

VERHUUR VAN KAMPEERMATERIAAL

Preventie van kampeermateriaalafval door as-a-service business modellen



Klein – middel – groot



Volgens de enquête* overweegt 46% van de bevroegde kampeerders 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 kampeerders 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
- + Betere beleving door extra aanbod ter plaatse
- + Minder sleuren met kampeermateriaal verkleint de nood om met eigen wagen te komen

PARTYTENTEN

Beperken van achtergelaten partytenten via verbod of verhuurservice



Klein – middel – groot



In de enquête* geeft 46 % van de bevroegde kampeerders aan zelf een partytent mee te nemen

OMSCHRIJVING

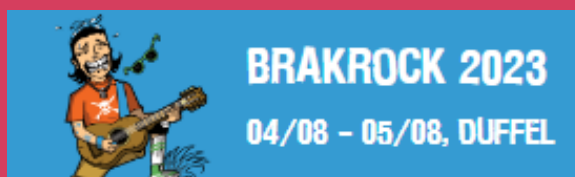
- Beperking of verbod op (niet-opvouwbare) partytenten via campingreglement
- Verhuur van kwalitatieve partytenten gekoppeld aan verbod eigen partytenten
- Alternatieve dienstverlening met beperkte impact: ondersteuning op de camping bij afbreken en inpakken van partytenten



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 kampeerders 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

ECO-CAMPING OF GROEPSZONES

Exclusiviteit creëren ten voordele van hoger verantwoordelijkheidsgevoel kampeerder



Middelgrote tot grote festivals



In de enquête* geeft 80% van de bevroegde 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 motivatiefilmpje, 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 kuisten hun plek niet op in 2019.

Bron: <https://cphpost.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

COMMUNICATIE

Kennis en motivatie verhogen om gedragsverandering te bekomen



Klein – middel – groot



Alle festivalkampeeders 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:
 - Vooraf: meenemen herbruikbare bekens
 - Tijdens: affiches rond de eigen milieu-impact en die van het festival
 - Achteraf: bedanken voor inspanningen en terugkoppelen van evolutie afvalcijfers

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



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



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 kampeeders kans op tickets voor de volgende editie.

Bron: <https://www.ucll.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 kampeeders aan dat ze te veel voedsel meenemen

OMSCHRIJVING

- Aanbod van low-waste ontbijtformules al dan niet inbegrepen in de campingprijs (25% van de bevroegde kampeeders koopt het ontbijt graag 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 kampeeders vinden het aangeboden eten lekker (90%), gevarieerd (74%), voldoende gezond (61%), maar ook duur (92%)*
- Afstemmen van vraag en 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 biertjes (33cl) op aan de toog van je kampeerterein. Een sixpack kost €11,50.
- Een voucher inruilen kan doorlopend vanaf donderdag 12.00u tot en met zondagochtend 23.59u aan de toog van het kampeerterein waar je verblijft.
- Heb je een voucher voor meerdere 6-packs van 33 cl dan hoef je die uiteraard niet in een keer te wisselen. Je kan ze afhalen per 6-pack met je originele voucher, aan de toog op het kampeerterein. Onze computer houdt alles netjes bij.

Pukkelpop (BE): Biedt een 'biervoucher' aan, waarmee kampeeders op de camping gekoelde blikjes bier kunnen afhalen; dit beperkt het mogelijke overschot aan blikjes die kampeeders 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 kampeeders brengen eigen eten mee



GEMIDDELD

- + Minder verpakkingsafval en voedseloverschotten

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