



THEMA  
KUNSTSTOFFEN &  
VERPAKKINGEN

## PROJECTGEGEVENS

Dossiernummer: 2018- 127  
Looptijd: 10/2018 tot 09/2019  
Subsidiebedrag: € 100.000

### Een project van:

Love Tomorrow (WEAREONE.world bvba)

### Samen met:

Ecoso vzw

[naar de databank >](#)

# CAMP2CAMP

Een tweede leven voor festivaltenten

## HET PROJECT IN HET KORT

Op festivalcampings wereldwijd **gaat ontzettend veel kampeermateriaal verloren**: het wordt in quasi nieuwstaat achtergelaten, het sneuvelt volledig of iets daartussenin. Kamperen op festivals is daarmee een uitwas van de lineaire organisatie van onze economie. Die manier van omgaan met grondstoffen en materialen is bijzonder **nefast voor het milieu**, maar ook de **sociale impact is groot**: de lage productieprijzen gaan vaak gepaard met schaars betaalde arbeid in ontwikkelingslanden.

Met het project CAMP2CAMP wil Love Tomorrow, in samenwerking met Kringwinkel Ecoso, bijdragen aan **een meer circulaire manier van kamperen**.

Het doel is tweedelig. Enerzijds willen we de **milieu-impact van festivalkamperen minimaliseren** door te focussen op preventie en sensibilisering, hergebruik en recyclage én via product- en systeeminnovaties. Anderzijds willen we graag een sociale meerwaarde creëren, en dat zowel door sociale activering als door het inzetten van kampeermateriaal voor **sociale doeleinden**. Zo willen we bijvoorbeeld sociale inclusie bevorderen door kampeermateriaal aan te bieden aan bepaalde sociale doelgroepen of door de productie in lageloonlanden te verplaatsen naar regionale doelgroepmedewerkers.



# CAMP 2 CAMP

## BELANGRIJKSTE RESULTATEN

- 1 Dankzij **verschillende inzamelacties** op festivalcampings verzamelden we in totaal al 143 ton kampeermateriaal dat niet meer automatisch in de verbrandingsoven belandt, maar wordt gerecycleerd of een nieuwe bestemming krijgt.
- 2 Om te vermijden dat er net meer wordt achtergelaten onder het mom 'het gaat naar een goed doel', focussen we tegelijk op **actieve communicatie** en **sensibilisering** bij de kampeerders, zodat materiaal in de eerste plaats terug wordt meegenomen (en hergebruikt).
- 3 We zetten in op **sociale activering**: we creëerden al 7,2 VTE voor doelgroepmedewerkers, werken met vrijwilligers uit sociale organisaties, vluchtelingen uit een asielcentrum ... en we **inspireerden al partners** om gelijkaardige initiatieven te ondernemen.
- 4 Na dit leerrijke traject zijn we klaar om een eigen entiteit te vormen en een **internationale vzw** op te richten. Dat zal onze werking **transpanter** maken, samenwerking met partners vergemakkelijken en **deuren openen** voor nieuwe samenwerkingen.

# 65

ton ingezameld materiaal  
(2019)

# 3.400

huurders kampeermateriaal

# 9

sociale organisaties  
betrokken

# 7,2

VTE bij  
doelgroepmedewerkers

## BELANGRIJKSTE GELEERDE LESSEN

- 1 We kunnen onze **inzamelacties niet oneindig laten lopen** want onze voorraad wordt stilaan te groot om te kunnen herbestemmen. Het ingezamelde materiaal is ook vaak weinig kwalitatief. We verleggen beter onze **focus** naar **duurzamer productdesign**.
- 2 Om kampeerders te sensibiliseren, is **precommunicatie** van essentieel belang. Op het festival zelf gaat de boodschap immers snel verloren in veelvuldige andere prikkels en indrukken. Daarom krijgen festivalbezoekers nu **vooraf een e-mail met tips en tricks** rond duurzamer omgaan met kampeermateriaal.
- 3 Een **vlotte vrijwilligerswerking opzetten is niet eenvoudig**, maar we hebben al belangrijke stappen vooruit gezet. Zo verdubbelden we ons aantal vrijwilligers door te kiezen voor werving in sociale organisaties (i.p.v. jeugdbewegingen). Dat zorgt wel voor een extra uitdaging op vlak van coördinatie.
- 4 De **verwerking van de ingezamelde spullen** tot een voorraad perfect gereinigd materiaal klaar voor verhuur, is geen eenvoudige opdracht. Hier is nog **meer efficiëntie nodig**, zowel op vlak van kwaliteit en hygiëne, als om de hoge aantallen op een betaalbare manier bruikbaar te krijgen.

## WAT BRENGT DE TOEKOMST?

Dit project heeft in vergelijking met ons initiële idee **veel meer aandacht gekregen dan verwacht**. Steeds meer mensen geloven in onze missie, er komen meer partners, we hebben meer inkomsten, maar ook meer uitgaven ... Redenen genoeg om dit project in de toekomst verder te zetten en te onderzoeken hoe we CAMP2CAMP rendabel kunnen krijgen.

Zo hebben we onze verschillende activiteiten grondig geëvalueerd om te beslissen waarop onze focus moet liggen in de toekomst. Zo kunnen we onze aandacht beter **verschuiven van inzamelacties naar eigen productdesign** om kwaliteit te blijven bieden en om werkelijk een verschil te betekenen. Tegelijk moeten we nog **sterker inzetten op sensibilisering**, zodat de nood aan inzamelacties daalt.

Hoewel we ernaar streven om **uiteindelijk zelfvoorzienend** te functioneren, zal er voor productinnovatie nog **meer financiële steun nodig** zijn, alsook voor de financiering van de leer- en oriëntatietrajecten.

Om ons voortbestaan te verzekeren, is het tevens belangrijk dat we een **aparte organisatie of entiteit vormen**. Dat zal zorgen voor **meer transparantie en duidelijkheid**, een vlottere manier van samenwerken met onze partners en de deur openzetten voor samenwerkingen met andere festivals. Zo hebben we ontdekt dat een **vzw** het meest geschikt is voor onze huidige activiteiten, maar dan wel eentje met **internationale allure** (ivzw).

