



Hivos Linkis

Triodos Foundation

REIS – EN CULTUURGIDS **ERVAAR**

# GHANA

**VROLIJK,  
VEILIG &  
VEELZIJDIG AFRIKA**

Tussentijdse projectrapportage “Ga naar Ghana” (QW212B01)  
bij afronding van fase 2

Coolywooly Ervaringen/Ghana Verkeersbureau  
31/12/2009

**Armoedebestrijding door meer toeristen naar het platteland van Ghana**

## Management Samenvatting

Het project "Ga naar Ghana" bestrijdt armoede in de rurale gebieden van Ghana, door aldaar opgestarte toerisme-projecten te ondersteunen in het werven van bezoekers uit in eerste instantie Nederland en België. Het strategisch middel van "Ga naar Ghana" is voorlichting over Ghana als vakantie-land in het thuisland van de potentiële bezoekers.

Fase 2 is afgerond met de oplevering van dit document. In fase 2 is de reis- en cultuurgids "Ervaar Ghana" beschikbaar gekomen op de Nederlandstalige markt, inclusief een bijbehorende promotiecampagne. De resultaten tot op heden zijn ver boven verwachting, in termen van:

- positieve reacties (waar onder de nominatie voor 'Beste Reisgids 2009')
- aantal verkochte exemplaren (per 31/12/2009: 1290 exemplaren)
- gegenereerde publiciteit

Dit document bevat een (financiële) verantwoording van fase 2 en een bijgestelde prognose/begroting voor fase 3. Deze volgende fase 3 (2010-2012) omvat (publicitaire en financiële) exploitatie van de opgeleverde reisgids onder de vlag van het Ghana Verkeersbureau.

Het is nog te vroeg om het uiteindelijke effect te beoordelen in termen van groei in bezoekersaantallen en –uitgaven in Ghana. Het succes van het boek en de succesvolle mediacampagne geeft echter aanleiding te stellen dat het project haar kwantitatieve doelstellingen eveneens zal halen.

Op dit moment heeft het project al € 6.388,= gegenereerd ten behoeve van investeringen in 'pro-poor'-toerisme-projecten in Ghana. Dit is € 1.418,= boven begroting. Dit bedrag zal naar oplopen tot een bedrag van € 7.278 tot € 10.128,= na afronding van fase 3.

Deventer, 10 februari 2010

### **Projectorganisatie "Ga naar Ghana"**

GHPJ Participaties BV  
Schoolstraat 1F41  
7412 VP Deventer

Contactpersoon: Eva van Dijk  
T: (+31)(0) 650520176  
E: [info@ghana-verkeersbureau.nl](mailto:info@ghana-verkeersbureau.nl)  
W: [www.ghana-verkeersbureau.nl](http://www.ghana-verkeersbureau.nl)

# 1. Het project “Ga naar Ghana”

Het project “Ga naar Ghana” heeft als doel duurzame armoedebestrijding in de (arme) plattlandsgebieden van Ghana door toerisme als economisch alternatief voor de dorpsgemeenschappen aldaar.

Op 31 december 2009 is fase 2 van het project afgerond. Dit document bevat een verantwoording van de projectuitvoering in de vorm van een bijgewerkt plan van aanpak, bereikte resultaten en een financiële update ten behoeve van de financiers.

## 1.1 Strategie

De strategie van “Ga naar Ghana” behelst het vergroten van het effect (=succesvolle exploitatie) van projecten op het gebied van 'pro-poor tourism' ontwikkeling in Ghana, door het zorgen dat er daadwerkelijk meer reizigers (en dus Euro's) afreizen naar de opgebouwde voorzieningen en economische ketens. “Ga naar Ghana” ontwikkelt dus niet zelf toerisme faciliteiten, maar verzorgt de (internationale) marketing en voorlichting ten behoeve van deze projecten richting (in eerste instantie de Nederlandstalige) reisconsument.

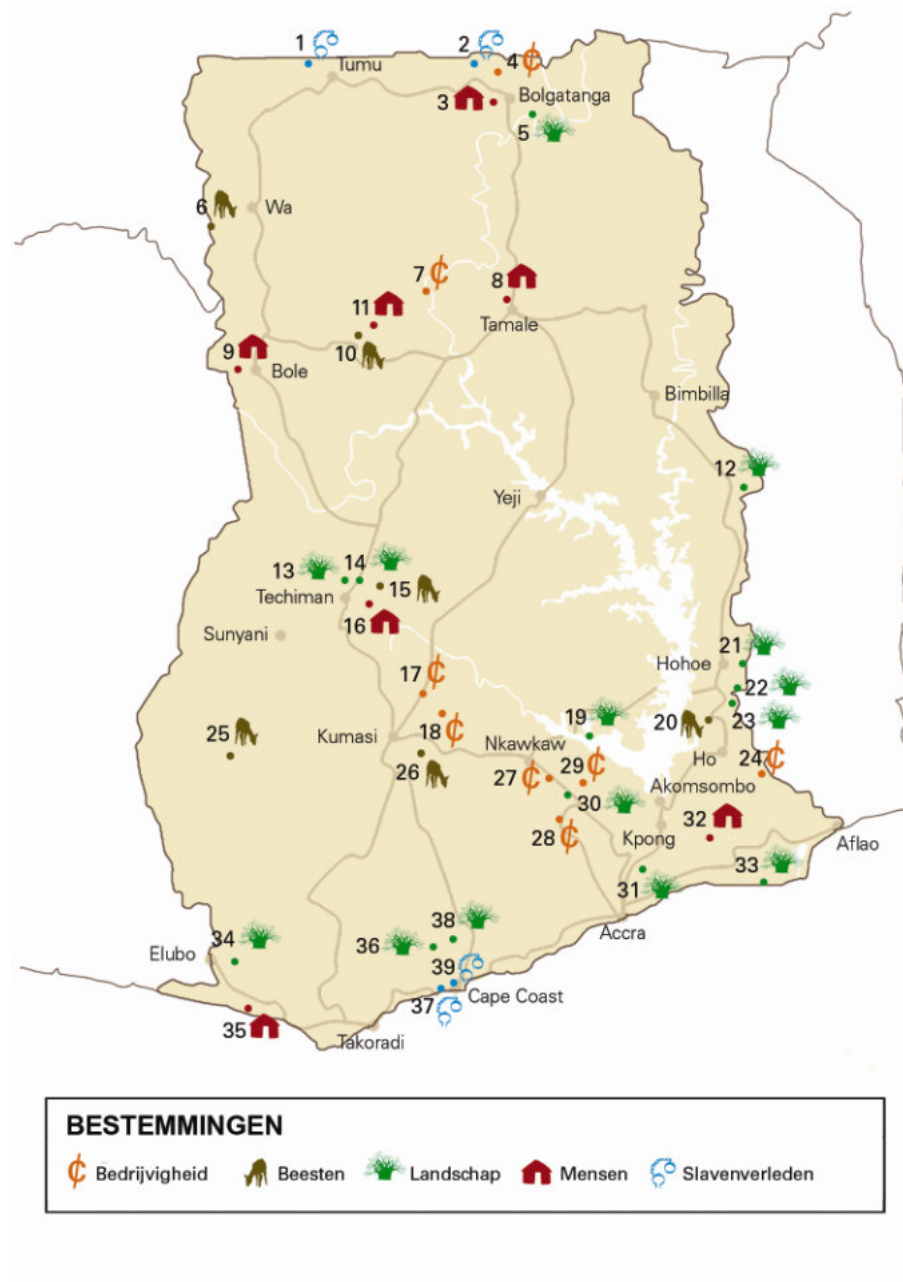
Met andere woorden: “Ga naar Ghana” zorgt dat er toeristen naar Ghana's pro-poor bestemmingen gaan. Voor deze strategie is gekozen omwille van de volgende redenen:

- Het ontvangen van reizigers is het enige serieuze economische alternatief voor het platteland. Door (eco)toerisme wordt een (vaak kansloze) trek naar de steden voorkomen en het stelt het arme platteland in staat “export” Euro's te verdienen.
- Op het Ghanese platteland heerst honger en is sprake van economische kaalslag omdat de “sterken” wegtrekken naar de steden. In de steden heerst honger en armoede omdat daar onvoldoende werk is om de trek op te vangen, én de migrant verstoken is van zijn landbouw.
- Er wordt volop gebouwd aan faciliteiten om reizigers te ontvangen (door Ghanezen zelfstandig en geholpen door Nederlandse NGO's), waarbij tevens gezorgd wordt dat eventuele inkomsten ten goede komen aan de gehele gemeenschap (economische groei in de breedte). Vaak zijn dit kleinschalige, community based, initiatieven in de arme gebieden van Ghana.
- Ghanese kleinschalige initiatieven missen de fondsen, kennis, en capaciteiten om goed aan marketing van hun project te doen en liggen zelf op plaatsen die niet vanzelfsprekend gevonden worden door reizigers. De guesthouses staan zeg maar leeg.
- Zelfs de centrale Ghana Tourist Board is niet in staat het vraagstuk van de marketing van community based bestemmingen goed aan te pakken. De schaarse resources besteden zij aan de kust-bestemmingen waar met name enkele toch al rijke bedrijven aan verdienen.
- Ghana's schoonheid is onbekend bij het grote reispubliek. Ghana ontbreekt in het schap van de reisboekhandel en ontbeert daardoor het imago van “volwassen” vakantie/reisland terwijl de Nederlandse markt bij uitstek bij hen past.
- “Business (laten) doen” is de meest duurzame en gelijkwaardige manier van ontwikkelingssamenwerking en voorkomt het gevaar van donorafhankelijkheid.

## 1.2 Doelgroep

Primaire doelgroep van het project "Ga naar Ghana" zijn de lokale gemeenschappen en hun micro-ondernemingen rond een 39-tal geselecteerde 'pro poor'- en 'community based tourism' bestemmingen.

De doelgroepen zijn tot stand gekomen op basis van aanbevelingen vanuit lokale en ervaren ontwikkelingswerkers, zoals van SNV, NCRC of het US Peace corps. Het zijn dus niet de eerder genoemde grootschalige bestemmingen in het luxueuze segment, maar juist die bestemmingen waarbij de lokale, arme bevolking het meest profiteert van de toeristen-Euro's. "Ga naar Ghana" heeft als het ware de doelgroepen van lopende, goed opgezette 'pro poor tourism'-projecten geadopteerd. In de figuur zijn de 39 doelgroepen geprojecteerd op de kaart van Ghana.



### 1.3 Voorbeeld: Sognaayilli en Gowrie

Stichting Ontmoet Afrika Projecten en haar partners in Noord Ghana werken samen met de mensen in de dorpjes Sognaayilli (ca 10 km van Tamale) en Gowrie (ca 15 km van Bolgatanga) om reizigers echt te laten ervaren hoe het dagelijks leven van mensen op het Afrikaanse platteland is. In deze dorpjes kun je overnachten bij een gastgezin en workshops doen waarbij je actief meedoet met de dagelijkse activiteiten van de dorpsbewoners zelf. Het is een zeer indrukwekkende en unieke ervaring om bijvoorbeeld een traditionele vroedvrouw te helpen bij het wasritueel van een pasgeboren baby.

De opbrengsten die via reizigers binnenkomen worden o.a. gebruikt om projecten voor het hele dorp te bekostigen. Dit kan het verbeteren van de waterleiding zijn, zoals de bewoners van Sognaayilli als een prioriteit hebben aangewezen. Naast inkomsten brengt het de dorpsbevolking ook het besef dat zij zelf en hun leefstijl en architectuur een bijzondere waarde hebben; iets waar buitenlandse gasten interesse in hebben en waar zij speciaal voor komen. Dit is belangrijk voor de (meest ongeschoolde) dorpsbewoners omdat zij vaak het gevoel hebben 'minder waard' te zijn dan hoog opgeleide landgenoten en mensen die in de stad wonen.

### 1.4 Doelstellingen per doelgroep

De primaire doelgroep is zoals gezegd de lokale arme bevolking in Ghana waarop ontwikkelingsprojecten zich hebben gericht. "Ga naar Ghana" versterkt van deze projecten de exploitatie en daarmee dus het succes.

Doelstelling van het project "Ga naar Ghana" voor de primaire doelgroep is een duurzame geldstroom naar hun prille economieën (duurzame armoedebestrijding door directe buitenlandse kapitaalinjectie):

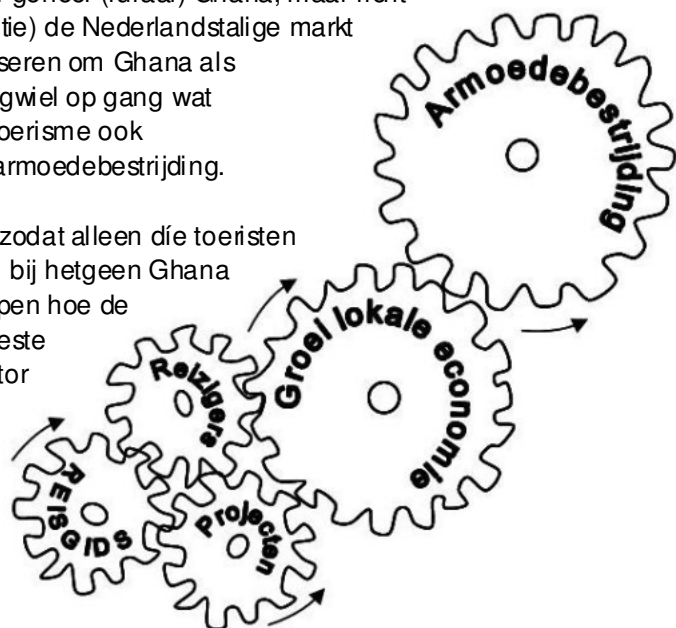
1. minimaal € 3.000 eenmalig, besteed door onze eigen projectmedewerkers bij hun bezoeken aan de 'pro poor' bestemmingen.
2. Minimaal € 50.000 jaarlijks terugkerend, besteed door toeristen die door de voorlichting/promotie structureel extra naar de 'pro poor' bestemmingen afreizen.
3. Minimaal € 5.000 eenmalig, besteed door 'pro poor'-projecten met behulp van door verkoopopbrengsten ontvangen financiering vanuit "Ga naar Ghana".

De secundaire doelgroep wordt gevormd door de ontwikkelingsprojecten zelf. Doelstelling van het project "Ga naar Ghana" voor deze doelgroep is hen te helpen 'pro poor tourism' in Ghana te verbeteren. Dit gebeurt door middel van:

4. kennis (klantevaluaties en verbeterideeën vanuit het klantperspectief).
5. minimaal € 5.000 aan middelen voor het tot uitvoer brengen van projecten.

Het project "Ga naar Ghana" werkt dus voor geheel (ruraal) Ghana, maar richt zich met zijn activiteiten op (in eerste instantie) de Nederlandstalige markt van betrokken toeristen. Door hen te mobiliseren om Ghana als reisbestemming te overwegen komt het vliegwiel op gang wat Ghana nodig heeft om de investeringen in toerisme ook daadwerkelijk te laten leiden tot duurzame armoedebestrijding.

Onderdeel van de marketing is voorlichting zodat alleen die toeristen naar Ghana worden uitgenodigd die passen bij hetgeen Ghana te bieden heeft, en die op hoofdlijnen begrijpen hoe de Ghanese cultuur werkt en hoe zij zich het beste kunnen gedragen om geen verstoring te zijn. Naast een kwantitatieve doelstelling (meer toeristen naar de arme gebieden), heeft het project dus ook een kwalitatieve doelstelling (de juiste toeristen, en zo min mogelijk verstoring).



“Ga naar Ghana” heeft gezien het bovenstaande dus bewust een tijdelijk en eenmalig karakter gericht op exploitatie van de ontwikkelingssamenwerkingsinvesteringen die in Ghana zijn en worden gedaan. Ga naar Ghana verwacht dat door haar eenmalige activiteiten jaarlijks ca. 50.000 Euro meer geld stroomt naar de dorpseconomieën in de armere gebieden van Ghana. Belangrijk hierbij is dat het gaat om verdiensten van kleine ondernemers en de vele nog kleinere ondernemers die betrokken zijn in de vervolgbestedingen.

### 1.5 Projectorganisatie

Het project “Ga naar Ghana” is uitgevoerd door Coolywooly Ervaringen, met als formele rechtspersoon GHPJ Participaties BV. Coolywooly Ervaringen is een handelsnaam van deze BV. Coolywooly Ervaringen, is eigendom van het echtpaar Eva van Dijk (Ghana liefhebster) en Gerard van Heusden (reisjournalist) en kent verder geen personeel. Met hun bedrijf Coolywooly Ervaringen willen de eigenaren maatschappelijk relevante uitgaven mogelijk maken die volgens gangbare commerciële criteria niet haalbaar zijn. Zij staken, onbezoldigd, een substantieel deel van hun tijd in het project en waren de drijvende kracht van het project, in samenwerking met diverse organisaties en individuen in Nederland en Ghana:

- NCRC Ghana (de Ghanese Monumentenzorg en Natuurbescherming),
- Ghana Tourist Board, Ministerie van Toerisme van Ghana
- SNV Ghana (Nederlandse Ontwikkelingsorganisatie)
- het Holland-Ghana Platform
- Stichting Ontmoet Afrika Projecten (actief op pro-poor tourism ontwikkeling)
- Eceat Projects (West African Travel Market, gericht op business-to-business marketing)
- Ghana-kenners, antropologen, fotografen, verslaggevers etc.
- kleinschalige projecten

Hivos en Triodos Foundation zijn opgetreden als medefinancieringsorganisatie.

Gedurende het project is een tweede handelsnaam geïntroduceerd: Ghana Verkeersbureau. Deze naam zal naast Coolywooly Ervaringen in het vervolg van deze statusrapportage worden gebruikt om de uitvoerende organisatie mee aan te duiden.



## 2. Aanpak

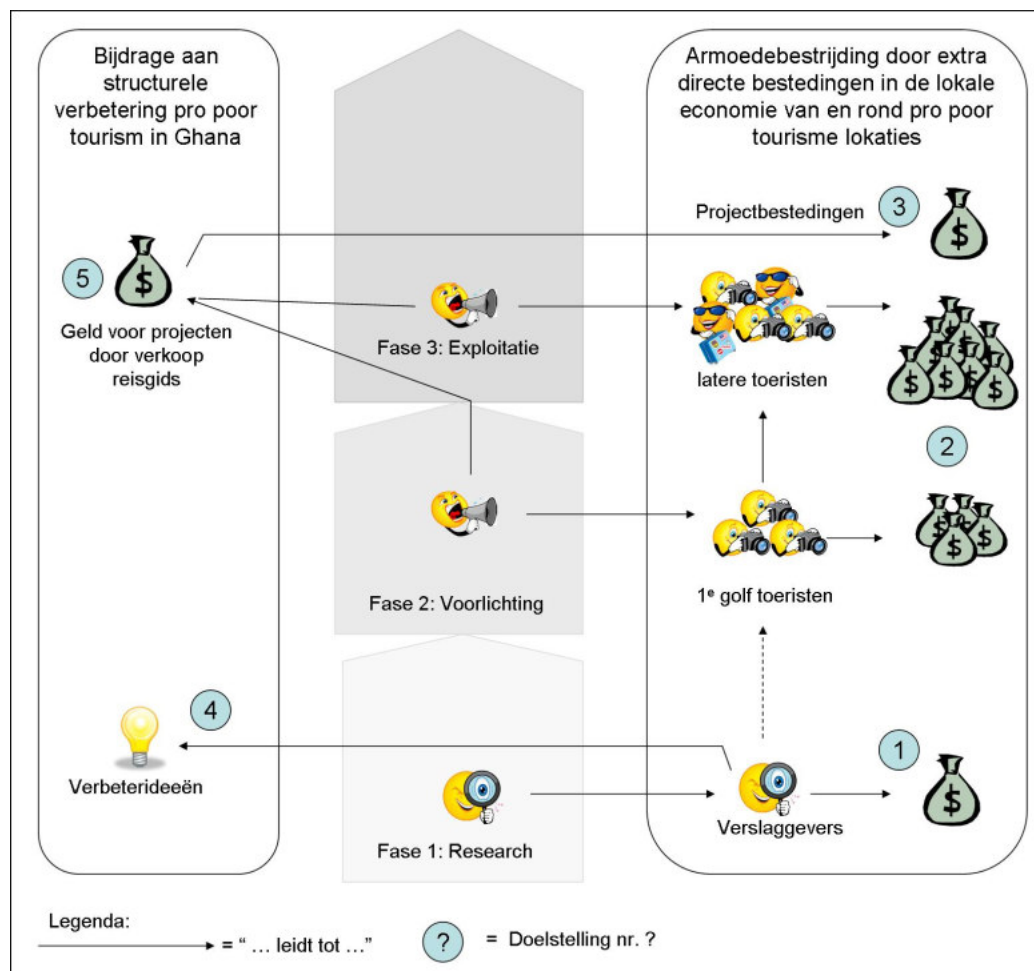
Het project "Ga naar Ghana" is opgezet volgens 3 fasen: research, voorlichting en exploitatie. In de figuur is dit schematisch weergegeven. De nummers in de figuur verwijzen naar de vijf doelstellingen genoemd in paragraaf 1.4.. Met de oplevering van dit document is fase 2 afgerond.

### 2.1 Aanpak fase 1: Research (februari 2008 – juni 2009)

Deze fase was oorspronkelijk gepland tot april 2009. Met uitzondering van de twee maanden uitloop is de fase gelopen zoals gepland. De uitloop was het gevolg door de omvang van de research en de noodzaak meer tijd te besteden aan de financiering van fase 2.

In fase 1 is het voorlichtingsmateriaal verzameld. Via Ghanese overheid, NGO's op het gebied van 'pro poor tourism' en Ghana-experts is een inventarisatie gemaakt van eco- en 'pro poor tourism' bestemmingen te Ghana. Van deze bestemmingen zijn vervolgens evaluaties verzameld. Het project benaderde reizigers die er al geweest zijn en stuurde verslaggevers actief langs de bestemmingen. In de researchfase is een website opgezet als eerste promotie van de 'pro poor tourism' bestemmingen: [www.coolywooly.nl/kaart.html](http://www.coolywooly.nl/kaart.html) (inmiddels: [www.ghana-verkeersbureau.nl](http://www.ghana-verkeersbureau.nl)).

Naast research naar de bestemmingen, is in deze fase achtergrondinformatie verzameld over Ghana, over het bezoeken van Ghana en over de wisselwerking tussen Ghanezen en Nederlanders. Er is een netwerk opgebouwd van auteurs en specialisten (journalisten, antropologen, artsen, expats, etc.). Belangrijk hierbij is de 1%-gedachte: betrokkenen worden aangespoord hun bijdrage om-niet te leveren als onderdeel van hún "1% voor armoedebestrijding".



Figuur: schematische opzet van doel, fasering en resultaat

Het resultaat van de eerste fase bestaat uit extra bezoek (en dus bestedingen) aan de 'pro poor tourism' projecten in Ghana, namelijk in ieder geval de door het project op pad gestuurde verslaggevers en waarschijnlijk ook al enkele pionierende reizigers ter plekke die getipt worden door de projectactiviteiten en de website. Dit is ingeschat op minimaal € 3000,=

Een tweede resultaat van de eerste fase zijn de verzamelde evaluaties, welke waar opportuun teruggekoppeld zijn aan de Ghana Tourist Board en de verantwoordelijke 'pro poor tourism' projecten. Het interne resultaat van de eerste fase was daarnaast het manuscript en beeldmateriaal voor de reisgids Ervaar Ghana.

## **2.2 Aanpak fase 2: Voorlichting (juli 2009 – december 2009)**

Deze fase was oorspronkelijk gepland te starten in juni 2009, maar is door uitloop van fase 1 later gestart. Tevens bleek deze fase fors intensiever dan vooraf gedacht, door naar boven bijgesteld ambitieniveau in uitvoering.

In fase 2 was sprake van een voorlichtingsoffensief, waarin Ghana en de 'pro poor tourism' projecten in het bijzonder, professioneel en enthousiasmerend onder de aandacht is gebracht van de Nederlandse reismarkt.

In fase 2 is, naast de website, een tweede belangrijke drager van voorlichting toegevoegd: een Nederlandstalige reisgids waarin:

- de 'pro poor' projecten uitgebreid uitgelicht worden,
- middels reisverhalen en foto's de lezer lekker gemaakt wordt, en
- middels achtergrondinformatie de basis gelegd wordt voor een leerzaam en respectvol verblijf in, en contact met, Ghana.

Voorbeelden van deze laatste categorie betreft onder andere antropologische informatie, do's en dont's in de omgang en praktische informatie over gezondheid.

De oorspronkelijke verwachting was om de reisgids in juni 2009 beschikbaar te hebben. Dit is uiteindelijk 1 september 2009 geworden. Met kennis achteraf kan worden gesteld dat de productie-aspecten van het boek niet reëel gepland waren, gezien de omvang en gewenste opmaakwaliteit van de reisgids. De vakantieperiode droeg ook bij aan uitloop in doorlooptijd.

In fase 2 is de reisgids pro-actief verspreid naar zoveel mogelijk bibliotheken, boekhandels, intermediairs in de reisbranche en uitzendorganisaties voor vrijwilligers. Daarnaast heeft er – in aanvulling op het oorspronkelijke plan – een mediacampagne plaatsgevonden rond Ghana en de reisgids, met artikelen in De Pers, Metro, Noord-Hollands Dagblad, IS, Afrika Nieuws, SBS 6 Shownieuws en vele website/nieuwsbrieven.

De lancering van de reisgids is boven verwachting succesvol verlopen, zodat het niet nodig was om het oorspronkelijke plan uit te voeren om grootschalig reisgidsen cadeau te doen aan wederverkopers om daarmee zichtbaarheid van Ghana in het schap van bibliotheek en/of reiswinkel te garanderen.

De website is in deze fase vervangen door een zelfstandige website, [www.ghana-verkeersbureau.nl](http://www.ghana-verkeersbureau.nl), welke actief blijft tot en met fase 3.

Het plan om in deze fase twee voorlichtingsbijeenkomsten in Nederland te organiseren is doorgeschoven naar fase 3. Wel is op 26 september 2009 een presentatie gegeven tijdens de manifestatie Ontwikkelingssamenwerking.nu in bijzijn van oud-president Kufuor van Ghana. Dit geschiedde op uitnodiging van Minister Koenders. Tevens is de reisgids gepresenteerd tijdens de jaarlijkse Ghanadag te Almere.



Het resultaat van fase 2 bestaat/zal bestaan uit een tweede golf van bezoekers aan de 'pro poor' bestemmingen, namelijk de pionierende reizigers die zijn aangespoord door de voorlichting. Door de achtergrondinformatie in de reisgids wordt geborgd dat er een goede "match" is tussen hun verwachtingen/behoefte/gedragingen en wat zij bezoeken. Positieve ervaringen en dus mond-op-mond redame is het gevolg. De voorlichtende werking van de reisgids/website gaat uiteraard door en zo vindt de volgende tranche bezoekers (de 'early adopters') zijn interesse en weg naar Ghana's 'pro poor'-bestemmingen. Het project "Ga naar Ghana" rekent op minimaal extra 200 bezoekers naar Ghana die ten minste € 250,= per persoon besteden in de 'pro poor' economie. De jaarlijkse kapitaalinjectie bedraagt dus minimaal € 50.000,=.

Meer informatie over de projectuitvoering en de mediamomenten zijn te vinden op de website [www.ghana-verkeersbureau.nl](http://www.ghana-verkeersbureau.nl) en [Ghana-verkeersbureau.mambapoint.tv](http://Ghana-verkeersbureau.mambapoint.tv) waar de projectorganisatie naar buiten treedt met haar project.

### **2.3 Aanpak fase 3: exploitatie (januari 2010 – december 2012)**

Na fase 2 is het vliegwieltje van toerisme op gang gebracht en in handen van de ondernemers in Ghana (ondersteund door de bijbehorende projecten). Voor "Ga naar Ghana" rest het voorzien in continuïteit middels de website en het kunnen naleveren van reisgidsen aan de verkooppunten gedurende tenminste 3 jaar. Dit gebeurt onder de vlag van het Ghana Verkeersbureau.

In deze fase zullen ten minste twee voorlichtingsbijeenkomsten/lezingen worden georganiseerd om Ghana als vakantieoord te promoten. Waar mogelijk streeft het Ghana Verkeersbureau om in deze periode door kennis, actie en voorlichting extra bij te dragen aan de promotiecampagne van Ghana. De intensiteit zal worden bepaald in overleg met de Ghana Tourist Board en afhankelijk zijn van gevonden financiering.

In fase 3 zijn de inkomsten van "Ga naar Ghana" hoger dan de uitgaven (in tegenstelling tot fase 1 en 2). De inkomsten bestaan uit de verkoopomzet van de reisgids minus de kosten die gemaakt worden voor verkoop (waarvan de ingehouden marge door wederverkopers de hoogste is). Het batig saldo zal door "Ga naar Ghana" worden aangewend voor 'pro poor tourism'-projecten in Ghana, oftewel voor het financieel steunen van het verbeteren van het aanbod aan 'pro poor tourism' in Ghana. Deze projecten worden nog geselecteerd.

De resultaten van fase 3 zijn wederom bezoekersaantallen en dus bestedingen bij de 'pro poor' bestemmingen als structurele armoedebestrijding. Daarnaast bestaat het resultaat uit een financiële injectie in één of meerdere 'pro poor tourism'-projecten, welke uiteindelijk ook besteed zal worden in de lokale economie rond deze bestemmingen.

In fase 3 wordt besloten of en hoe een fase 4 aan het project wordt toegevoegd. Fase 4 kan bijvoorbeeld bestaan uit verbreding naar de Engelstalige doelgroep. Ook bij/herdruk van de reisgids kan bij onverwacht groter succes tot de mogelijkheden behoren.

## 2.4 Monitoring

Tenminste één maal tijdens fase 3 wordt een evaluatierapport opgesteld en gedistribueerd naar financiers en betrokken partners op het gebied van toerisme ontwikkeling in Ghana. De effectiviteit van het project wordt gemeten aan de hand van de volgende indicatoren:

1. (groei in) bezoekersaantallen per 'pro poor tourism' project
2. omzet en donaties
3. afzetgegevens en gemiddelde bestedingen te Ghana van gebruikers van de reisgids

### Ad 1.

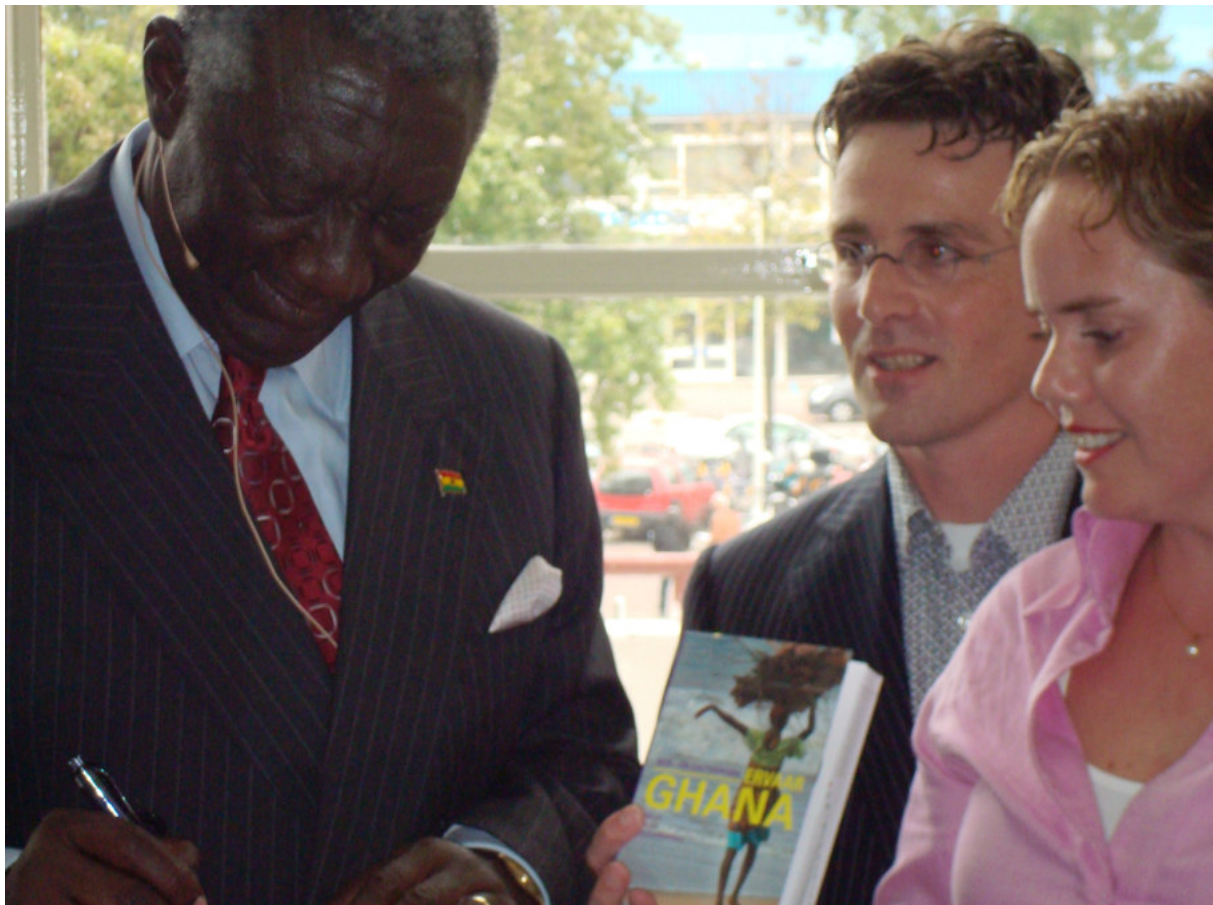
De ultieme effectiviteitsmeting in termen van armoedebestrijding kan alleen door de 'pro poor tourism' projecten zelf gedaan worden en is geen onderdeel "Ga naar Ghana". De (groei in) bezoekersaantallen is één van de effectvoorspellende indicatoren, en tevens de dominante waar het gaat om een causaal verband met de activiteiten van het project "Ga naar Ghana".

### Ad 2.

Omzet en donaties zijn eenduidig te registreren en meten objectief in hoeverre het project erin is geslaagd doelstelling 5 te behalen.

### Ad 3.

In de reisgids worden lezers opgeroepen hun ervaringen te delen met het Ghana Verkeersbureau. Waarom is de reisgids gekocht? Is er feitelijk naar Ghana gereisd, in hoeverre is dit het gevolg geweest van de voorlichting en hoeveel is er ongeveer besteed in Ghana (en de 'pro poor' projecten in het bijzonder). Hetzelfde is gevraagd aan de verslaggevers tijdens fase 1. Deze response maakt het mogelijk een schatting te doen van de gerealiseerde en jaarlijks te realiseren directe bestedingen (absoluut en in vergelijking met de aannames die aan doelstelling 1 en 2 ten grondslag liggen).



### 3. Bereikte resultaten en publiciteit

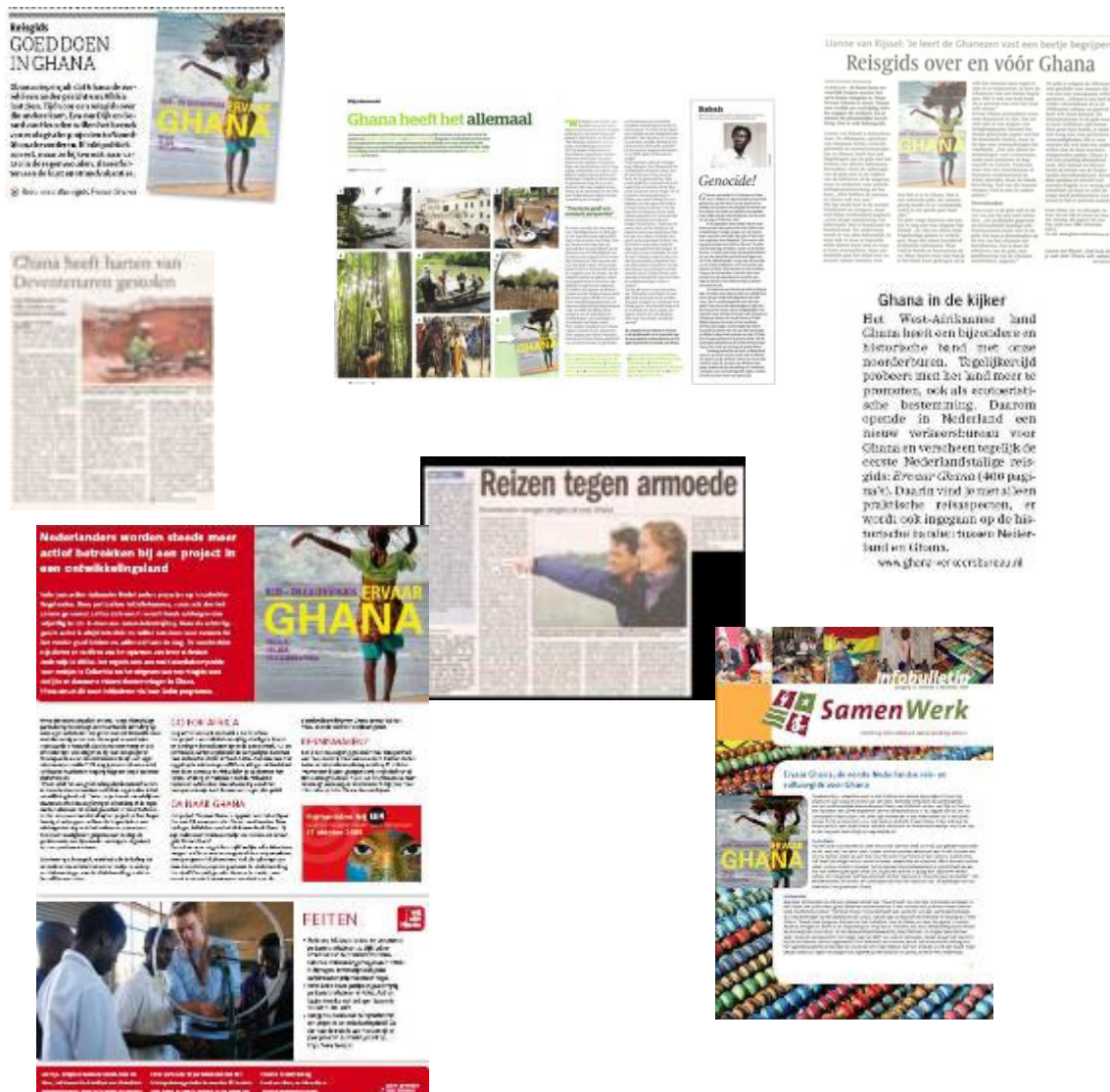
De resultaten aan het eind van fase 2:

- De Reis- en cultuurgids “Ervaar Ghana” is beschikbaar. Full colour, 400 pagina's vol culturele achtergronden, sfeerbeelden, foto's en de 39 aanbevolen eco-bestemmingen elk in twee pagina's tot leven gebracht. Het boek is handzaam, 12x17 cm, stevig ingenaaid en heeft een stevige kaft. ISBN: 978-90-809-6302-3. “Ervaar Ghana” is in een oplage van 2500 exemplaren gedrukt en kost 19,95.
- Ghana's profiel als vakantieland is geïnstitutionaliseerd door de oprichting van het Ghana Verkeersbureau. De website [www.ghana-verkeersbureau.nl](http://www.ghana-verkeersbureau.nl) is live, als centraal punt in de communicatiecampagne via internet. Naar deze website wordt inmiddels veelvuldig gelinkt vanuit relevante webplekken.
- Op 31/12/2009 waren 1290 exemplaren Ervaar Ghana gedistribueerd. Ervaar Ghana is leverbaar bij alle bij Centraal Boekhuis aangesloten boekhandels, reisboekhandels, [www.bol.com](http://www.bol.com) en andere webwinkels en geselecteerde verkooppunten, zoals het Afrikamuseum of Het Filiaal in Haarlem. Daarnaast wordt Ervaar Ghana verkocht via wederverkopers in de reisbranche en door uitwisselingsorganisaties. Al 100 bibliotheken hebben “Ervaar Ghana” in hun collectie.
- In de eerste 4 maanden is voor € 11.115,= (excl. btw) aan opbrengsten voor het project gerealiseerd uit boekverkoop, hetgeen overeenkomt met 1060 betaalde exemplaren. Er is nu reeds een bedrag van € 6368,= beschikbaar om te worden geïnvesteerd in Ghana.
- “Ervaar Ghana” is positief ontvangen in de pers en door het publiek, wat onder meer geleid heeft tot een eervolle nominatie voor de “Reisgids van het jaar 2009” door de Groep Reisboekhandels. Afrikanieuws, Reisboeken.be, Columbus Reismagazine, Biblion schreven lovende recensies. Lezers die er geweest zijn roemen de herkenbaarheid. Lezers die nog moeten gaan roemen de aanstekelijke manier van schrijven.
- “Ervaar Ghana” stond onder andere in Metro Nieuws met een advertentie van Hivos. Dagblad de Pers en in België De Standaard schreven artikelen. Libelle plaatste “Ervaar Ghana” als boekentip, net als meerdere online-boekwinkels. Ghana als vakantieland en Ervaar Ghana kwam zo onder de aandacht van een miljoenenpubliek.
- Via Tourpress kwam de oprichting van het Ghana Verkeersbureau terecht in de vakbladen voor de reisbranche en daarmee tevens op vele nieuwssites over Ghana en reizen in het algemeen. Het Ghana Verkeersbureau heeft zijn plek veroverd in de reisbranche.
- Op 17 en 19 november vertoonde SBS Shownieuws beelden van Ghana als vakantieland op de Nederlandse televisie en interviewde ze de persvoorlichter van het Ghana Verkeersbureau.
- Op 26 september 2009 nam oud-president John Kufuor het eerste exemplaar in ontvangst van “Ervaar Ghana” tijdens de manifestatie Ontwikkelingssamenwerking.nu. John Kufuor was er eregast. Het Ghanees Verkeersbureau hield een korte voordracht en kreeg naast instemmende blikken, luid applaus vanuit de zaal. Mambapoint.tv van de NCRV legde het geheel vast voor een van haar reportages.
- In de “Internationale Samenwerking” van september 2009 stond een artikel over het project, met als titel “Ghana heeft het allemaal” boven mooie vakantiebeelden uit Ghana. Een nummer later werd door dit blad aandacht besteed aan de uitreiking van het eerste exemplaar van “Ervaar Ghana” aan oud-president Kufuor.

- Partnerorganisatie “Ontmoet Afrika Projecten” werd tweede in de strijd om de milleniumaward 2009 met haar toerismeproject in Noord-Ghana. Ze was de favoriet van de vakjury die de vijf nominaties deed. De wisselwerking tussen lokale projecten in Ghana en promotie in Nederland, door te participeren in het reisgidsproject, werd als sterk punt genoemd. Er verscheen een artikel over het reisgids-project in het Noord-Hollands Dagblad.
- In 2010 zal de Vakantiekraant (oplage 1,5 miljoen) 2 pagina’s besteden aan Ghana als vakantieland. Deze mediaruimte en invulling werden verzorgd door het Ghana Verkeersbureau.
- In 2010 zal een artikel over Ghana in de GPD-dagbladen verschijnen (3 miljoen lezersbereik). Het Ghana Verkeersbureau verzorgde achtergrondinformatie en fotomateriaal.
- In 2010 zal de Belgische televisie een project starten voor de verfilming van Ervaar Ghana.

Het is nog te vroeg om bovenstaande resultaten te vertalen naar het uiteindelijke effect in termen van groei in bezoekersaantallen en –uitgaven (de vijf genoemde kwantitatieve doelstellingen uit het vorige hoofdstuk). Het succes van het boek en de succesvolle mediacampagne geeft echter aanleiding te stellen dat de vijf genoemde kwantitatieve doelstellingen gehaald zullen worden, alsmede de geformuleerde neven doelstellingen:

- een beter begrip van de Ghanese cultuur bij Nederlandstalig publiek
- eco- en cultureel conserverend gedrag bij toeristen naar Ghana
- beter begrip van de problemen die leven rondom ontwikkelingssamenwerking en suggesties tot verbetering, vanuit het perspectief van het bedrijfsleven dat aan ontwikkelingswerk wil doen.



### 3. Financiën

Het project is financieel primair mogelijk gemaakt door Coolywooly Ervaringen dat gratis gewerkt heeft met een team van twee man in de periode 2007-2009 (min of meer fulltime). Daarnaast hebben auteurs, fotografen, redacteuren en DTP-ers in natura gedoneerd. Particulieren, adverteerders en medefinancieringsorganisaties hebben bijdragen aan de out-of-pocketkosten. De (vooraf onzekere) opbrengst uit boekverkoop is ten dele aangewend om de begroting sluitend te maken en komt voor het restant ten goede aan projecten in Ghana (conform doelstelling 5). De financiering van fase 1 (grotendeels uren) is geheel en al door Coolywooly gefinancierd.

#### 3.1 Financiële realisatie Fase 2 plus toelichting

Hieronder staat de originele projectbegroting, de tussentijdse bijstelling en de realisatie tot nu toe voor fase 2 van het project.

| <b>Financiële rapportage - realisatie versus begroting</b> |                               |                               |                                 |                   |
|--|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|-------------------|
| <b>Project:</b> "Ga naar Ghana" - fase 2                   |                               |                               |                                 |                   |
| <b>Datum:</b> 31-12-2009                                   |                               |                               |                                 |                   |
| <b>KOSTEN</b>  |                               |                               |                                 |                   |
|  | <b>Begroting<br/>1-1-2009</b> | <b>Begroting<br/>1-6-2009</b> | <b>Werkelijk<br/>31-12-2009</b> | <b>Vershil</b>    |
| <b>Kernteam</b>  |                               |                               |                                 |                   |
| Inzet Coolywooly Ervaringen                                | p.m.                          | p.m.                          | p.m.                            | p.m.              |
| Inzet Coolywooly Ervaringen (uitloop)                      |                               | p.m.                          | p.m.                            | p.m.              |
| Kantoorkosten (porto, website, etc.)                       | € 600,00                      | € 500,00                      | € 472,43                        | € 27,57-          |
| Zaalhuur/catering voor lichtingsbijeenkomsten              | € 500,00                      | € 500,00                      | € 500,00                        |                   |
| Reiskosten in Nederland                                    | € 475,00                      | € 500,00                      | € 555,26                        | € 55,26           |
| <b>Afkoop rechten</b>                                      |                               |                               |                                 |                   |
| Auteursbijdragen   | € 2.000,00                    | € 2.000,00                    | € 2.000,00                      |                   |
| Beeldmateriaal   | € 2.000,00                    | € 2.000,00                    | € 2.000,00                      |                   |
| <b>Productie en distributie</b>                            |                               |                               |                                 |                   |
| Correctiewerkzaamheden                                     | € 540,00                      | € 750,00                      | € 750,00                        |                   |
| Pre-press  | € 2.400,00                    | € 3.000,00                    | € 3.000,00                      |                   |
| Druk 1e oplage   | € 12.000,00                   | € 12.500,00                   | € 12.449,70                     | € 50,30-          |
| Distributie  | € 3.000,00                    | € 3.000,00                    | € 3.120,47                      | € 120,47          |
| Promotiemateriaal  | € 500,00                      | € 500,00                      | € 501,88                        | € 1,88            |
| <b>Onvoorzien</b>  | € 1.250,00                    | € 2.000,00                    | € 1.059,94                      | € 940,06-         |
| <b>Totale kosten:</b>                                      | <b>€ 25.265,00</b>            | <b>€ 27.250,00</b>            | <b>€ 26.409,68</b>              | <b>€ 840,32-</b>  |
| <b>OPBRENGSTEN</b>   |                               |                               |                                 |                   |
|  | <b>Begroting<br/>1-1-2009</b> | <b>Begroting<br/>1-6-2009</b> | <b>Werkelijk<br/>31-12-2009</b> | <b>Vershil</b>    |
| <b>Dekking werkzaamheden</b>                               |                               |                               |                                 |                   |
| Donatie Coolywooly in uren                                 | p.m.                          | p.m.                          | p.m.                            | p.m.              |
| Achtergestelde lening Coolywooly in uren                   |                               | p.m.                          | p.m.                            | p.m.              |
| Aditionele donatie/lening Coolywooly                       |                               | p.m.                          | p.m.                            | p.m.              |
| Donatie rechthebbenden in natura                           | € 4.000,00                    | € 4.000,00                    | € 4.000,00                      |                   |
| Donatie correctiewerkzaamheden in natura                   |                               | € 750,00                      | € 750,00                        |                   |
| Korting pre-press (achtergestelde lening)                  |                               | € 2.000,00                    | € 2.000,00                      |                   |
| <b>Dekking out-of-pocket</b>                               |                               |                               |                                 |                   |
| Achtergestelde lening Coolywooly                           | € 3.000,00                    | € -                           | € -                             |                   |
| Advertentie-inkomsten                                      | € 2.000,00                    | € 3.000,00                    | € 4.525,65                      | € 1.525,65        |
| Donaties Particulieren                                     | € 1.500,00                    | € 2.000,00                    | € 2.255,00                      | € 255,00          |
| Donat Hivos  | € 10.000,00                   | € 7.500,00                    | € 7.500,00                      |                   |
| Donatie Triodos  |                               | € 2.000,00                    | € 2.000,00                      |                   |
| <b>Boekverkoop</b>   | € 5.000,00                    | € 6.000,00                    | € 11.114,99                     | € 5.114,99        |
| <b>Totaal opbrengsten:</b>                                 | <b>€ 25.500,00</b>            | <b>€ 27.250,00</b>            | <b>€ 34.145,64</b>              | <b>€ 6.895,64</b> |
| <b>SALDO FASE 2</b>  | <b>€ 235,00</b>               | <b>€ -</b>                    | <b>€ 7.735,96</b>               | <b>€ 7.735,96</b> |

- Het project is succesvol gebleken in het werven van advertenties en particuliere donaties in de kring van de initiatiefnemers. Hierdoor is aan Hivos slechts € 7.500 gevraagd in plaats van de oorspronkelijke financieringsaanvraag van € 10.000.
- Op 1 juni 2009 heeft, bij geconstateerde uitloop, een bijstelling van de begroting plaats gevonden. Coolywooly Ervaringen heeft additioneel in uren geïnvesteerd en moest daardoor afzien van financiering in out-of-pocketkosten. Triodos Foundation heeft een donatie gedaan van € 2.000 om het tekort op te vangen.
- De advertenties en particuliere donaties zijn uiteindelijk € 3281 hoger uitgekomen dan de originele begroting (en € 1781 boven de naar boven bijgestelde begroting). De particuliere donaties zijn primair afkomstig uit de directe nabijheid van de twee initiatiefnemers. Er waren 20 adverteerders.
- Coolywooly Ervaringen heeft afgezien van een vergoeding voor hun uren (niet gekwantificeerd, > € 50.000), onder de voorwaarde dat zij meedeelt in een onverwacht groot financieel overschot. Hetzelfde geld ten dele voor het betrokken grafisch ontwerp bureau (pre-press-kosten, € 2000).
- In de realisatie over fase 2 is voor € 2.900 aan reserveringen voor fase 3 opgenomen, omdat de bijbehorende activiteiten zijn doorgeschoven naar deze fase. Het gaat om de kosten voor voorlichtingsbijeenkomsten (€ 500), promotiemateriaal (€ 400) en distributiekosten (€ 2000).
- De post onvoorzien is slechts ten dele gebruikt. De belangrijkste onvoorzien uitgave was € 600,= meerwerk voor het grafisch bureau door hogere pagina-aantallen.
- De opbrengst uit boekverkoop is € 5115 hoger dan verwacht. Zowel de aantallen in fase 2, alsmede de gemiddelde opbrengst is fors hoger dan begroot. In 2009 zijn er 1070 boeken verkocht tegen een gemiddelde opbrengst van € 10,39 per exemplaar (excl. btw, incl. bijdrage in verzendkosten). Het verschil met de verkoopprijs (€ 19,95) is de 6% btw en de door wederverkopers afgedwongen verkoopmarge. De grootste netto-opbrengst is afkomstig van de voorintekening (€ 18,97 per boek). De laagste marge ontvangt het project via het reguliere boekhandelkanaal (waaronder bol.com). Per exemplaar is de brutomarge dan € 8,60 per boek.
- Primair door de hogere opbrengst uit boekverkoop is er, na afronding van fase 2, al sprake van een positief saldo voor het project van € 7.736.

### **3.2 Bijstelling begroting/prognose voor Fase 3 plus toelichting**

Op de volgende bladzijde staat de originele projectbegroting, de eerdere tussentijdse bijstelling en de laatste prognose voor fase 3. Deze prognose geldt vanaf heden als begroting.

- De begroting van fase 3 omvat een looptijd van 3 jaar exploitatie.
- In de herziene begroting voor fase 3 zijn de doorgeschoven posten uit fase 2 opgenomen als kostenpost en de reservering tijdens fase 2 als opbrengst.
- De inschattingen voor de kantoorkosten zijn met € 300,= verhoogd omdat het Ghana Verkeersbureau een zelfstandige website heeft gekregen met eigen hostingskosten.
- De vaste kosten voor het logistieke kanaal (opslag en abonnement Centraal Boekhuis) zijn toegevoegd aan de begroting van fase 3.
- De post reiskosten is expliciet gemaakt. De post onvoorzien is neerwaarts bijgesteld.
- De omzetinschatting is naar boven bijgesteld tot naar verwachting € 15.500-€ 21.000, waarvan € 11.115,= reeds in fase 2 gerealiseerd is. In de begroting zijn een pessimistisch en een optimistisch scenario weergegeven. Fase 3 zal hierdoor naar verwachting afsluiten met een positief saldo van tussen € 1.820 en € 7.520.

**Financiële rapportage - bijgestelde begroting**

Project: "Ga naar Ghana" - fase 3

Datum: 31-12-2009

| KOSTEN                               | Begroting<br>1-1-2009 | Begroting<br>1-6-2009 | Begroting<br>1-1-2010 | Vershil    |
|--------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|------------|
| <b>Kernteam (3 jaar)</b>             |                       |                       |                       |            |
| Inzet Coolywooly Ervaringen          | p.m.                  | p.m.                  | p.m.                  |            |
| Kantoorkosten (porto, website, etc.) | € 300,00              | € 300,00              | € 600,00              | € 300,00   |
| Zaalhuur/catering (uit fase 2)       |                       |                       | € 500,00              | € 500,00   |
| Reiskosten in Nederland              |                       |                       | € 500,00              | € 500,00   |
| <b>Verkoopkosten</b>                 |                       |                       |                       |            |
| Distributiekosten (uit fase 2)       |                       |                       | € 2.000,00            | € 2.000,00 |
| Promotiemateriaal (uit fase 2)       |                       |                       | € 400,00              | € 400,00   |
| Vaste logistieke kosten (3 jaar)     |                       |                       | € 1.080,00            | € 1.080,00 |
| <b>Onvoorzien</b>                    | € 800,00              | € 800,00              | € 300,00              | € 500,00-  |
| <b>Totale kosten:</b>                | € 1.100,00            | € 1.100,00            | € 5.380,00            | € 4.280,00 |

| OPBRENGSTEN                       | Begroting<br>1-1-2009 | Begroting<br>1-6-2009 | Begroting<br>1-1-2010    | Vershil     |
|-----------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------------------|-------------|
| <b>Donatie Coolywooly</b>         |                       |                       |                          |             |
| Uren                              | p.m.                  | p.m.                  | p.m.                     |             |
| Geld                              | € 1.100,00            | € -                   | € -                      |             |
| <b>Reservering van uit fase 2</b> |                       |                       | € 2.900,00               | € 2.900,00  |
| <b>Boekverkoop</b>                |                       |                       |                          |             |
| Pessimistisch scenario            | € 5.000,00            | € 6.000,00            | € 4.300,00               | -€ 1.700,00 |
| Optimistisch scenario             | p.m.                  | p.m.                  | € 10.000,00              | € 4.000,00  |
| <b>Totale opbrengsten:</b>        | € 6.100,00            | € 6.000,00            | € 7.200,00 / € 12.900,00 |             |

|                     |            |            |                         |
|---------------------|------------|------------|-------------------------|
| <b>SALDO FASE 3</b> | € 5.000,00 | € 4.900,00 | € 1.820,00 / € 7.520,00 |
|---------------------|------------|------------|-------------------------|

**Financiële rapportage - prognose batig saldo**

Project: "Ga naar Ghana"

Datum: 31-12-2009

| PROJECTRESULTAAT                           | Begroting<br>1-1-2009 | Begroting<br>1-6-2009 | Status<br>31-12-2009    | Vershil     |
|--|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-------------|
| <b>Saldo per fase</b>                      |                       |                       |                         |             |
| Fase 1 (gerealiseerd)                      | € -                   | € -                   | € -                     |             |
| Fase 2 (gerealiseerd)                      | € 235,00              | € -                   | € 7.735,96              |             |
| Fase 3 (prognose)                          | € 5.000,00            | € 4.900,00            | € 1.820,00 / € 7.520,00 |             |
| <b>Projectresultaat</b>                    |                       |                       |                         |             |
| Pessimistisch scenario                     | € 5.235,00            | € 4.900,00            | € 9.555,96              | € 4.655,96  |
| Optimistisch scenario                      | p.m.                  | p.m.                  | € 15.255,96             | € 15.255,96 |
| <b>Aflossing achtergestelde financiers</b> |                       |                       |                         |             |
| Na fase 2                                  | € -                   | € -                   | € 1.417,98              |             |
| Pessimistisch scenario (incl. fase 2)      | € -                   | € -                   | € 2.327,98              |             |
| Optimistisch scenario (incl. fase 2)       | p.m.                  | p.m.                  | € 5.177,98              |             |
| <b>Beschikbaar voor projecten in Ghana</b> |                       |                       |                         |             |
| Na fase 2                                  |                       | € 4.900,00            | € 6.317,98              | € 1.417,98  |
| Pessimistisch scenario (incl. fase 2)      | € 5.235,00            | € 4.900,00            | € 7.227,98              | € 2.327,98  |
| Optimistisch scenario (incl. fase 2)       | p.m.                  | p.m.                  | € 10.077,98             | € 10.077,98 |

### 3.3 Bestemming positief saldo

Het totale positieve saldo voor het project zal uitkomen tussen € 9.500 en € 15.300. Dit is hoger dan het bedrag waarmee in voorgaande begrotingen rekening mee werd gehouden (€ 5.235 respectievelijk € 4.900).

Het batig saldo wordt als volgt aangewend:

- Het begrote batig saldo, € 4900, wordt volledig gereserveerd voor investeringen door projecten in Ghana, conform doelstelling 5 en 3 van het project.
- Het boven-budgettaire batig saldo wordt voor de helft eveneens gereserveerd voor investeringen door projecten in Ghana, conform doelstelling 5 en 3 van het project.
- De andere helft van het boven-budgettaire batig saldo wordt gebruikt om achtergestelde financiers af te lossen, zijnde Coolywooly Ervaaringen en Graphication Design (de leverancier van pre-press).

Het bovenstaande betekent dat er naar verwachting € 7.228 tot € 10.078 beschikbaar zal zijn voor projecten in Ghana, waarvan op dit moment € 6318 zeker is gesteld. Een bedrag van € 4255 is hiervan geoomerkt voor investering door het Marvel-project van projectpartner Ontmoet Afrika.

De te financieren projecten zullen in 2010 worden geselecteerd in overleg met o.a. Hivos, op basis van concrete investeringsvoorstellen.



## 4. Leerpunten tot zover

- Ghana kent een rijkdom aan kleinschalige toerismeprojecten die dorpsgemeenschappen, mits er toeristen zijn, de mogelijkheid geven door economische zelfstandigheid zich verder te ontwikkelen. Deze projecten besteden voldoende aandacht aan conserverende aspecten. De meeste projecten worden lokaal ondersteund door betrokken organisaties/vrijwilligers of zijn inmiddels geheel en al zelfstandig.
- Zonder marketing zullen een groot aantal toerismeprojecten hun exploitatieverwachting niet waar gaan maken. Cruciaal is de marketing richting consumenten (in tegenstelling tot marketing richting touroperators).
- Consumentenmarketing in het buitenland staat niet op de agenda van overheidsinstanties en NGO's op het gebied van toerisme in Ghana, noch van ondersteunende programma's vanuit Nederland. Een aantal rekent het zelfs expliciet niet tot hun taak, ondanks dat hun hogere missie en uitingen anders doen vermoeden. Toerisme is geen prioriteit van de Ghanese ambassade in Nederland.
- Er is sprake van verkokering tussen Nederlandse programma's op het gebied van toerisme-ontwikkeling binnen ontwikkelingslanden, zoals het CBI-programma en de SNV-activiteiten. De (substantiële) budgetten missen hierdoor een groot deel van hun effect.
- Het is mogelijk om meer dan 100 professionals substantieel doch onbetaald mee te laten werken aan een ontwikkelingssamenwerkingproject. Dit geeft energie achteraf, maar is vermoeiend in de eerste contacten. Het werken zonder budget is een effectief onderhandelingsinstrument om zaken gratis voor elkaar te krijgen.
- Professionele ontwikkelingssamenwerking is een full-time baan. "Ga naar Ghana" en het Verkeersbureau waren niet tot stand gekomen indien de initiatiefnemers gekozen hadden voor een (grotere) projectorganisatie met part-timers.
- Er is een grens aan wat het particuliere initiatief kan bereiken op institutioneel niveau in Ghana (Minsisterie van Toerisme, Ghana Tourist Board). Tegelijkertijd zijn de (ontwikkelings)organisaties die wél op dat niveau (langdurig) actief zijn (SNV, BuZa, CBI), niet gewend het particuliere initiatief in te bedden in hun activiteiten. Dit is jammer en gaat ten koste van het resultaat.
- Daar waar samenwerking met medewerkers van professionele organisaties op het gebied van toerisme of ontwikkelingssamenwerking minder soepel loopt, blijkt het feit dat zij "wel betaald" worden een onverwacht grote irritatiefactor, zelfs in dit geval waar onbetaald werken een persoonlijke keuze is. De irritatie zit/zat hem in het feit dat wij gaten dichtliepen waar zij betaald voorkrijgen/kregen.
- Professionele intermediairs op het gebied van medefinanciering van ontwikkelingsprojecten, waaronder COS/Linkis, misten de expertise om het Ga Naar Ghana-project te kunnen ondersteunen. Er zijn onnodige formele blokkades in bestaande subsidieregelingen. Er is een argwaan geconstateerd naar projecten die "te zakelijk/professioneel" optreden.
- De zoektocht naar medefinanciering door de bekende "verdubbelaar"-fondsen en andere fondsen heeft teveel tijd en energie gekost van het projectteam. Ondanks de uiteindelijk medefinanciering door HIVOS en Triodos Foundation, is het netto-rendement van de financieringsactiviteiten negatief.

- Persoonlijke relaties zijn belangrijk, zeker voor samenwerking op afstand. Waar face-to-face kennismaking geografisch niet tot de mogelijkheden behoorde, dient er in ieder geval ook telefonisch contact te zijn (ondanks dat email vele malen praktischer is om elkaars boodschappen goed te verstaan).
- Er is een toekomst voor reis- en cultuurgidsen als "Ervaar Ghana". Het promoten van een land met behulp van een goed, hip boek en daarbij aansluitende gerichte marketing via journalistieke media, is vele malen goedkoper en duurzamer dan een traditionele mediacampagne.
- Het Ghana Verkeersbureau blijkt het eerste Verkeersbureau voor een Afrikaans land te zijn dat in Nederland opereert. Op grond van de resultaten tot nu toe, achten wij verbreding van dit marketingconcept naar andere ontwikkelingslanden zeer kansrijk.
- Er is een grote interesse voor vernieuwende vormen van ontwikkelingssamenwerking bij het betrokken Nederlandse publiek. Tegelijk gaan alle sponsorlopen en tv-programma's nog steeds over scholen, weeshuizen, ziekenhuizen en noodhulp. NCDO, Wilde Ganzen en Habitat hebben ons laten zien dat ze nog niet toe zijn aan deze vernieuwingen. Hivos en Triodos zijn strategische voorlopers.