

## Persbericht

Amsterdam, 23 juni 2025

### **DECATHLON ZET STAPPEN OM ACHTERGELATEN TENTEN OP FESTIVALS TEGEN TE GAAN**

Decathlon zet zich komend festivalseizoen in om de afvalberg als gevolg van festivals tegen te gaan. Dit doet het Franse sportmerk op de meerdaagse festivals Wilde Weide en Wildeburg, onder de naam "No tent left behind". Festivalgangers kunnen tenten huren, hun tent laten repareren of hun gebruikte tent inleveren voor opknapping of recycling. De actie is in samenwerking met Kultlab, Camp Again en Studio Haering.



Jaarlijks bezoeken zo'n miljoen mensen een meerdaags festival met overnachting in Nederland. Kijkend naar alle Europese festivals, worden hierbij naar schatting zo'n 20% tot 25% van de tenten en ander kampeermateriaal op de camping achtergelaten, zo blijkt uit onderzoek van Green Events. Deze producten belanden vervolgens bij het vuil. Om dit tegen te gaan, houdt Decathlon Nederland zich voor de tweede keer aan haar zogenoemde "No tent left behind"-pledge. Een belofte waarbij ze zich actief inzetten om kampeerafval op festivals tegen te gaan en daarbij circulaire opties aanbieden aan festivalgangers.

Tijdens de meerdaagse festivals Wildeburg en Wilde Weide kunnen kampeerders tenten huren van Decathlon's eigen kampeermerk Quechua en kunnen ze hun tent laten repareren wanneer nodig. Indien kampeerders hun eigen tent niet mee willen nemen na afloop van het festival, kunnen ze deze bij vertrek bij Decathlon inleveren. Decathlon controleert deze tenten vervolgens, maakt ze schoon, knapt ze op indien nodig en verkoopt ze vervolgens door als Second life-product. Indien het niet mogelijk is om een

tent opnieuw te gebruiken, wordt deze gerecycled of omgebouwd tot tassen door Studio Haering.

"Deze actie is voor mij een mooi voorbeeld van hoe wij kamperen mogelijk willen maken voor iedereen, waarbij we festivalgangers in aanraking willen laten komen met een andere manier van consumeren en zorgen voor je spullen. Het fenomeen van single-use festivaltenten moeten we zo snel mogelijk uitbannen", aldus Laurens Nolet, Circular Leader bij Decathlon Nederland.

## **ELK JAAR BETER**

Vorig jaar ondernam Decathlon Nederland voor de eerste keer actie in samenwerking met festivalorganisator Kultlab. Een team van medewerkers ging naar twee festivals om achtergelaten tenten te verzamelen voor recycling en tweedehands verkoop. Hiermee kregen 150 tenten en andere kampeerspullen een tweede leven. Dit jaar gaat Decathlon een stap verder door op het festival aanwezig te zijn met een service stand waar tenten, naast ingezameld, ook verhuurd en gerepareerd worden. Het sportmerk hoopt dat hiermee het aantal achtergebleven tenten verder achteruitgaat.

Samen met festivaltent-verhuurder Camp Again worden twee type producten verhuurd van Decathlon's eigen kampeermerk Quechua: de Arpenaz partytent en de 2 Seconds Fresh & Black tent. Dit type producten wordt veel gebruikt op festivals en ook vaak achtergelaten. De 2 Seconds tent is de tent die bij veel kampeerders bekendstaat als de "opgooitent". Het verhuren van deze producten neemt niet alleen ballast weg van de bezoekers, het vermindert ook het aantal achtergelaten tenten op de camping achteraf. Vanuit de organisatie wordt actief gepromoot om tenten na gebruik in te leveren via het Buyback-programma wanneer de tent niet meer aan hun vereisten voldoet of wanneer ze niet meer van plan zijn om de tent te gebruiken. Deze tent wordt dan gecontroleerd, schoongemaakt en indien nodig gerepareerd vooraleer hij tweedehands wordt verkocht. Ondertussen heeft Decathlon al een ruim aanbod aan Second life-tenten.

"We kunnen niet ontkennen dat een groot deel van festivalcampings vol staat met onze producten, en dat veel van die producten na gebruik worden achtergelaten. Met deze actie willen we gebruikers op een positieve manier stimuleren om zorg te dragen voor onze producten", zegt Wout Vringer, Commercieel Manager Outdoor bij Decathlon Nederland.

Meer informatie over de No Tent Left Behind-actie vind je [hier](#).

## **CIRCULAIRE BUSINESS**

Decathlon heeft als wereldwijde missie "move people through the wonders of sport". Hierbij biedt het Franse sportmerk een breed en toegankelijk assortiment aan sportartikelen. Decathlon is zich als wereldwijde producent bewust van zijn ecologische impact en is daarom op verschillende vlakken actief om die impact te verlagen. Naast strategische keuzes op beleid en productniveau, investeert het bedrijf ook in verschillende circulaire programma's om de levensduur van producten te verlengen. Dat is nodig om uitstoot van nieuwe productie en afval terug te dringen.

Zo biedt het sportmerk reparatiediensten en -onderdelen aan en heeft een

Buyback-programma waarbij gebruikte producten teruggebracht kunnen worden in ruil voor een Decathlon giftcard. Deze producten worden samen met onder andere retouren weer verkocht als "Second life"-product. Een opkomende dienst is het kinderfietsabonnement waar klanten op maandelijkse basis een fee betalen en de gehuurde fiets steeds kunnen inwisselen voor een groter of ander model.

Meer informatie over circulair ondernemen bij Decathlon vind je [hier](#).