**Analyse resultaten enquête tentdonatie**

*Opgesteld op basis van 24 respondenten*

Om inzicht te krijgen in de beschikbaarheid van afgedankte tenten en de bereidheid tot donatie voor hergebruik, is een korte enquête uitgezet onder recreatieve gebruikers. De resultaten geven waardevolle input voor het opzetten van een inzamelstructuur en incentive-model.

**1. Profiel van de respondenten**

In totaal hebben 24 personen de enquête ingevuld. De verdeling over leeftijdsgroepen toont een duidelijke vertegenwoordiging van oudere respondenten:

* **8 respondenten** zijn 50 jaar of ouder (circa 33%)
* **3 respondenten** vallen in de categorie ‘jong gezin’ (circa 13%)

Deze spreiding geeft vooral inzicht in het gedrag en de motivatie van de oudere doelgroep, die doorgaans al langer over kampeeruitrusting beschikt.

**2. Bezit van tenten**

Een meerderheid van de respondenten, **19 van de 24**, geeft aan momenteel in het bezit te zijn van een tent. Dit bevestigt dat er voldoende potentieel materiaal beschikbaar is binnen deze groep.

Binnen deze groep tentbezitters:

* **5 personen** (26%) geven aan dat hun tent in principe weg mag.
* De meestgenoemde redenen voor afdanking zijn:
  + de tent wordt niet meer gebruikt
  + de tent neemt ruimte in beslag

Er is dus sprake van een latente reststroom van tentmateriaal, die zonder extra handelingen bij het afval zou belanden.

**3. Motivatie om tenten in te leveren**

Op de vraag of men de eigen tent zou inleveren wanneer daar een tastbare beloning tegenover staat – namelijk korting op een tas die gemaakt is van de eigen tent – antwoordde een overtuigende meerderheid van de tentbezitters positief:

* **16 van de 19** (84%) zouden hierdoor worden overgehaald hun tent in te leveren.

Dit wijst op een sterke gevoeligheid voor directe terugkoppeling in het hergebruikproces en een duidelijke voorkeur voor een persoonlijke benadering (‘mijn tent wordt mijn tas’).

**4. Voorkeur voor inzamelmethode**

Er is ook gevraagd naar de voorkeursmethode voor het inleveren van de tent. De meest gekozen optie was een algemeen fysiek inzamelpunt:

* **13 van de 19** tentbezitters (68%) geven aan dat zij dit als de meest geschikte of toegankelijke methode zien.

Dit benadrukt het belang van laagdrempelige, centrale verzamelpunten op goed bereikbare locaties, bijvoorbeeld bij supermarkten, kampeerwinkels of milieustraten.

**Conclusie**  
De resultaten tonen aan dat er binnen de doelgroep een concrete reststroom van ongebruikte tenten aanwezig is. De bereidheid om deze tenten in te leveren neemt significant toe wanneer een persoonlijk en tastbaar voordeel wordt geboden. Een korting op een tas van eigen materiaal werkt daarbij sterk motiverend. Voor de praktische uitvoering is het aan te bevelen om te investeren in één of meerdere centrale inzamelpunten, ondersteund door heldere communicatie over de herkomst en waarde van het eindproduct.