



Making Community Based Tourism work



CBT Tourist Information

Schoolstraat 1F41

7412 VP Deventer

The Netherlands

W: www.ghana-verkeersbureau.nl

T: +31 6 505 201 76

E: info@ghana-verkeersbureau.nl





We are:

The *CBT Tourist Information – Benelux* is a private initiative aimed at fighting poverty by acquiring customers for community based tourism-projects. We started our activities with a pilot for Ghana.



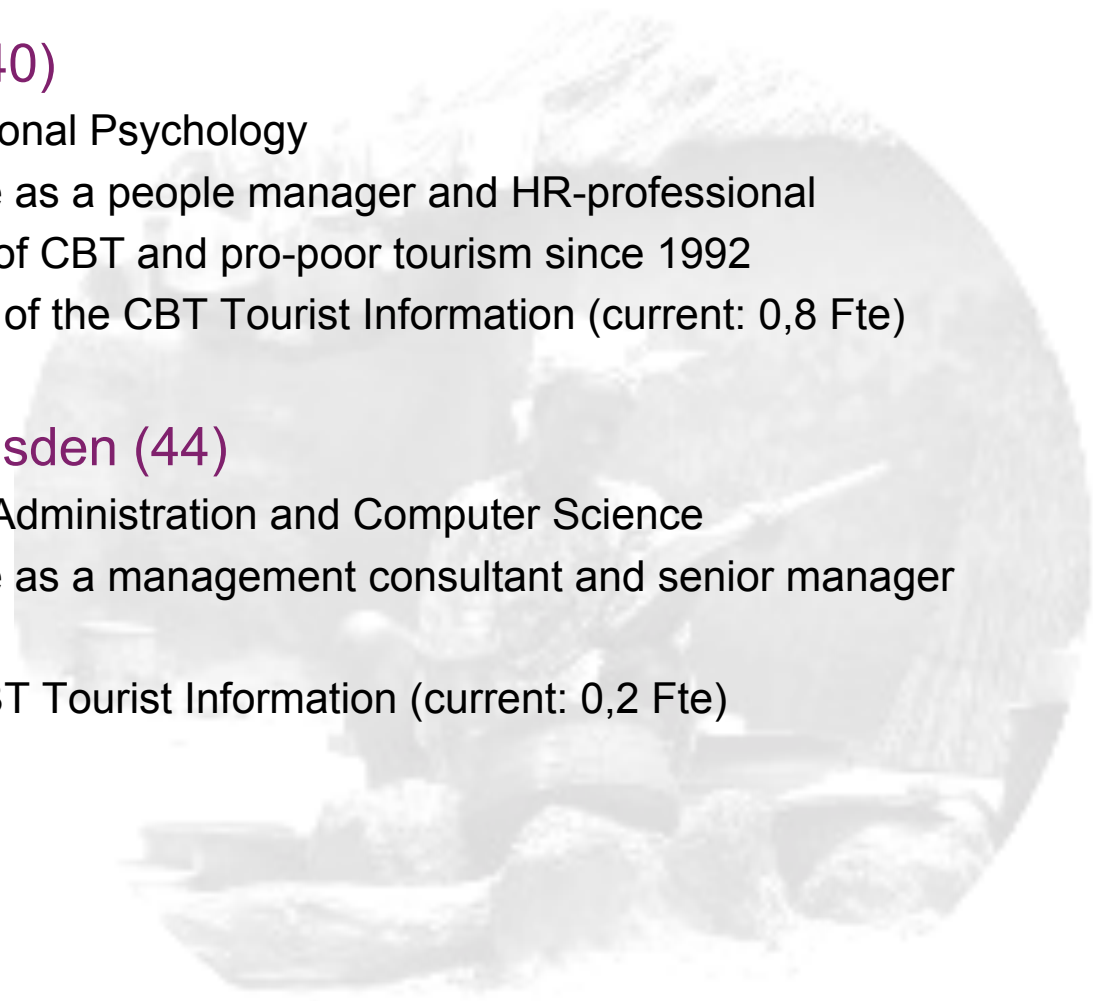
- **Mrs. Eva van Dijk (40)**

- Master in Organisational Psychology
- >10 year experience as a people manager and HR-professional
- Involved in the field of CBT and pro-poor tourism since 1992
- Initiator and director of the CBT Tourist Information (current: 0,8 Fte)



- **Mr. Gerard van Heusden (44)**

- Master in Business Administration and Computer Science
- >15 year experience as a management consultant and senior manager
- Travel journalist
- Staff member for CBT Tourist Information (current: 0,2 Fte)





What we see:

Community Based Tourism is a recognized strategy against poverty. Promotion is the weakest link.

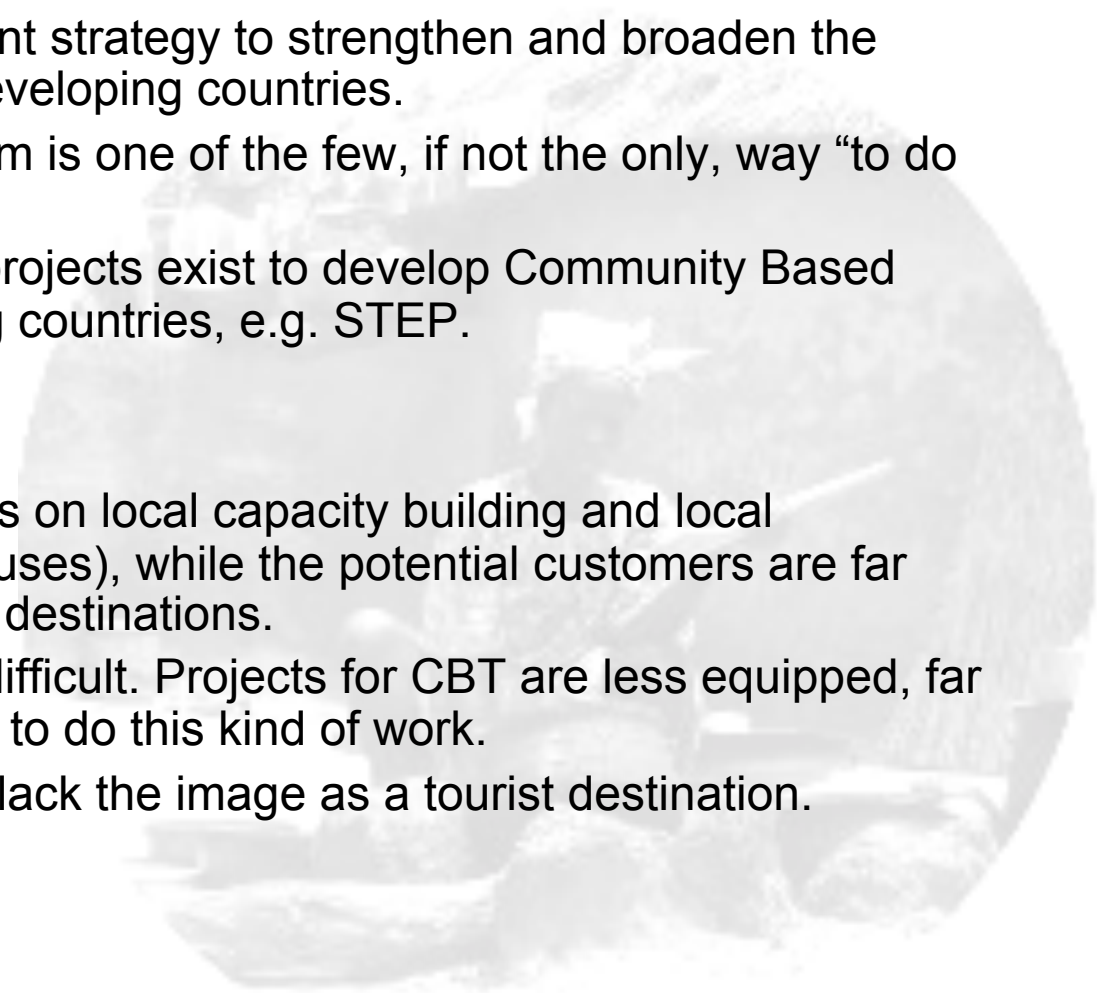


- Tourism is an important strategy to strengthen and broaden the economic power of developing countries.
- For rural areas, tourism is one of the few, if not the only, way “to do export”.
- Many programs and projects exist to develop Community Based Tourism in developing countries, e.g. STEP.



However:

- Projects seem to focus on local capacity building and local investments (guesthouses), while the potential customers are far away, unaware of the destinations.
- Promotion abroad is difficult. Projects for CBT are less equipped, far away and fragmented to do this kind of work.
- Developing countries lack the image as a tourist destination.





What we fear:

We expect irreversible problems during the exploitation of current CBT investments.



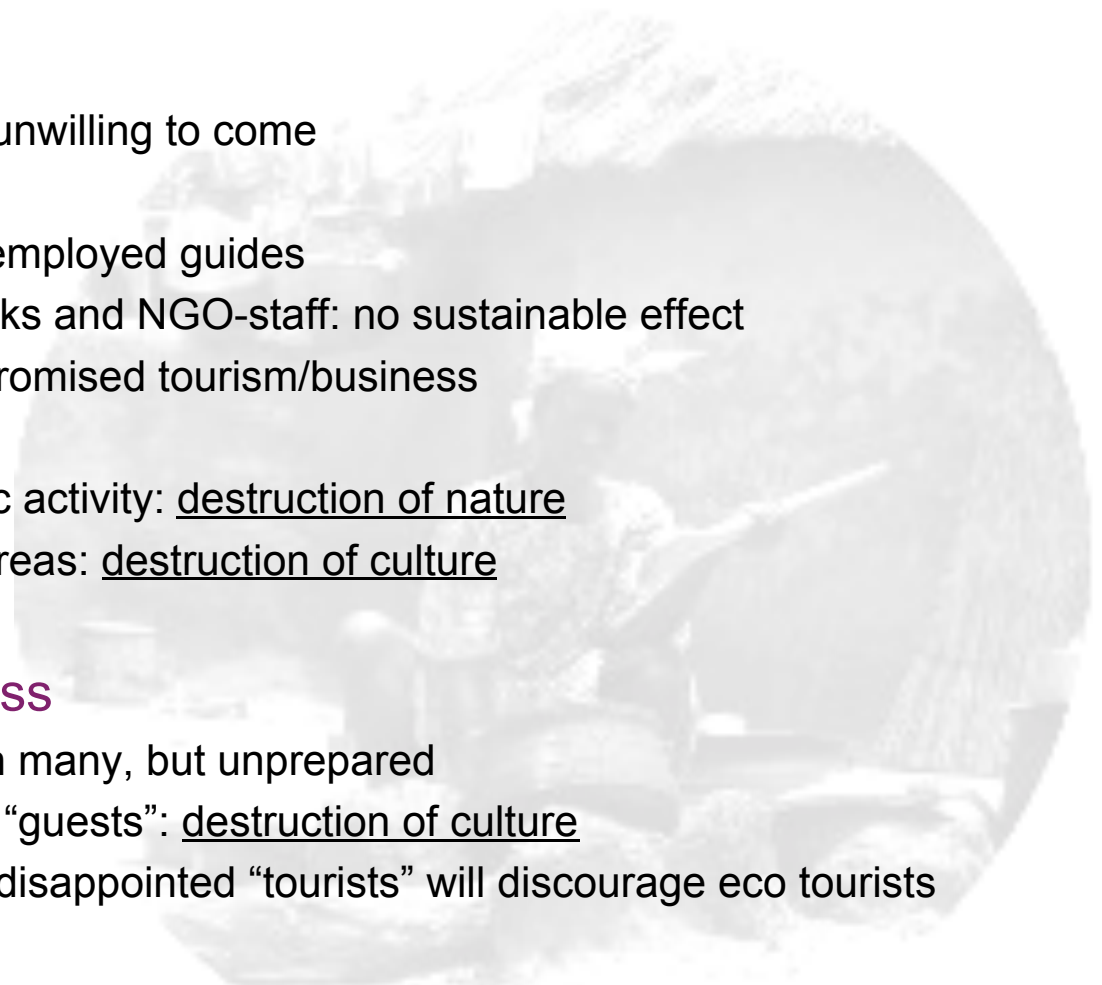
- **Lack of success**

- Travellers unaware/unwilling to come
- Empty guesthouses
- Well trained, but unemployed guides
- Money spent on bricks and NGO-staff: no sustainable effect
- Disappointment of promised tourism/business
- Poverty
- Alternative economic activity: destruction of nature
- Migration to urban areas: destruction of culture



- **Destroyed by success**

- Travellers come with many, but unprepared
- “Tourists” instead of “guests”: destruction of culture
- Mismatch in needs: disappointed “tourists” will discourage eco tourists





Our proven answer for Ghana:

As a pilot we developed and executed a strategy to acquire launching customers for Ghana CBT and to seed sustainable promotional and educational stimuli in the travel community to visit Ghana CBT.

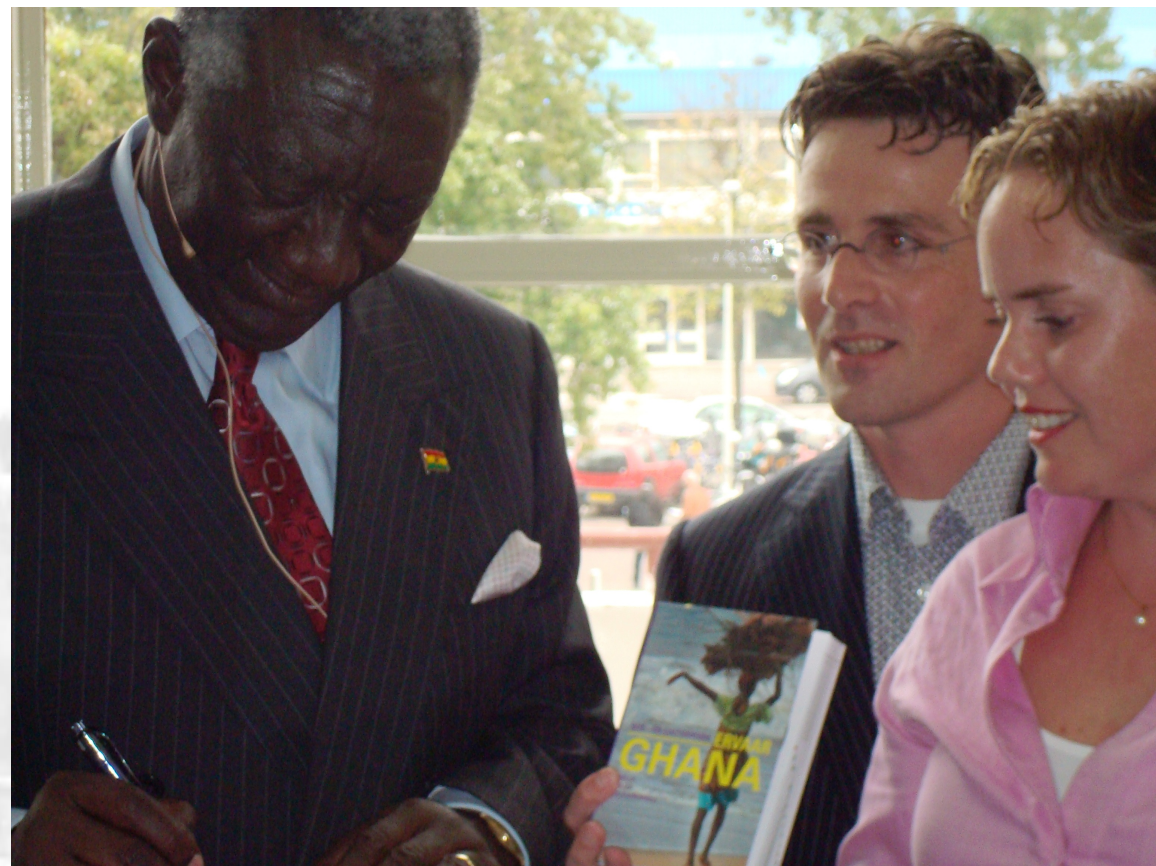


- **“Experience Ghana⁽¹⁾” a colourful and high-end guide on Ghana**
 - Ghana finally present in the bookstores, travel community and libraries
 - Travel guide and culture guide
 - Focus on potential travellers, instead of travellers: much bigger audience
 - Quality of guide leapfrogged competition, killing prejudices on developing countries
 - 2500 copies sold within the first year, making it a best seller in its league
 - Having a book will yield stimuli for at least 5 years.
- **“Experience Ghana(1) – the movie” a road movie showing CBT**
 - Professionally made, 8 episodes, 90 minutes
 - Shown on Belgian TV, to be seen on internet as well
 - Sold on DVD, package deal with book
 - Effective extra way to tell the story of ‘Experience Ghana’ & CBT
- **Media-exposure “Experience Ghana” creates free publicity:**
 - Articles in important newspapers (GPD, Metro, De Pers, De Standaard)
 - Idem for magazines
 - Idem for e-zines and websites in the travel community
- **“Ghana Tourism Information⁽²⁾”: give the country a representation**
 - Press is calling us instead of we calling the press (national TV and radio)
 - Invitations from universities to give lectures
 - Potential travellers appreciate independent, native advice
 - Provide Ghana Tourist Board and others Ghanaian organizations with local knowledge and local support activities, including feedback
- **Not just promotion. We educate travellers/readers as well**

(1) In Dutch: “Ervaar Ghana” (2) In Dutch: “Ghana Verkeersbureau”

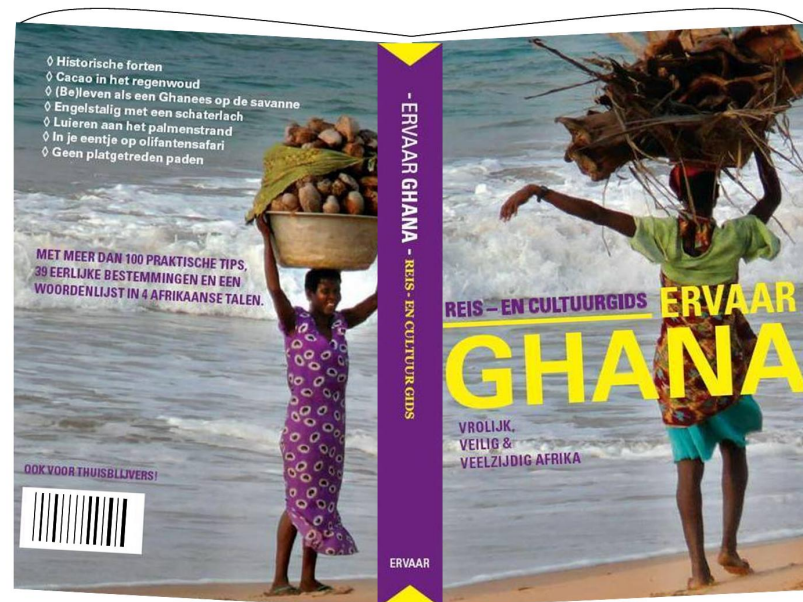
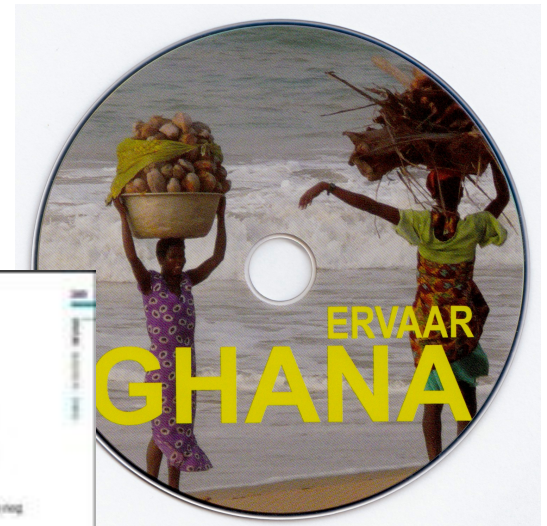


Our partners at national level:



**NATURE
CONSERVATION
RESEARCH CENTRE**
*Conserving the Environment;
Developing Communities.*







Eco-toerisme in plaats van ontwikkelingshulp Ghana

West-Afrikaanse landen zoals Ghana hebben een bijzondere en historische band met onze noorderburen. Tegelijkertijd proberen men het land meer te promoten, ook als eco-toeristische bestemming. Daarom opende in Nederland een nieuw reisbureau voor Ghana en verscheen tegelijk de eerste Nederlandstalige reisgids: *Ervaar Ghana* (400 pagina's). Daarin vind je niet alleen praktische reisgegevens, er wordt ook ingegaan op de historische relaties tussen Nederland en Ghana.

www.ghana-reisbureau.nl

Mooi en veilig Ghana in de schijnwerpers

Ghana is een land waar je veilig en met een goed gevoel kunt reizen. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

Ghana in de kijker

Het West-Afrikaanse land Ghana heeft een bijzondere en historische band met onze noorderburen. Tegelijkertijd proberen men het land meer te promoten, ook als eco-toeristische bestemming. Daarom opende in Nederland een nieuw reisbureau voor Ghana en verscheen tegelijk de eerste Nederlandstalige reisgids: *Ervaar Ghana* (400 pagina's). Daarin vind je niet alleen praktische reisgegevens, er wordt ook ingegaan op de historische relaties tussen Nederland en Ghana.

www.ghana-reisbureau.nl

Ghana parel in Afrika

Een van de mooiste landen ter wereld is Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

SamenWerk

Een van de mooiste landen ter wereld is Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

Reisgids GOEDDOEN IN GHANA

Doe het goede in Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

Nederlanders worden steeds meer actief betrokken bij een project in een ontwikkelingsland

Een van de mooiste landen ter wereld is Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

Ghana ontdekken

Een van de mooiste landen ter wereld is Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

Leer van Ghana!

Een van de mooiste landen ter wereld is Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.

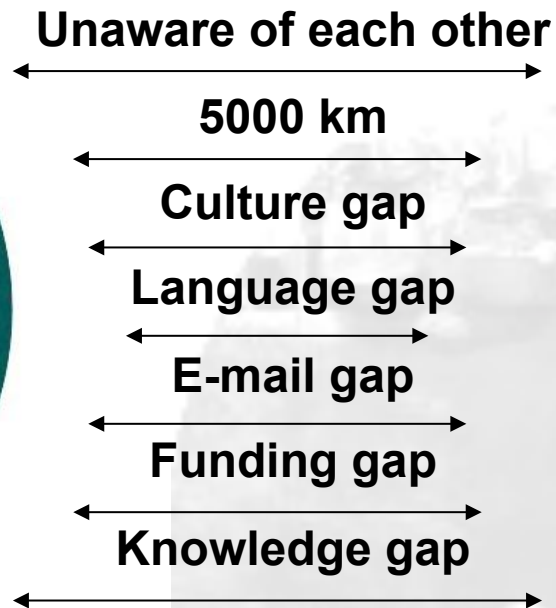
FEITEN

Een van de mooiste landen ter wereld is Ghana. Het land is rijk aan natuur, cultuur en historie. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites. Het is een land waar je kunt genieten van de prachtige natuur, de rijke cultuur en de historische sites.



The trade barrier:

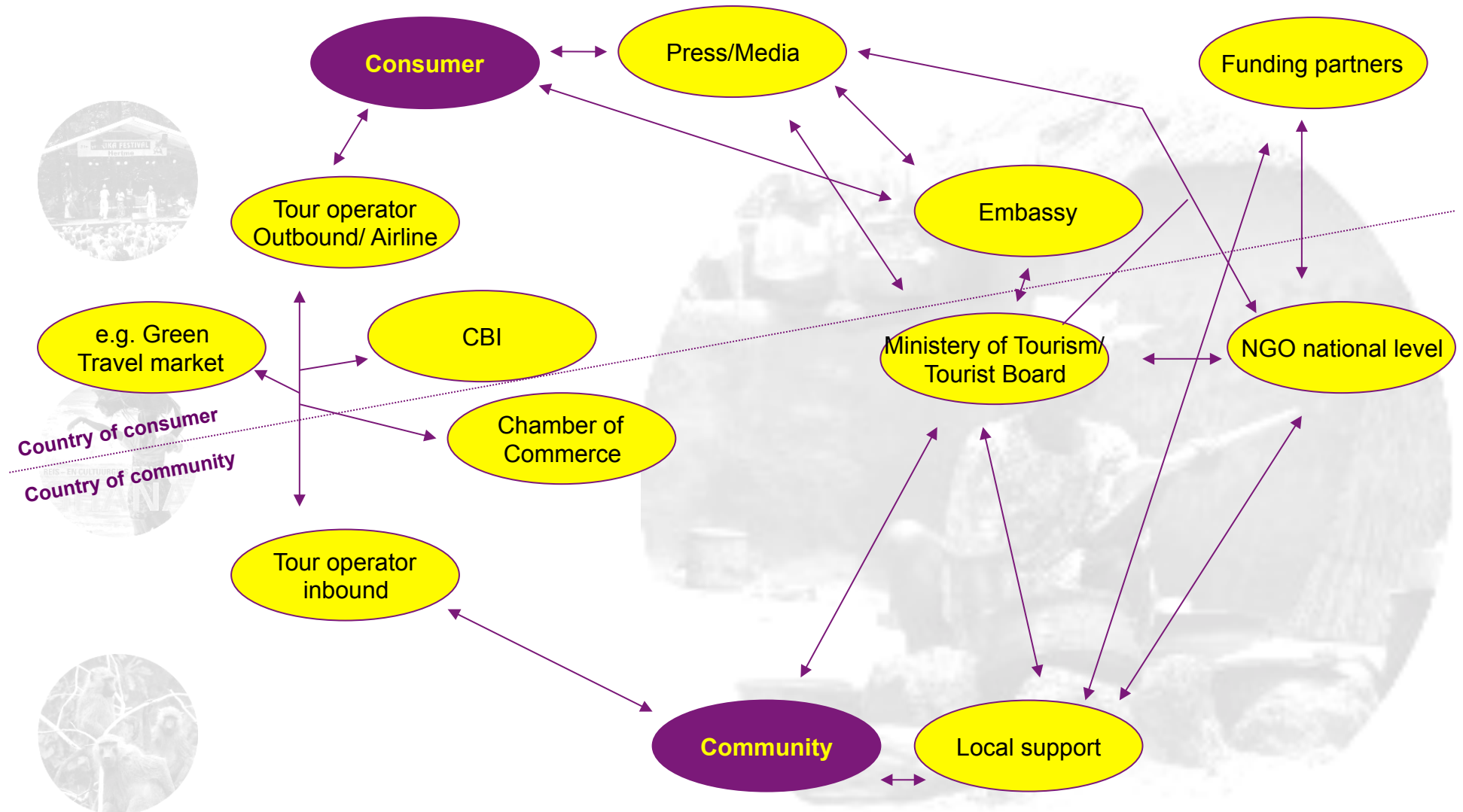
Consumers and Communities are in many perspectives far away





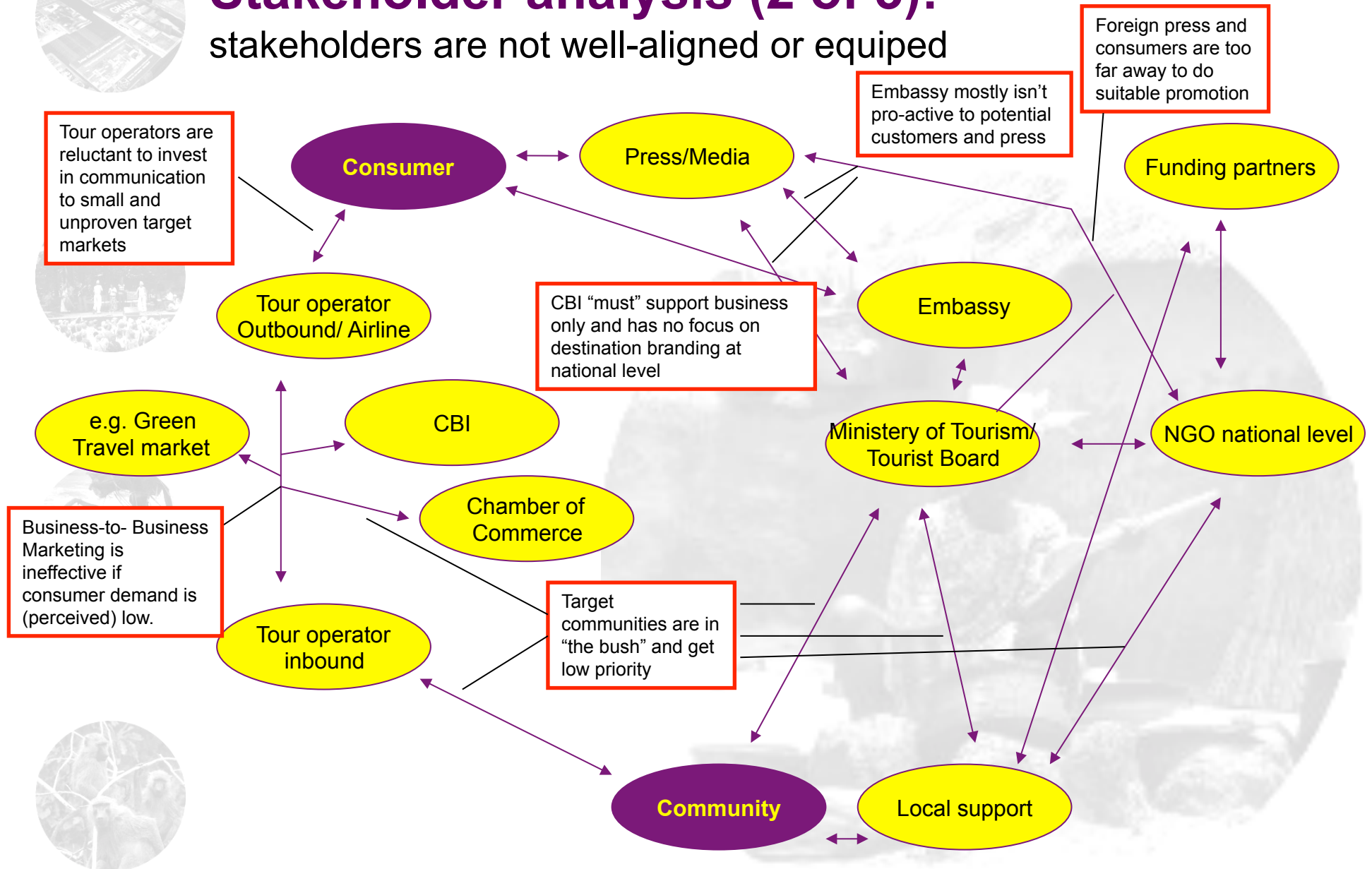
Stakeholder analysis (1 of 3):

Consumers and Communities are in many perspectives far away





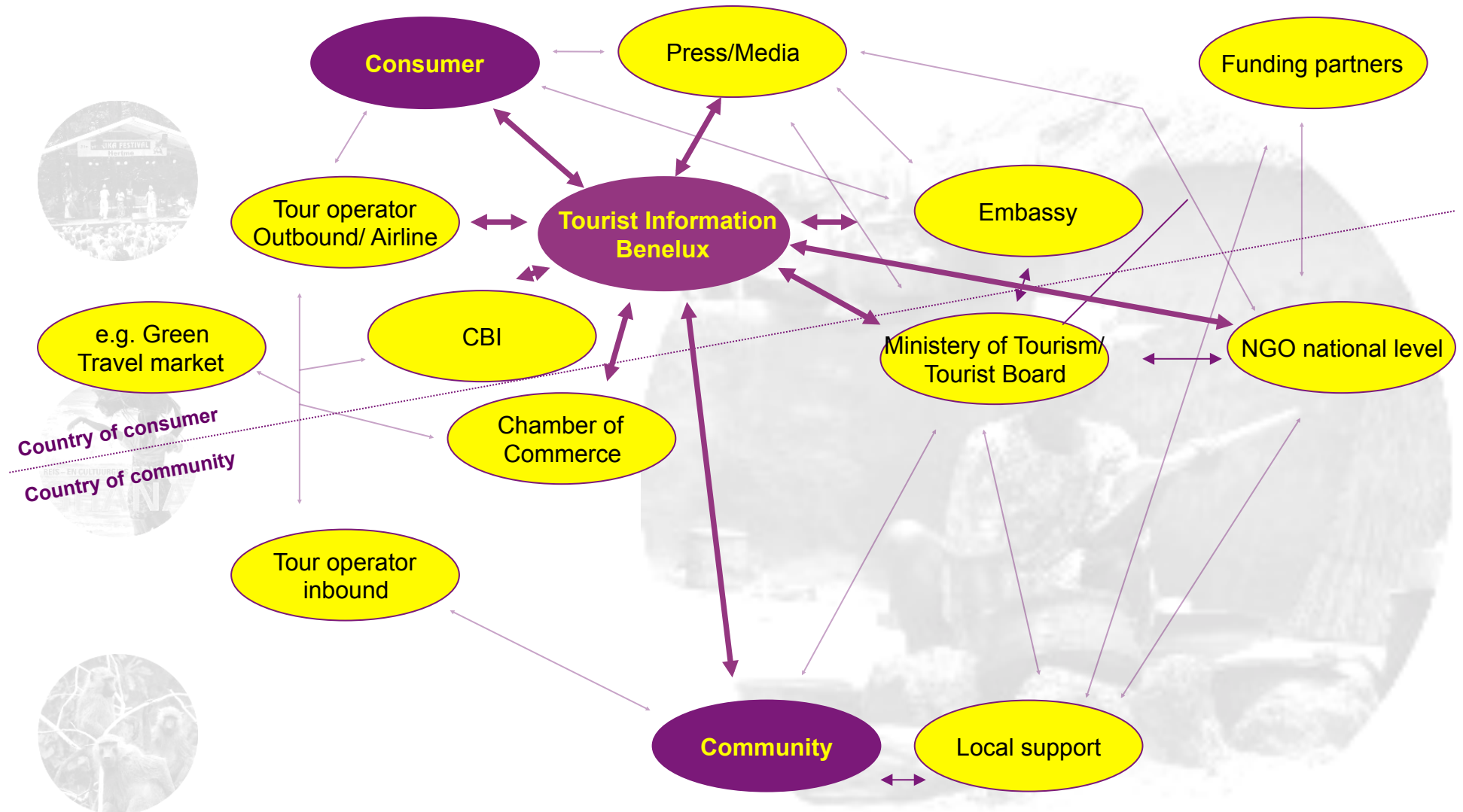
Stakeholder analysis (2 of 3): stakeholders are not well-aligned or equipped





Stakeholder analysis (3 of 3):

Local representation to fill the gap.





Our conclusions:

- Our approach is having results. CBT in Ghana report a substantial increase in Dutch and Belgium visitors.
- Representation abroad, local knowledge of target consumers and feeling with CBT is the only way to market a “difficult product” like CBT.
- For the casestudy Ghana: despite many projects and well funded programs, sustainable promotion for CBT is not organized. Promotional investments seems to be ad-hoc and too slow.
- For the casestudy Ghana: GTB/MoT, NCRC, SNV are reluctant or incapable to share strategies and plans. This is counter productive in the field of promotion / image building
- Our approach and results attract attention of many in the field of CBT and tourism. We are told to be unique in our capacity to bridge the gap between CBT-”product development” and the target travel-community.





Next step:

We want to create leverage on our pilot for Ghana by broaden the CBT Tourist Information to other countries.



CBT Tourist Information

Schoolstraat 1F41

7412 VP Deventer

The Netherlands

W: www.ghana-verkeersbureau.nl

T: +31 6 505 201 76

E: info@ghana-verkeersbureau.nl