier kunnen afhalen; dit beperkt het mogelijke overschot aan blikjes die kampeers meenemen en vervolgens achterlaten

Bron: <https://www.pukkelpop.be/nl/info/veelgestelde-vragen/camping/>



Paradise City (BE): Biedt ontbijtbuffet aan op de camping inbegrepen in de ticketprijs

Bron: <https://paradisecity.be/camping/>



LAAG - GEMIDDELD

- + Lagere opruim- en afvalverwerkingskosten
- Maatregelen die verkoop van drank en voedsel verlagen hebben belangrijke financiële impact
- + Bijkomende eet/ontbijtkramen kunnen voor extra inkomsten zorgen
- Prijzen moeten laag blijven of kampeers brengen eigen eten mee



GEMIDDELD

- + Minder verpakkingsafval en voedseloverschotten

*Enquête uitgevoerd in opdracht van de OVAM in het kader van de studie 'Afval en materialen op festivalcampings (2023)'

SIGARETTENPEUKEN

Bewustmaking milieu-impact, opruimlast en creëren van gedragsverandering



Klein – middel – groot



Rokers

OMSCHRIJVING

- Inzamelen van peuken uitleggen:
 - Na een trage afbraak blijven microplastics achter
 - Peukvrij maken van terrein is zeer intensief
 - Inzameling maakt recyclage mogelijk
- Inzameling via peukenrecipiënten zoals peukenpalen, blikken, een PVC-buis, ...
- Betalende (zodat het geen wegwerpgadgets worden) zakasbakjes om rokers te stimuleren eigen peuken bij te houden
- Peukstewards die sensibiliseren, eventueel taak voor ecoteam of campingstewards
- Geen verkoop van sigaretten en vapors ter plaatse
- Specifieke rokerszones op camping om problematiek te beperken
- Ondersteunende campagnes, eventueel in samenwerking met initiatieven van de overheid en Kom Op Tegen Kanker



Ploegendienst (NL) – Bord waar bezoekers peuken kunnen op plakken

Bron: <https://www.peukenzee.nl/festivals/>

RANDVOORWAARDEN

- Voldoende aanbod aan peukenrecipiënten
- Opvallende en aantrekkelijke vormgeving
- Aandacht voor materiaalgebruik bij zakasbakjes: vermijden dat dit bijkomende vorm van afval wordt
- Partnerschappen voor antirookcampagnes en recyclage van peuken



Caveman Music Festival (VS): verbiedt roken op het festival, met uitzondering van een aantal rokerszones; in België enkele voorbeelden van rookverbod bij droogte (vb. ParkPop)

Bron: <https://cavemanmusicfestival.com/are-there-any-rules-regarding-smoking-at-music-festivals/>



LAAG

- + Lagere opruimkosten
- Kosten communicatie, inzet stewards en infrastructuur



GEMIDDELD

- + Acties best gecombineerd om impact te verhogen

7 BIBLIOGRAFIE

- Amkreutz, R. (2016, Augustus 22). *Pukkelpop/Geen hopeloze strijd tegen tentenkerkhof*. Opgehaald van DeMorgen: <https://www.demorgen.be/nieuws/geen-hopeloze-strijd-tegen-tentenkerkhof~b3d10e19/>
- AS Adventure. (2023). *Verhuur*. Opgehaald van AS Adventure: <https://www.asadventure.com/nl/asa/verhuur.html#kamperen>
- BBC. (2022, March 23). *Reading Festival: Deposit scheme mooted over discarded tents*. Opgehaald van BBC: <https://www.bbc.com/news/uk-england-berkshire-60833648>
- Body & Soul. (2023). Opgehaald van Body & Soul: <https://bodyandsoul.ie/>
- Brackrock. (2023). *Camp Brak*. Opgehaald van Brackrock: <https://brakrock.com/nl/camp-brak/>
- Camp solutions. (2023). *WELKOM BIJ CAMPSOLUTIONS!* Opgehaald van Camp solutions: <https://campsolutions.com/>
- Caveman Music Festival. (2023). *Are There Any Rules Regarding Smoking At Music Festivals?* Opgehaald van Caveman Music Festival: <https://cavemanmusicfestival.com/are-there-any-rules-regarding-smoking-at-music-festivals/>
- Chilly's. (2023, April 12). *Chilly's at Glastonbury 2022*. Opgehaald van Chilly's: <https://www.chillys.com/be-en/journal/p/reusable-water-bottles-glastonbury-festival-2022>
- Circular Camping. (2023). *Circular Camping*. Opgehaald van Circular Camping: <https://www.circularcamping.com/?fbclid=IwAR1dFPrfQwENr-SPI-dB4b9xwrLC65vMLlk8WTAmYgrjR69YRFkQz000vMI>
- Circular festivals . (2020, December 03). *Body & Soul*. Opgehaald van Circular festivals : <https://www.circularfestivals.nl/toolbox/resource-efficiency/resource-case-studies/1828544.aspx?t=Body-Soul>
- Circular Festivals. (2020, December 5). *Mysteryland*. Opgehaald van Circular festivals: <https://www.circularfestivals.nl/toolbox/resource-efficiency/resource-case-studies/1830921.aspx?t=Mysteryland>
- Circular Online. (2022, Juli 11). *Festival waste: what's the solution?* Opgehaald van Circular Online: <https://www.circularonline.co.uk/features/festival-waste-whats-the-solution/>
- De Morgen. (2016, Juli 4). The day after: duizenden tenten op 'afvalstort' Werchter. *De Morgen*.
- De Standaard. (2022, Juli 4). *Aanzienlijk minder afval op de camping van Werchter*. Opgehaald van De Standaard: https://www.standaard.be/cnt/dmf20220704_94579096?pid=9633686
- Decathlon. (2019). *Music Festival Waste Statistics*. Opgehaald van Decathlon: <https://play.decathlon.co.uk/articles/music-festival-waste-public-insights>
- Decathlon. (2023). *2 seconds easy-tenten*. Opgehaald van Decathlon Support: <https://nl.support.decathlon.be/2-seconds-easy-montage-onderhoud-reparatie-handleiding>
- Decathlon. (2023). *No Tent Left Behind*. Opgehaald van Decathlon: https://www.decathlon.co.uk/c/htc/no-tent-left-behind_b3be522a-a5f2-497e-a93f-f1a3682cdae1
- Decathlon. (2023). *REPARATIE & ONDERHOUD*. Opgehaald van Decathlon: https://www.decathlon.be/nl/Repair-and-maintenance_lp-LD0VK5

Decathlon. (2023). *Trekking en kampeer materiaal huren*. Opgehaald van Decathlon: <https://www.decathlon.be/nl/verhuur/trekking-kamperen-verhuur>

Download festival. (2023). *Information*. Opgehaald van Download festival: <https://downloadfestival.co.uk/info-category/campsite-info/>

Eight Plate. (2019). *A guide to collecting surplus food from events*. Opgehaald van A Greener Festival: http://www.agreenerfestival.com/wp-content/uploads/pdfs/EighthPlate__A-guide-to-collecting-surplus-food-from-events.pdf

FestiTent. (2023). *FestiTent*. Opgehaald van FestiTent: <https://festitent.com/>

Generatie Rookvrij. (2018). *Arendonk Zingt en Swingt*. Opgehaald van Generatie Rookvrij: <https://www.generatierookvrij.be/initiatieven/arendonk-zingt-en-zwingt>

Greenevents. (2018, January 15). *Toolkit waste-free festivals, from waste to resources*. Opgehaald van greenevents.nl: https://greenevents.nl/wp-content/uploads/2016/12/Green_Deal_toolkit_EN_160119-4.pdf

Hasselt. (2022, April 28). *Hergebruik materiaal van festivalcamping*. Opgehaald van Regio Hasselt - Circulair Werk(t): <https://www.hasselt.be/nl/circulairwerkt/hergebruik-materiaal-van-festivalcamping>

Horst. (2023). *Horst Product Drinking Bottle*. Opgehaald van Horst.: <https://horstartsandmusic.bigcartel.com/product/drinking-bottle>

Intents City. (2023). *7 Important things to bring to a festivalcampsite*. Opgehaald van Intents City: <https://www.intentscity.nl/en/important-things-to-bring-to-a-festivalcamping/>

Knack. (2013). *gebruik een herbruikbare waterfles op rock herk*. Opgehaald van Knack: <https://weekend.knack.be/lifestyle/culinaire/gebruik-eeen-herbruikbare-waterfles-op-rock-herk/>

Leeds festival. (2019, August 16). *BECOME A ZERO-WASTE FESTIVAL GOER AND APPEAR ON THE BIG SCREENS AT LEEDS FEST*. Opgehaald van Leedsfestival: <https://www.leedsfestival.com/news/zero-waste-festival-goer>

Moller-Nielsen, T. (2023, January 27). Tomorrowland crowned world's best music festival. *The Brussels Times*.

Mooimakers. (2023). *Elke 12 minuten belandt er een peuk op de grond bij een Vlaams busstation*. Opgehaald van Mooimakers: <https://mooimakers.be/nieuws/peukenonderzoek>

Mooimakers. (2023). *Peuken en hun negatieve effect op de natuur*. Opgehaald van Mooimakers: <https://mooimakers.be/kenniswijzer/artikel/peuken-en-hun-negatieve-effect-op-de-natuur>

Mooimakers. (2023). *Peuken en hun negatieve effect op de natuur*. Opgehaald van Mooimakers: <https://mooimakers.be/kenniswijzer/artikel/peuken-en-hun-negatieve-effect-op-de-natuur>

Mooimakers. (2023). *Succesvol peukenonderzoek tijdens Openluchttheater Rivierenhof*. Opgehaald van Mooimakers: <https://mooimakers.be/kenniswijzer/artikel/succesvol-peukenonderzoek-tijdens-openluchttheater-rivierenhof?theme=41361>

NOS. (2016, Augustus 19). *De kans is groot dat jouw festivaltroep bij een jutter eindigt*. Opgehaald van NOS: <https://nos.nl/op3/artikel/2126917-de-kans-is-groot-dat-jouw-festivaltroep-bij-een-jutter-eindigt>

OVAM. (2022, Februari). *Fractietelling zwerfvuil 2019-2021. Eindrapport*. Opgehaald van Vlaanderen : <https://www.vlaanderen.be/publicaties/fractietelling-zwerfvuil-2019-2021-eindrapport>

OVAM. (2022). Preventie- en sorteergedrag van de Vlaamse Bevolking (samenvatting). (p. 5). OVAM.

OVAM. (2023). *Cijfers huishoudelijk afval en gelijkaardig bedrijfsafval*. Opgehaald van OVAM: <https://ovam.vlaanderen.be/cijfers-huishoudelijk-afval-en-gelijkaardig-bedrijfsafval>

Paradise City festival. (2023). *Camping*. Opgehaald van Paradise City festival: <https://paradisecity.be/camping/>

- Pukkelpop. (2023). *ALGEMENE VOORWAARDEN*. Opgehaald van Pukkelpop: <https://www.pukkelpop.be/nl/algemene-voorwaarden/>
- Rampage Open Air. (2023). *Rampage online campingstore*. Opgehaald van Rampage open air 2023: <https://rampage.mrcampchamp.com/product-categorie/slapen/#shop>
- Rechargers. (2023). *Slaaptent huren*. Opgehaald van Rechargers: <https://www.rechargers.nl/slaaptent-huren/>
- Redactie. (2017, November 23). *Hoe belangrijk vindt u een proper festival*. Opgehaald van vrt.be : https://www.pxl.be/Assets/website/media/pxl_in_de_kijker/documenten/20171123_Pub.pdf
- Retulp. (2018, Augustus 15). *Plastivals: Anti-plastic trends tijdens het festivalseizoen*. Opgehaald van Retulp: <https://retulp.nl/plastivals-anti-plastic-trends-tijdens-het-festivalseizoen/>
- Rock Werchter. (2023). *The Hive My Space*. Opgehaald van Rock Werchter: <https://www.rockwerchter.be/nl/info/camping/the-hive-my-space>
- Roskilde Festival . (2023). *CLEAN OUT LOUD*. Opgehaald van Roskilde Festival : <https://www.roskilde-festival.dk/en/camping/community-camping/clean-out-loud/>
- Roskilde Festival . (2023). *COMMON GROUND*. Opgehaald van Roskilde Festival : <https://www.roskilde-festival.dk/en/camping/community-camping/common-ground/apply-to-common-ground/>
- Roskilde Festival. (2020). *CIRCULAR FESTIVAL, Roskilde Festival's resource & waste management plan*. Opgehaald van Roskilde festival: https://www.roskilde-festival.dk/media/3577/rf_circular-festival_2020-2024_eng.pdf
- Roskilde festival. (2023). *APPLY TO CLEAN OUT LOUD*. Opgehaald van Roskilde festival: <https://www.roskilde-festival.dk/en/camping/community-camping/clean-out-loud/apply-to-clean-out-loud/>
- rtnieuws. (2018, augustus 27). *Tenten, bankstellen en koelkasten: 'festival-jutters' ruimen camping op*. Opgehaald van rtnieuws: <https://www.rtnieuws.nl/editienl/artikel/4390466/tenten-bankstellen-en-koelkasten-festival-jutters-ruimen-camping-op>
- Schoofs, S., & Arnoudt , R. (2023, June). *Vanaf 15 juni verplicht, maar nog onzeker of alle grote festivals herbruikbare bekers zullen aanbieden*. *VrtNws*.
- Shambala. (2023). *WHY ARE WE DESIGNING OUT PLASTICS FROM THE SHAMBALA ECOSYSTEM?* Opgehaald van Shambala festival : <https://www.shambalafestival.org/why-are-we-designing-out-plastics-from-the-shambala-ecosystem/>
- Statista. (2016). *Age distribution of festival-goers in Europe in 2016*. Opgehaald van Statista: <https://www.statista.com/statistics/438157/age-distribution-of-festival-goers-in-europe/>
- StuBru. (2023, Jauari 22). *Festival Gladiolen: "Na afloop met de hand nog sigarettenpeuken moeten oprapen, is echt vervelend."*. Opgehaald van StuBru: <https://stubru.be/lees/festival-gladiolen-na-afloop-met-de-hand-nog-sigarettenpeuken-moeten-oprapen-is-echt-vervelend?view=web>
- Sunrise Festival. (2023). *camping*. Opgehaald van Sunrise Festival: <https://www.sunrisefestival.be/info>
- Ticketmaster. (2019, June 18). *Over a third admit to leaving a tent behind*. Opgehaald van Ticketmaster Discover: <https://discover.ticketmaster.co.uk/festivals/sustainability-44889/>
- Tomorrowland. (2023). *Can I buy a tent at DreamVille?* Opgehaald van Tomorrowland: <https://faq.tomorrowland.com/hc/en-us/articles/360037810891-Can-I-buy-a-tent-at-DreamVille->
- UCLL. (2022). *Pukkelpop recap 2022*. Opgehaald van UCLL: <https://www.ucll.be/nl/samenwerken/pukkelpop-recap-2022>
- Uppact. (2022, August 17). *Innofest X Lowlands: van trash naar treasure met UPPACT*. Opgehaald van Uppact: <https://uppact.com/en/2022/08/17/innofest-x-lowlands-van-trash-naar-treasure-met-uppact/>

Van Landeghem, T. (2015, September 3). *Uitverkochte 25ste editie van Crammerock in startblokken*. Opgehaald van Nieuwsblad: https://www.nieuwsblad.be/cnt/dmf20150902_01846816

VI.BE. (2021, February 09). *99% inkomstenverlies voor festivals, Vlaamse overheid zorgt voor steun*. Opgehaald van VI.BE: <https://vi.be/nieuws/99-inkomstenverlies-voor-festivals-vlaamse-overheid-zorgt-voor-steun#:~:text=De%20Belgische%20festivalsector%20werd%20in,achteruit>

Vision 2025. (2018). *Eighth Plate festival food salvage, research and awareness project*. Opgehaald van Vision 2025: <https://www.vision2025.org.uk/organisations/eighth-plate-festival-food-salvage/>

VRT NWS. (2018, Augustus 3). *Gedeeltelijk rookverbod op Reggae Geel*. Opgehaald van VRT NWS: <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2018/08/03/gedeeltelijk-rookverbod-op-reggae-geel/>

Wecircular. (2023). *Wecircular*. Opgehaald van Wecircular: <http://wecircular.be/>

Zwarte Cross. (2023). *Campingreglementen*. Opgehaald van Zwarte Cross: <https://www.zwartecross.nl/camping/campingreglementen/>