



Eye For Others

Touch people,
touch hearts:

*Reizen met
een hart*

Een onderzoek naar hoe Stichting Eye For Others de mogelijkheden die Ritchie en haar gemeenschap biedt, kan inzetten voor de ontwikkeling van een nieuw toeristisch product.



Sasha van de Kamp

Saxion University of Applied Sciences



Touch



Teach



Together

Touch people, touch hearts

Een onderzoek naar hoe Stichting Eye For Others de mogelijkheden die Ritchie en haar gemeenschap biedt, kan inzetten voor de ontwikkeling van een nieuw toeristisch product.

Deventer, 2018

Thesis Proposal Defence, Sasha van de Kamp

Student nummer:	353042
Opleiding:	Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs
Organisatie:	Saxion University of Applied Sciences
Eerste examiner:	Dhr. A. van Es
Tweede examiner:	Dhr. M. van het Bolscher
Opdrachtgever:	Ton van der Smit, Stichting Eye For Others

Kom
verder



Verklaring eigen werk

Ik verklaar hierbij dat ik:

- volledig op de hoogte ben van de beoordelingscriteria van de toets Thesis W;
- alle Thesis W gerelateerde inspanning die nodig is om te voldoen aan deze criteria individueel heb verricht;
- geen hulp heb gehad van een tweede persoon, anders dan de door HBS aangeboden begeleiding.

Naam: Sasha van de Kamp

Datum: 18-06-2018

Handtekening:

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Sasha van de Kamp", enclosed within a large, loopy oval stroke.

Voorwoord

Beste lezer,

Voor mijn afstuderen aan de opleiding Hoger Toeristisch en Recreatief Onderwijs aan Saxion University of Applied Sciences te Deventer, heb ik dit thesisrapport geschreven. Dit rapport valt onder de toets 'Thesis (W)'. Voor Stichting Eye For Others is er onderzoek gedaan naar hoe Stichting Eye For Others de mogelijkheden die Ritchie en haar gemeenschap biedt, kan inzetten voor de ontwikkeling van een nieuw toeristisch product.

Allereerst wil ik graag Dustin Bos bedanken voor zijn geloof in mij en alle inzet en steun tijdens het proces. Ook wil ik graag Ton van der Smit en Antoinette Knapen bedanken voor het toevertrouwen van dit onderzoek en de prettige samenwerking. Daarnaast wil ik mijn begeleiders vanuit Saxion, Arjo van Es, Yvonne van Klaarbergen en Sandra Borghuis, graag bedanken voor alle feedback en adviezen. Niet te vergeten Frank Stiksma van Smart Solutions die in Zuid-Afrika mij advies heeft gegeven met betrekking tot de thesis.

In het bijzonder wil ik iedereen van de gemeenschap bedanken die mij hebben geholpen, opgevangen en met wie ik deze bijzondere ervaring mocht delen: Klaas, Irene, Dashia, Joya, Zsazsa, Victor, Daniëlle, Zayin, Marley, Irma, Niel, Toby, Natasha, Heinrich, Razan, Vicky, Mr. Brown, Wiekes, Elbie, Jaco, Christelle, Jopie, Rampie, Kobus, Marleen, Jolene, André en Jean.

Tot slot wil ik mijn familie bedanken voor alle woorden die mij steun hebben gegeven.

Sasha van de Kamp

Apeldoorn, 17 juni 2018

Managementsamenvatting

Dit adviesrapport is een onderzoek naar hoe Stichting Eye For Others de mogelijkheden die Ritchie en haar gemeenschap biedt, kan inzetten voor de ontwikkeling van een nieuw toeristisch product.

Het probleem is dat Ritchie momenteel niet toeristisch aantrekkelijk is en zich nog niet op het toerisme richt. Doordat het nog weinig toeristen trekt, is de gemeenschap hier ook nog niet op ingesteld. Het is nog onduidelijk wat Ritchie te bieden heeft en hoe de gemeenschap tegenover **toerisme staat**. Tevens weet SEFO niet welke elementen nodig zijn om ervoor te zorgen dat Ritchie toeristisch aantrekkelijk wordt voor het type toerist, community based toeristen, die zij **wil** aanspreken. Uit de probleemstelling komt naar voren dat Ritchie toeristisch nog niet aantrekkelijk is. Om hier een oplossing voor te vinden, wordt er gekeken naar wat de potentie is van Ritchie en haar gemeenschap. Vanuit deze potentie kan er gekeken worden naar de mogelijkheden voor het ontwikkelen van een nieuw toeristisch product. De volgende managementvraag is opgesteld:

Hoe kan stichting Eye For Others de mogelijkheden van Ritchie en haar gemeenschap inzetten om zo een nieuw toeristisch product te ontwikkelen?

De doelstelling van het onderzoek is om mede dankzij de gemeenschap van Ritchie inzicht te krijgen in wat Ritchie en haar gemeenschap aan mogelijkheden heeft ten opzichte van toerisme, om dat vervolgens in te zetten voor een nieuw toeristisch product. Daarnaast wordt duidelijk wie de doelgroep is en welke activiteiten bij hen **passen**. De volgende hoofd- en deelvragen zijn opgesteld om de eerder genoemde managementvraag te beantwoorden:

Hoofdvraag 1. Wat is community based toerisme?

- a. Wie is de community based toerist?
- b. Welke activiteiten onderneemt de community based toerist?

Hoofdvraag 2. Wat zijn de kernkwaliteiten van Ritchie?

Hoofdvraag 3. Welke toeristische aspecten binnen de kernkwaliteiten van Ritchie is de gemeenschap bereid om (verder) te ontwikkelen?

Hoofdvraag 4. Hoe passen vergelijkbare bestemmingen community based toerisme toe?

Voor dit onderzoek is er gekeken naar twee verschillende kernbegrippen: toeristische productontwikkeling en community based toerisme. Deze kernbegrippen zijn voortgekomen uit het managementvraagstuk en zijn daarom van belang voor dit onderzoek en het advies. De uitkomsten zijn te lezen in het theoretische kader.

Voor dit onderzoek is er gekozen voor een kwalitatief onderzoek. Hoofdvraag één met bijbehorende deelvragen, hoofdvraag twee en hoofdvraag vier zijn beantwoord door middel van deskresearch, secundaire analyse. Hoofdvraag drie is beantwoord door middel van een brainstormsessie met zes inwoners en vier interviews, waarbij geluidsopnames zijn gemaakt. Vraag twee is aangevuld vanuit het veldonderzoek. **Voor de** brainstormsessie is een draaiboek en voor de interviews is een interviewgide opgesteld. De opnames zijn getranscribeerd en gecodeerd. De onderzoekseenheden zijn bepaald door middel van doelgerichte steekproeftrekking. **De belangrijkste resultaten die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen zijn:**

- Community based toerisme is een vorm van duurzaam toerisme, dat **wordt onderhouden en wordt gemanaged** door de gemeenschap. De gemeenschap staat bij deze **vorm van toerisme**

centraal en heeft een nauwe betrokkenheid met de toerist. Bij het ontwikkelen, uitvoeren en onderhouden van het toeristische product wordt er rekening gehouden met het economische, sociale en ecologische welzijn van de lokale gemeenschap en is er het doel deze aspecten te bevorderen.

- De CBT toerist is iemand die goed opgeleid is, relatief een hoger inkomen en meer reiservaring heeft. Onder CBT toeristen vallen twee groepen, de 'hard' CBT reiziger en de 'soft' CBT reiziger. Het belangrijkste voor de CBT toerist is dat de activiteiten betrekking hebben op de lokale cultuur, etnische leefstijl, ecologie en geschiedenis. De toerist is op zoek naar activiteiten die de benoemde aspecten naar voren brengen. Ook willen ze deze aspecten terugzien in de accommodatie en faciliteiten.
- Uit het veldonderzoek is gebleken dat de volgende aspecten kernkwaliteiten zijn van Ritchie: 1. De gemeenschap, 2. De culturen, 3. Het geloof (Christendom), 4. Ecologie (wild-life en natuur), 5. Geschiedenis. Bij de deskresearch is voornamelijk praktische informatie naar voren gekomen. Zo zijn 61,6% inwoners tussen de 15 en 65 jaar en hebben daarmee de leeftijd om te mogen werken. Er ligt één nationaal park in de buurt, er is één museum op rij afstand, er zijn meerdere boerderijen om Ritchie heen, twee rivieren, zes accommodatie mogelijkheden, één restaurant nabij en één restaurant in Ritchie, een afhaalrestaurant en kleine supermarkten. Tot slot is Ritchie een dorp waar vele culturen samenkomen en heeft het Christendom het grootste aandeel in het geloof.
- De volgende kernkwaliteiten worden benoemd in het veldonderzoek om te ontwikkelen:
 - o **Cultuur:** De volgende aspecten worden genoemd: traditionele maaltijden, traditionele kleding, souvenirs, levensstijl, huisvesting, culturele dansen en muziek, traditionele activiteiten (bijvoorbeeld straatspelen).
 - o **Geschiedenis:** Elke cultuur heeft zijn eigen geschiedenis, evenals dat het gebied een eigen geschiedenis heeft. Er zijn meerdere tastbare overblijfselen van de geschiedenis van Ritchie. Deze zouden ze ook graag willen opknappen en meenemen in het toeristische product. Daarnaast heeft de Boerenoorlog zich in dat gebied afgespeeld, waarvan meerdere overblijfselen te vinden zijn.
 - o **Ecologie:** Er zijn mogelijkheden voor het ontwikkelen van verschillende tours waarbij de wild-life en flora en fauna van Ritchie tentoongesteld kunnen worden.
 - o **Accommodatie:** Er is nog weinig accommodatie te vinden in Ritchie. Er is gesproken over mogelijkheden van het ontwikkelen en/of gebruik maken van: shanties, windy huizen, modderhuizen, shacks, bed en breakfast, lodges, legertenten en kampeerplekken.
 - o **Training en scholing:** Om vaardigheden verder te ontwikkelen zijn trainingen nodig.
- Er is gekeken naar vier vergelijkbare bestemmingen en hoe zij CBT hebben ingezet. Er is gebleken dat alle vier de bestemmingen het dicht bij de lokale bevolking en lokale gebruiken hebben gehouden. Er is de mogelijkheid ontwikkeld om de toeristen te laten verblijven bij iemand uit de gemeenschap, deze wijze van accommodatie wordt hier ook wel home stay genoemd. Alle bestemmingen bieden verschillende lokale activiteiten en tours aan. Bij alle bestemmingen is er meer werkgelegenheid gecreëerd voor de lokale bevolking en zijn zij degenen die de toerisme activiteiten uitvoeren en managen. Bij twee bestemmingen zijn er NGO's die hierbij helpen en er zijn twee bestemmingen die het volledig zelf doen vanuit de gemeenschap. Drie van de vier bestemmingen kozen om op het toerisme in te spelen, omdat

ze dicht bij andere toeristisch aantrekkelijke locaties liggen. Alle opbrengsten komen ten goede aan de gemeenschap door dit weer te investeren in verdere ontwikkeling, naast dat het voor een inkomen voor de inwoners zorgt. Aspecten die genoemd worden ter aanbod: excursies en tours, gidsen, culturele nalatenschap, winkeltjes, geschiedenis, tradities, cultuur, rurale levensstijl, hiken, fietsen en klimmen.

Op basis van de genoemde resultaten wordt er geadviseerd om een toeristisch product te creëren waarbij de culturen, geschiedenis en ecologie uit Ritchie centraal staan, door middel van het opzetten van een toerismecommissie binnen de gemeenschap onder begeleiding van Stichting Eye For Others. De doelgroep die hierbij wordt aangesproken is de 'hard' CBT reiziger. Het toeristische product zal bestaan uit een dag-tour per onderdeel. De toerisme commissie heeft de verantwoordelijkheid dit op te zetten met behulp van de uitgewerkte PDCA-cyclus. SEFO neemt hierbij de rol in als adviseur en helpt vanuit haar netwerk. Om dit te bereiken moet er eerst een commissie worden opgezet, die vervolgens de acties bespreekt en uitwerkt die uit het advies zijn gekomen. Daarna worden de acties uitgevoerd en de stakeholders vastgesteld en verworven. Om de voortgang goed in de gaten te houden worden er overleggen gehouden, waarbij dit besproken wordt. Na deze overleggen worden de verbeterpunten geformuleerd en vervolgens uitgevoerd. De cyclus blijft zo door gaan tot er begonnen kan worden met het testen van het opgezette toeristische product. Daarna kan er een nieuwe PDCA-cyclus worden opgesteld die hierbij van toepassing is.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding	11
1.1	Stichting Eye For Others	11
1.2	Aanleiding en doelstelling	12
1.2.1	Het managementprobleem	12
1.2.2	Adviesdoelstelling	12
1.3	Managementvraag	12
1.3.1	Informatiebehoefte	12
1.3.2	Onderzoeksdoel en onderzoeksvragen	13
1.4	Leeswijzer	13
2.	Theoretisch kader	14
2.1	Zoekmethode	14
2.2	Definities van de kernbegrippen	14
2.2.1	Toeristische productontwikkeling	14
2.2.2	Community based toerisme	17
2.3	Operationalisering kernbegrippen	19
3.	Methodologische verantwoording	20
3.1	Onderzoeksstrategie	20
3.2	Waarnemingsmethode	20
3.3	Steekproeftrekking	22
3.4	Data-analyse	22
4.	Deskresearch	24
4.1	Community based toerist	24
4.2	Activiteiten community based toerist	24
4.3	Kernkwaliteiten Ritchie	25
4.4	CBT: vergelijkbare bestemmingen	26
5.	Onderzoeksresultaten	28
5.1	Kernkwaliteiten Ritchie	28
5.2	Ontwikkeling 10 jaar	31

5.2.1	Cultuur, natuur en wild-life	31
5.2.2	Huisvesting	33
5.2.3	Transport	33
5.2.4	Faciliteiten.....	34
5.2.5	Onderhoud en management	34
5.2.6	Stakeholders	35
5.2.7	Benodigheden	35
5.2.8	Doelen	37
6.	Conclusie.....	38
6.1	Community based toerisme.....	38
6.2	Kernkwaliteiten Ritchie	38
6.3	Toeristische aspecten ontwikkelen	38
6.4	CBT: vergelijkbare bestemmingen.....	39
7.	Discussie	40
7.1	Betrouwbaarheid	40
7.2	Validiteit	40
8.	Advies.....	42
8.1	Adviesopties	42
8.2	Afwegingen adviesopties	45
8.3	Implementatieplan	46
8.4	Financiële consequenties.....	49
	Nawoord	52
	Bibliografie.....	55
	Bijlage	58
	Bijlage I: Overzicht AAOCC-criteria	58
	Bijlage II: Zoekproces.....	59
	Bijlage III: The Generic Tourism Product.....	61
	Bijlage IV: Stakeholder Analyse Matrix.....	62
	Bijlage V: Operationalisering kernbegrippen.....	63

Bijlage VI: Overzicht gekozen onderzoeksstrategie.....	67
Bijlage VII: Interviewguide.....	68
Bijlage VIII: Draaiboek brainstormsessie.....	70
Bijlage IX: Overzicht soort community based toerist.....	75
Bijlage X: Tabel voorbeeld CBT accommodatie, activiteiten en attracties	76
Bijlage XI: Destinatie mix Ritchie.....	77
Bijlage XII: Transcript met codering	82
Bijlage XIII: Codeboom.....	91
Bijlage XIV: Potjie kos	94
Bijlage XV: Wendy house.....	95
Bijlage XVI: Sacred geometry gardening	96
Bijlage XVII: Onderbouwing scores adviesopties.....	97
Bijlage XVIII: PDCA-cyclus uitleg	99

1. Inleiding

1.1 Stichting Eye For Others

Stichting Eye For Others, vanaf nu benoemd als SEFO, is opgericht door Ton van der Smit in 2015 met het doel om kinderen te helpen in Zuid-Afrika. Deze kinderen hebben geen ouders meer, leven op straat, hebben een beperking, leven in achterstandsgebieden en/of hebben mentaal zware gezinsomstandigheden. Tevens richt SEFO zich op de eveneens in moeilijk omstandigheden levende moeders, grootmoeders en zorggevers. SEFO hanteert het SHE-first beleid, dit wil zeggen dat safety (veiligheid), health (gezondheid) en environment (omgeving) voorop staan bij de medewerkers en de mensen voor wie SEFO zich inzet.

De projecten die SEFO aanneemt, komen voort uit aanvragen van lokale partners en bestaan voornamelijk uit kinderprojecten en bouwprojecten. Zodra er een project is waar hulp bij nodig is, kan SEFO worden ingeschakeld. Zij zorgen ervoor dat binnen het project doelen worden behaald. Dit doen ze door het project in deelprojecten te verdelen (Eye For Others, n.b.). Zodra een deelproject gekozen is om mee te gaan werken probeert SEFO, **door samen met de lokale bevolking de juiste mankracht in te brengen**, het gestelde doel te behalen. Op deze manier leert de gemeenschap over de benodigde vakmanschap. Daarbij geeft de gemeenschap de mogelijkheid iets te leren over de Zuid-Afrikaanse cultuur en levensstijl. Deze manier van werken noemt SEFO 'Circulaire Ontwikkelings Versterking'. Beide partijen ontwikkelen zichzelf door elkaar te helpen, zodat hier in de toekomst ook profijt van is (Smit, 2017).

Een project waar SEFO bij betrokken is, is Project Ritchie, vernoemd naar de plaatsnaam waar het project zich op richt. Onder project Ritchie vallen meerdere (kleinere) projecten die ze daar uitvoeren. Zo kregen SEFO en een partner van hun, Miracle of the Heart, de mogelijkheid voor een leasecontract van 30 jaar van een oude school met bijbehorende grond. Miracle of the Heart is een stichting in Zuid-Afrika. Miracle of the Heart werkt, net als SEFO, op basis van projectaanvragen. Het leasecontract hebben ze aangenomen om alles te verbouwen en te renoveren met behulp van vrijwilligers en de bewoners. Dit was de start van het Regenboog Project. Dit project heeft als doel kinderen een betere plek te verschaffen voor het verbeteren van hun ontwikkeling. Het gebouw biedt veel kansen en mogelijkheden voor de toekomst om andere projecten te starten, die ten goede kunnen komen voor de kinderen. Zo heeft SEFO samen met de Politieacademie en de lokale bevolking een buurtwacht opgezet, waarvan het kantoor zich in het gebouw van het Regenboog Project gaat bevinden. Ook is SEFO een sportplein aan het ontwikkelen dat zich bij het gebouw bevindt en worden er voorzieningen geplaatst voor de gehandicapten. Tevens heeft SEFO zich bezig gehouden met het opknappen van shacks in de omgeving en elektriciteitsvoorzieningen (Stichting Eye For Others, n.b.). Het uiteindelijke doel is om Ritchie zo ver te krijgen dat het zichzelf verder blijft ontwikkelen en niet meer afhankelijk is van de kennis en inzet van SEFO (Smit, 2017).

1.2 Aanleiding en doelstelling

SEFO beschrijft in de missie en visie haar wens om (jonge) mensen in contact te brengen met elkaar door middel van 'Circulaire Ontwikkeling Versterking'. Het doel is om de Westerse en Afrikaanse wereld elkaar te laten versterken en het creëren van bewustwording. Een ander doel is om meer begrip en inzicht te creëren voor de verantwoordelijkheid die er zou moeten zijn voor elkaar. Tevens is er het doel om de integratie te versterken van samenwerking tussen blank en zwart (Eye For Others, n.b.). Om dit resultaat te kunnen behalen in combinatie met de verdere ontwikkeling van Ritchie, wil SEFO graag de toeristische branche erbij betrekken. SEFO ziet graag Ritchie toeristisch aantrekkelijk worden op een manier die voordelig is voor de gemeenschap en voor de toeristen. Hierin moet terugkomen dat er sprake is van 'Circulaire Ontwikkelings Versterking'. Door op die manier de toeristische branche te betrekken hoopt SEFO dat het naast kennis, ook economische voordelen zal opleveren voor de gemeenschap. Met deze economische voordelen kunnen ze zichzelf weer verder ontwikkelen, waardoor het uiteindelijke doel van SEFO voor project Ritchie behaald kan worden.

1.2.1 Het managementprobleem

Het probleem is dat Ritchie momenteel niet toeristisch aantrekkelijk is en zich nog niet op het toerisme richt. Doordat er nog weinig toeristen worden getrokken, is de gemeenschap hier ook nog niet op ingesteld. Het is nog onduidelijk wat Ritchie te bieden heeft en hoe de gemeenschap tegenover toerisme staat. Tevens weet SEFO niet welke elementen nodig zijn om ervoor te zorgen dat Ritchie toeristisch aantrekkelijk wordt voor het type toerist, community based toeristen, die zij willen aanspreken (Smit, 2017).

1.2.2 Adviesdoelstelling

Het doel van het advies is een nieuw toeristisch product te creëren, waarin de potentie van Ritchie en haar gemeenschap ingezet worden, om daarmee community based toerisme aan te trekken.

1.3 Managementvraag

Uit de probleemstelling komt naar voren dat Ritchie toeristisch nog niet aantrekkelijk is. Om hier een oplossing voor te vinden, wordt er gekeken naar wat de potentie is van Ritchie en haar gemeenschap. Vanuit deze potentie kan er gekeken worden naar de mogelijkheden voor het ontwikkelen van een nieuw toeristisch product. De volgende managementvraag is opgesteld:

Hoe kan stichting Eye For Others de mogelijkheden van Ritchie en haar gemeenschap inzetten om zo een nieuw toeristisch product te ontwikkelen?

1.3.1 Informatiebehoefte

Voor het beantwoorden van het managementvraagstuk is het van belang om eerst te begrijpen wat toeristische productontwikkeling inhoudt en welke aspecten daarin horen terug te komen. Dit zal ervoor zorgen dat er naar die aspecten gezocht kan worden bij Ritchie en haar gemeenschap. Een ander begrip waar definitie en uitleg nodig is, is community based toerisme. Dit is het soort toerisme waar Stichting Eye For Others zich op wil richten. Door deze begrippen en aspecten te combineren kan er gekeken worden naar wat er vanuit Ritchie beschikbaar is en wat er vervolgens bij het toeristische product kan worden betrokken. Ook zal uitwijzen wat Ritchie juist nog mist. Er zal dus onderzoek

moeten worden gedaan in Ritchie. Hier zal worden gekeken naar wat Ritchie en haar gemeenschap te bieden heeft. Daarnaast wordt er gekeken naar welke van deze toeristische aspecten de gemeenschap bereid is om (verder) te ontwikkelen. Er moet rekening gehouden worden met de doelgroep en welke criteria community based toerisme heeft. Met deze informatie kan vergeleken worden of het overeenkomt met het aanbod van Ritchie. Tot slot wordt er gezocht naar eerdere ervaringen bij overeenkomende community based toerisme locaties. Zodra deze vragen beantwoord zijn, kan er een advies worden gegeven op de managementvraag, waarbij rekening wordt gehouden met Ritchie, haar gemeenschap en de doelgroep.

1.3.2 Onderzoeksdoel en onderzoeksvragen

De doelstelling van het onderzoek is om mede dankzij de gemeenschap van Ritchie inzicht te krijgen in wat Ritchie en haar gemeenschap aan mogelijkheden heeft ten opzichte van toerisme. Dit kan vervolgens worden ingezet voor een nieuw toeristisch product. Daarnaast wordt duidelijk wie de doelgroep is en aan welke activiteiten zij voorkeur geeft. Tot slot wordt er gekeken naar hoe vergelijkbare bestemmingen community based toerisme hebben toegepast.

Hoofdvraag 1. Wat is community based toerisme?

- a. Wie is de community based toerist?
- b. Welke activiteiten onderneemt de community based toerist?

Hoofdvraag 2. Wat zijn de kernkwaliteiten van Ritchie?

Hoofdvraag 3. Welke toeristische aspecten binnen de kernkwaliteiten van Ritchie is de gemeenschap bereid om (verder) te ontwikkelen?

Hoofdvraag 4. Hoe passen vergelijkbare bestemmingen community based toerisme toe?

1.4 Leeswijzer

Dit thesisrapport bestaat uit verschillende hoofdstukken. Hoofdstuk twee gaat over het theoretische kader waar community based toerisme en toeristische productontwikkeling centraal staan. De zoekmethode wordt uitgelegd en er is een operationalisering gemaakt van de kernbegrippen welke verwerkt zijn in een boomdiagram. Hoofdstuk drie bespreekt de onderzoeksmethoden. Er wordt besproken wat de onderzoeksstrategie is, welke waarnemingsmethode gebruikt is, beschrijving van de steekproeftrekking en de analysetechnieken. In hoofdstuk vier zijn de resultaten van het deskresearch te lezen. De veldonderzoeksresultaten zijn te vinden in hoofdstuk vijf. Hoofdstuk zes beschrijft de conclusie die getrokken is uit de onderzoeksresultaten, waarmee antwoord gegeven wordt op de onderzoeksvragen. In hoofdstuk zeven staat de validiteit en betrouwbaarheid ter discussie. Tot slot worden er in hoofdstuk acht adviesopties gegeven, waaruit na een afweging een advies uitgewerkt wordt door middel van een PDCA-cyclus. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een beschrijving van de financiële consequenties.

2. Theoretisch kader

2.1 Zoekmethode

Voor dit onderzoek wordt er gekeken naar twee verschillende kernbegrippen: toeristische productontwikkeling en community based toerisme. Deze kernbegrippen zijn voortgekomen uit het managementvraagstuk en zijn daarmee van belang voor dit onderzoek en het te volgen advies.

Met behulp van de AAOC-criteria wordt er gekeken of de onderzoeksresultaten betrouwbaar zijn. Onder deze criteria vallen vijf verschillende aandachtspunten. Er wordt dan gekeken naar authority (autoriteit), accuracy (accuraatheid), objectivity (objectiviteit), currency (recentheid) en coverage (dekking) (Bouman, 2017). In bijlage I is in een overzicht per aandachtspunt beschreven waar er naar gekeken wordt.

In bijlage II is een schema te zien, waarin staat welke zoekmachines en zoektermen gebruikt zijn.

2.2 Definities van de kernbegrippen

2.2.1 Toeristische productontwikkeling

Om tot een duidelijke definitie te kunnen komen is er eerst gekeken naar een korte toelichting op toeristisch product. Volgens Sedmak en Kociper (2016) is de uitleg van Vanhove (2005) een van de bekendste betekenissen voor het begrip toeristisch product. Vanhove (2005) zegt namelijk dat het product een reflectie is van de toerist zijn/haar gehele ervaring vanaf het moment dat diegene het huis verlaat totdat diegene weer wedergekeerd is.

Het integrale toeristische product is een set van producten, middelen en services waardoor de toerist de mogelijkheid krijgt voor een complete ervaring (Sedmak & Kociper, 2016). Ook Doncean (2014) beschrijft het toerisme product als een set van services en goederen, om zo een persoon tevreden te stellen over toerisme gerelateerde behoeftes welke plaatsvinden tussen aankomst van bestemming tot aan het vertrek. Morrison (2013) zegt over het toeristische product dat het bestaat uit vier verschillende componenten: fysiek product, mensen, pakketten en programma's. Vanuit een management oogpunt kan het ook worden omschreven als een complex samenhangend servicesysteem (Sedmak & Kociper, 2016).

Om het aankoopgedrag te kunnen verklaren, moeten toeristische activiteiten tot de emoties, fantasie en gevoelens spreken. Bij vele toeristische producten gaat het eerder om de symbolische betekenis, dan de prijs, kwaliteit of tastbare producten (Holbrook & Batra, 1987).

Het is van belang dat de toerist wordt betrokken bij het produceren van het product en niet alleen bij de aflevering ervan, gezien het in het toerisme draait om de ervaring (Smith S. , 1994). Volgens Smith (1994) bestaat het toerisme product uit vijf verschillende elementen: physical plant, service, hospitality, freedom of choice en involvement. In bijlage III is het bijbehorende model te vinden, samen met de uitleg per element. Het belang per element verschilt per product, maar alle toerisme producten moeten ondersteund worden door elk element. Het succes van een toeristisch product ligt in het tegemoetkomen van de verwachtingen van de toerist, welke weer afhankelijk zijn van hoe goed de

elementen zijn toegepast en samenwerken in de productaspecten. Door alle elementen correct toe te passen en er gebruik van te maken, zal er een toeristisch product ontstaan die toeristen bevredigt en die van goede kwaliteit is (Smith S. , 1994).

Het volgende kan volgens Doncean (2014) worden onderverdeeld in productaspecten:

- De nalatenschap van medische, culturele, artistieke, natuurlijke, historische, technologische, architectonische, enzovoort middelen die een fysieke omgeving vormen en een ervaring, attractie of positieve emoties veroorzaken, waardoor de toerist gestimuleerd wordt om te reizen;
- Bepaalde elementen van infrastructuur of voorzieningen die niet direct de toerist stimuleert om te reizen, maar wel invloed hebben op het mogelijk maken van toerisme. Denk hierbij aan hotels, chalets, sport mogelijkheden, restaurants, gasthuizen, vergaderzalen et cetera.
- Gekozen communicatiemiddelen en voertuigen om zo bezienswaardigheden te kunnen bereiken.

Gezien het toeristische product binnen de service categorie valt, zijn het over het algemeen dezelfde kenmerken die terugkomen, namelijk: heterogeniteit, ongrijpbaarheid, gelijktijdigheid van productie en consumptie, betrokkenheid van de klant bij het leveren van het product en tot slot het contact tussen de klant en de leverancier. Naast deze overeenkomsten zijn er ook nog specifieke kenmerken, namelijk de complexiteit ervan en de integratie tussen het socio-economische en geografische milieu. Doncean (2014) vat de conclusie samen en schrijft: '*De complexiteit van het toeristisch product is afgeleid van de veelheid aan componenten, deelnemers en soorten producten.*'.

Binnen toerisme zijn er meerdere categorieën aan stakeholders die belangrijk zijn bij het implementeren en de planning van projecten. Inwoners, toeristen, overheid, concurrentie, actiegroepen, werknemers, lokale bedrijven en onderwijsinstututen behoren tot deze stakeholders waar rekening mee gehouden moet worden (Perl , Durkin, & Lamot, 2014). Perl , Durkin en Lamot (2014) schrijven dat bij toerisme, in tegenstelling tot andere industrieën, het product niet grijpbaar is, dus bestaat uit percepties, relaties, ervaring en de algehele tevredenheid, wat ervoor zorgt dat het van belang is rekening te houden met een grote hoeveelheid stakeholders. Een manier om het inzichtelijk te krijgen wie de stakeholders zijn, is om een Stakeholder Analyse Matrix in te vullen. In bijlage IV is als voorbeeld het model te vinden. De hoeveelheid stakeholders wordt mede bepaald door het aantal bestaande bedrijven die bijdragen aan het leveren van een toeristisch product. Deze bedrijven zitten niet in een organisatie en hebben geen hiërarchie. Wel zijn er binnen de meeste bedrijven onderlinge afspraken. Om ervoor te zorgen dat er geen conflictsituaties ontstaan tussen de bedrijven die bijdragen leveren aan het creëren van een nieuw product, is het van groot belang dat de focus ligt op een stabiele samenkost van elementen. Om dit te kunnen waarborgen moeten betrokken bedrijven en organisaties nauw samenwerken. Specifiek benoemd: eensgezinde doelen van de betrokken partijen en in het leveren van het product, marketing strategieën coördineren, het definiëren en evalueren van de contributie van de stakeholder in de aflevering van het volledige toerisme product, ervoor zorgen dat er zo veel mogelijk positieve emoties aanwezig zijn voor motivatie, verlangen, benodigdheden en goals en tot slot het verzekeren van gezamenlijke medewerking in product positionering op de target markt (Doncean, 2014).

Benur en Bramwell (2015) zeggen **voor wat** betreft de ontwikkeling van het primaire toerisme product: het is complex vanwege de vele verschillende elementen die allemaal in verband worden gebracht met toerisme. De definitie die UNWTO (2011) aanhoudt voor toeristische productontwikkeling is: *“een proces waarbij de aspecten van een specifieke bestemming zijn samengekomen om zo aan de behoeften van nationale en internationale consumenten te voldoen.”*

Over de toeristische productontwikkeling wordt er geschreven dat er twee hoofdaspecten **aan te** pas komen:

1. Het maakt deel uit van een onderling verbonden en uitgebreid proces;
2. Productontwikkeling, marktresearch en marketing is een doorgaand proces. Het ontbreken van een van deze componenten resulteert tot het onder de maat presteren van de bestemming.

Het is van belang te begrijpen dat de toeristische productontwikkeling een groot, samenhangend en doorgaand proces is en niet iets dat op zichzelfstaand **moet worden gezien** (World Tourism Organization (UNWTO), 2011).

Binnen dit onderlinge proces is het behalen van een mix aan toeristische producten dat aan de drie belangrijkste voorwaarden voldoet (economische bijdrage, ecologische preservatie en onderhouden van sociale structuur), evenals het maximaliseren van de uitgaven en tevredenheid van de bezoeker het ultieme doel dat behaald kan worden binnen het ontwikkelen van een toeristisch product. Het doel om te bereiken, is een mix van:

- Grote ontwikkelingen
 - o Bedoelt als aantrekkingskracht naar de bestemming en wordt vervolgens gezien als ‘hub’ waaruit de toeristen zich bewegen en activiteiten ondernemen.
- Clusters en attracties en activiteiten
 - o Dit kan gebaseerd zijn **op** een bepaald thema of een geografisch gebied (World Tourism Organization (UNWTO), 2011).

World Tourism Organization (2011) beschrijft dat elke bestemming uniek is en er verschillende manieren zijn om toeristische productontwikkeling te benaderen. Voor veel gevallen **geldt** dan ook dat de standaard richtlijnen aangepast moeten worden aan de omstandigheden, zo ook voor nieuw opkomende bestemmingen. Een specifieke focus en actierichting is nodig om zo te bepalen wat de beste manier van ontwikkeling is van het toeristische product dat vervolgens aan de gevraagde eisen (economisch, socio- en ecologisch) voldoet en tegelijkertijd een bevredigende ervaring levert aan de toerist. Er zijn meerdere uitdagingen die komen kijken bij nieuw opkomende bestemmingen: 1. De infrastructuur is vaak gelimiteerd, 2. Het aantal beschikbare toeristische producten is weinig en 3. De markt heeft weinig tot geen kennis van de bestemming.

De focus voor toeristische product ontwikkeling zal voor opkomende toeristische bestemmingen beginnen bij het leveren van goede lucht- of grondtransportatie, infrastructuur en accommodatie op een niveau dat geaccepteerd wordt door internationale toeristen (World Tourism Organization (UNWTO), 2011).

Voor bestemmingen waarbij een bestaande attractie aanwezig is, bijvoorbeeld een natuur element (bijvoorbeeld Madagascar’s Anjozorobe–Angavo Forest Corridor) of een historisch monument (bijvoorbeeld Mali’s drie World Heritage Sites), zal dit het middelpunt worden waar de toeristische ontwikkeling zich omheen zal opbouwen. Voor bestemmingen die geen bestaande attractie aanwezig

hebben, zal het zich organisch moeten ontwikkelen. Veel opkomende destinaties hebben vaak gelimiteerde bronnen (land, kapitaal, werk en industrie). Als effect moet daarom veel bouwmaterialen, gereedschap, benodigdheden en personeel voor toerisme worden ingebracht. Het is daarom van belang dat lokale productie (boeren, vissers, handicraft makers) gestimuleerd wordt en daarmee de link wordt opgebouwd tussen de lokale bevolking en het toerisme. Deze stimulatie kan een focus geven op aspecten, zoals start-up assistentie, trainingen en het standaardiseren en de stabilisatie van productie (World Tourism Organization (UNWTO), 2011).

Morisson (2013) beschrijft zes alternatieve strategieën als een bestemming niet de elementen beschikt die het nodig heeft: 1. Het bouwen van een kunstmatige omgeving, 2. Een unieke attractie gebruiken, om zo het klimaat en de natuurlijke omgeving ondergeschikt te maken, 3. Een evenement dat speciaal de omgeving en/of klimaat benadrukt en/of gebruikt, 4. De vervelende aspecten van de bestemming via media onder de aandacht brengen, 5. Mega-events organiseren voor globale bekendheid en 6. Een gespecialiseerde (niche) attractie creëren in onaantrekkelijke of afgelegen bestemming.

2.2.2 Community based toerisme

Om community based toerisme (CBT) beter te begrijpen is er eerst gekeken naar de oorsprong ervan. Sustainable, vertaalt naar duurzaam, toerisme is een toerismevorm die ontwikkeld en onderhouden wordt in een gebied (omgeving en gemeenschap) op een manier waardoor het levensvatbaar blijft over een oneindige periode. Deze toerismevorm zorgt ervoor dat er niet in de weg wordt gestaan van succesvolle ontwikkelingen en van andere activiteiten en processen. Het gaat degradatie tegen en verandert de omgeving (fysiek en menselijk) niet van waar het plaatsvindt (Butler, Tourism – an evolutionary perspective, 1993). Binnen duurzaam toerisme zijn verschillende vormen van toerisme te onderscheiden. Deze verschillende vormen worden in de literatuur ook wel alternatieve vormen van toerisme genoemd. Deze benaming heeft het gekregen, omdat het een andere vorm van toerisme is dan de al bestaande massa toerisme (Smith & Eadington, 1992). Daarnaast zijn ‘alternatieve’ toerismevormen gerelateerd aan de manier waarop er gereisd wordt en dit georganiseerd is. Zo wil de toerist meer leren over de gastgemeenschap en geeft de toerist voorkeur voor milieuvriendelijke producten (Bramwell, 2004). Volgens Swarbrooke (1999) zijn er verschillende vormen en benamingen binnen duurzaam toerisme. Zo benoemt Swarbrooke (1999) responsible toerisme, alternatief toerisme, ecotoerisme, environmentally friendly toerisme, minimale impact toerisme, soft toerisme en green toerisme. Merendeels van deze termen zijn te interpreteren als toerisme dat positief is voor het milieu. Minder van deze termen refereren naar de toeristische economische en sociale impact op de gastgemeenschap (Bramwell, 2004).

In de jaren negentig kwam het begrip community based toerisme (CBT) op en voegde zich daarmee toe als een van de vormen van duurzaam toerisme (WWF International, 2001). Bij CBT staat de gemeenschap centraal, er is sprake van lokaal toerisme. Er wordt voorkeur gegeven aan lokale gebruiken, de lokale cultuur en de lokale services en voorzieningen (Asker, Boronyak, Carrard, & Paddon, 2010). CBT is gebaseerd op actieve participatie van de lokale gemeenschap. Hierbij wordt de lokale gemeenschap betrokken bij het ontwikkelen van de toeristische aspecten (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares, & Pavón, 2011). Bij het ontwikkelen van het toeristische product wordt er rekening gehouden met het economische, sociale en ecologische welzijn van de lokale gemeenschap (Goodwin & Santilli, 2009). Volgens Scheyvens (2002) heeft CBT als ultiem doel het versterken van de economische,

psychologische, sociale en politieke aspecten van de desbetreffende gemeenschap. Brohman (geciteerd door Goodwin en Santilli (2009)) schrijft hierover: "Community-based tourism development would seek to strengthen institutions designed to enhance local participation and promote the economic, social and cultural well-being of the popular majority. It would also seek to strike a balanced and harmonious approach to development that would stress considerations such as the compatibility of various forms of development with other components of the local economy; the quality of development, both culturally and environmentally; and the divergent needs, interests and potentials of the community and its inhabitants.". Vrij vertaald wordt er gezegd dat met de komst van CBT geprobeerd wordt om instanties te versterken die ontwikkeld zijn om de lokale betrokkenheid te stimuleren en om zo de sociale, economische en culturele welzijn te bevorderen. Daarnaast wordt er geprobeerd een gebalanceerd en harmonieuze samenwerking te vinden voor de ontwikkeling, waarbij er rekening wordt gehouden met de overige componenten van de lokale economie, de kwaliteit van culturele en ecologische ontwikkeling, mogelijkheden en interesses van de gemeenschap en haar inwoners.

Goodwin en Santilli (2009) **concluderen**: *"CBT kan worden uitgelegd als een toerismevorm die eigen is gemaakt en gemanaged wordt door de gemeenschap en heeft als intentie het behalen van een groter gemeenschappelijk voordeel"*.

Kenmerkend voor CBT is dat er interactie is tussen de gastgemeenschap en bezoeker, tevens is het vaak kleinschaliger en tot slot bevindt het zich vooral op regionale plekken (Asker, Boronyak, Carrard, & Paddon, 2010). Het managen en ontwikkelen wordt gedaan door de lokale bevolking, waardoor grotendeels de voordelen ook in de handen van de gemeenschap blijven (WWF International, 2001).

Om CBT goed te kunnen implementeren is het van belang dat alle stakeholders worden betrokken, dat er geëvalueerd wordt wat **de** individuele en de gemeenschappelijke voordelen zijn, welke doelen gesteld worden en hoe beslissingen geanalyseerd worden. Het is daarom nodig dat verschillende stakeholders samenwerken. Hierbij kan gedacht worden aan overheidsbesturen, niet-gouvernementele organisatie, private sector en de lokale gemeenschap zelf (López-Guzmán, Sánchez-Cañizares, & Pavón, 2011). Ook Haywood (1988) benoemt **t** dat bij de participatie van de gemeenschap alle stakeholders (lokale overheid, lokale bevolking, architecten, ontwikkelaars, forensen en planners) **worden** geacht te worden betrokken op een manier die ervoor zorgt dat keuzes samen worden gemaakt.

Tot slot is er in het onderzoek van Goodwin & Santille (2009) onderzocht welke componenten het belangrijkste zijn om naar te kijken om te bepalen of CBT succesvol is. Hieruit is gebleken welke de zes belangrijkste componenten zijn, namelijk:

1. Sociaal kapitaal en empowerment; *Gelijke kansen, lokaal management, lokale samenwerking, leiderschap en eigendom, participatie, minimale impact gemeenschap.*
2. Behouden/onderhouden van omgeving; *Onderhouden van omgeving en heritage, duurzame technologieën, gebruik van bronnen, ecologische regelgeving, monitoring en management.*
3. Verbeteren van leefomstandigheden/standaard van leven; *Werkgelegenheid, verbeterde levensonderhoud mogelijkheden, micro-ondernemingen, verminderde armoede, verbeterde standaard van leven, genereren van inkomen en omzet.*

4. Lokale economie; *Economische ontwikkeling en voordelen, gebruik van lokale producten, plattelandsontwikkeling, stakeholder partnerships en samenwerkingen.*
5. Commerciële levensvatbaarheid; *Winstgevend zijn, commercieel aanbod, langdurigheid project, businessplannen en projecten, innovatie, mogelijkheden tot groei, duurzaam, verhoogde bezoeken, behalen met minimale donaties en ondersteuning.*
6. Collectieve voordelen; *Mogelijkheid tot ondersteunen van elkaar, projecten en producten, ontwikkelen van infrastructuur.*

Er is een onderzoeksmethode genaamd APPA **die** specifiek ontwikkeld is ten behoeve van CBT (The Mountain Institute, 2000). APPA staat voor Appreciative, Participatory, Planning en Action. De vier stappen worden ook wel onderverdeeld in de 4D's:

- Discovery *Het beste van wat er is.*
- Dream *Wat zou er kunnen zijn.*
- Design *Wat zou het ideale zijn, hoe ziet het eruit.*
- Delivery *Hoe kan het worden versterkt, geleerd, aangepast en behouden.*

Deze stappen zijn een methode voor het integreren van begin tot het eind van CBT. Het voornaamste doel van APPA, de participatie strategie, is om de lokale bevolking actief deel te laten nemen aan de ontwikkeling. Deze strategie zorgt ervoor dat de lokale bevolking zelf keuzes en beslissingen maakt en hen het laat evalueren met het uiteindelijke doel hun levensstandaard te verhogen. Participatie zorgt ervoor dat de lokale bevolking zowel de problemen als de kansen identificeert en er gebruik kan worden gemaakt van de lokale kennis en vaardigheden (The Mountain Institute, 2000).

Binnen de APPA methode zijn er verschillende manieren om informatie te vergaren. De volgende methodes worden genoemd: semigestructureerde interview, groep interviews/discussies, observatie en brainstormsessies. Naast dat deze methodes informatie zullen opleveren, zorgt het er ook voor dat de lokale bevolking leert over de onderwerpen die hierbij besproken zullen worden (The Mountain Institute, 2000).

2.3 Operationalisering kernbegrippen

Om de kernbegrippen te operationaliseren zijn er boomdiagrammen gemaakt. Deze boomdiagrammen zijn te vinden in bijlage V.

3. Methodologische verantwoording

3.1 Onderzoeksstrategie

Om het managementvraagstuk op te kunnen lossen is er gekozen om kwalitatief onderzoek te verrichten. Bij kwalitatief onderzoek wordt er dieper ingegaan op de beleving en de achtergronden van verzamelde gegevens (Verhoeven, 2014, p. 147). De keuze voor kwalitatief onderzoek heeft als reden dat in dit onderzoek de gemeenschap centraal staat en betrokken gaat worden in de keuzes die gemaakt gaan worden voor de ontwikkeling van het nieuwe toeristische product. Het is daarom van belang naar hun mening, beleving en achterliggende redenering te luisteren. Kwalitatief onderzoek geeft tevens de mogelijkheid om dieper op bepaalde onderwerpen in te gaan, zodra blijkt dat het nodig is om er dieper op in te gaan. Kwantitatief onderzoek richt zich voornamelijk op cijfermatige informatie en geeft daardoor geen mogelijkheid om dieper in te gaan op onderwerpen die uit het onderzoek naar voren zijn gekomen. Tevens gaat het minder in op de achterliggende gedachten van de keuzemogelijkheden die aangeboden worden.

Zoals benoemd in *paragraaf 2.2.2 Community based toerisme* is er een onderzoeksmethode, genaamd APPA, die specifiek is ontwikkeld als hulpmiddel voor de ontwikkeling van community based toerisme. Tijdens het onderzoek zal daarom APPA worden gebruikt als leidraad. Het voornaamste doel van APPA, de participatie strategie, is om de lokale bevolking actief deel te laten nemen aan de ontwikkeling. Naast dat deze strategie aansluit bij het onderzoeksdoel zorgt het ervoor dat de lokale bevolking zelf keuzes en beslissingen maakt en hen het laat evalueren met het uiteindelijke doel hun levensstandaard te verhogen. Dit sluit aan bij het eerder benoemde doel van SEFO. Participatie zorgt ervoor dat de lokale bevolking zowel de problemen als de kansen identificeert en er gebruik kan worden gemaakt van de lokale kennis en vaardigheden (The Mountain Institute, 2000).

In hoofdstuk één is te lezen dat de volgende onderzoeksvragen zijn opgesteld:

Hoofdvraag 1. Wat is community based toerisme?

- a. Wie is de community based toerist?
- b. Welke activiteiten onderneemt de community based toerist?

Hoofdvraag 2. Wat zijn de kernkwaliteiten van Ritchie?

Hoofdvraag 3. Welke toeristische aspecten binnen de kernkwaliteiten van Ritchie is de gemeenschap bereid om (verder) te ontwikkelen?

Hoofdvraag 4. Hoe passen vergelijkbare bestemmingen community based toerisme toe?

De antwoorden op deze vragen helpen bij het beantwoorden van het managementvraagstuk: *Hoe kan stichting Eye For Others de mogelijkheden van Ritchie en haar gemeenschap inzetten om zo een nieuw toeristisch product te ontwikkelen?*

In bijlage VI wordt de gekozen onderzoeksstrategie overzichtelijk in een schema weergegeven.

3.2 Waarnemingsmethode

Hoofdvraag één en de daarbij behorende deelvragen worden beantwoord door middel van deskresearch in combinatie met literatuuronderzoek. Er wordt gebruik gemaakt van secundaire analyse van bestaande kwalitatieve gegevens. Hierbij wordt gebruik gemaakt van al bestaande

onderzoeksresultaten van voorgaande onderzoeken, om zo een conclusie te kunnen trekken (Verhoeven, 2014, p. 165). Met deze methode kan gekeken worden naar al bestaande gegevens over de community based toeristen en hun wensen en behoeften. De reden dat voor deze vragen deskresearch **wordt** gedaan, **is** dat dit een tijdsgebonden onderzoek is. Om toch een algemeen beeld te kunnen schetsen betreffende de doelgroep is er daarom gekozen voor deze waarnemingsmethode.

Om hoofdvraag twee te kunnen beantwoorden wordt ook hier gebruik gemaakt van deskresearch. Naast deskresearch **geven** antwoorden uit de brainstormsessie en interviews, die gehouden zijn om hoofdvraag drie te kunnen beantwoorden, **aanvulling op** de gestelde vraag. Door naast deskresearch gebruik te maken van eventuele antwoorden uit gesprekken is er zekerheid dat er geen kernkwaliteit **gemist** wordt.

Voor hoofdvraag drie **is** er een brainstormsessie gehouden. Het doel van de brainstormsessie is het ontdekken van nieuwe ideeën en reacties. Het is een praktische manier van genereren van gedachten en ideeën. De deelnemers zijn hierin vrij hun ideeën uit te spreken en hierop verder te borduren. Naar aanleiding van eerder vergaarde informatie kan met brainstormen dieper worden ingegaan op welke verdere mogelijkheden er zijn. Door het in een groepssetting te behandelen wordt het behalen van concretere antwoorden sneller bereikt, mits goed uitgevoerd (The Mountain Institute, 2000). Bij hoofdvraag twee wordt er gekeken naar wat er al is en nog niet naar wat er kan zijn. Met deze informatie kan er tijdens de brainstormsessie worden nagedacht over wat er nog kan komen, wat er verder interessant is **los van** wat er al bestaat en hoe hetgeen dat er al is verder ontwikkeld kan worden. Naast de brainstormsessie **zijn** er interviews afgenomen. Deze interviews **zijn** ongestructureerd met een open centrale interviewvraag. Er is namelijk nog niet bekend wat het antwoord zal gaan zijn en er moet ruimte zijn om er dieper op in te gaan. Ook is hierbij de volgorde van vragen niet van belang (Baarda, van der Hulst, & de Goede, 2012, p. 15). Binnen ongestructureerde oftewel open interviews zijn er verschillende vormen van open interview: vrije-attitude interview, halfgestructureerde interview en gedeeltelijk gestructureerde interview. Binnen het halfgestructureerde interview wordt er gewerkt met een checklist met onderwerpen en is de volgorde van vragen vrij (Baarda, van der Hulst, & de Goede, 2012, p. 18). Dit past het beste in dit onderzoek, omdat de voorkennis vrij matig is, maar wel bekend is welke onderwerpen **onderzocht worden**. Ook is hiermee de mogelijkheid om af te wijken als **deze** situatie zich voordoet. Bij vrije-attitude zijn er geen onderwerpen opgesteld en is de volgorde vrij, dit zou te breed worden voor het onderzoek. Het gedeeltelijk gestructureerde interview wordt weer te veel afgebakend, omdat er vaste vragen zijn en een vaste volgorde wordt aangehouden (Baarda, van der Hulst, & de Goede, 2012, p. 18). Binnen het halfgestructureerde interview zal er per topic één beginvraag zijn om het topic in te leiden. Vaak worden er per onderwerp ook 'door'-vragen of trefwoorden genoteerd, zodat deze eventueel nog spontaan gesteld kunnen worden als deze door de geïnterviewde niet aan de orde komen (Baarda, van der Hulst, & de Goede, 2012, p. 19).

De interviewgids begint met een introductie. Er wordt uitgelegd waarom het interview gehouden wordt, daarna komt de vraag of het opgenomen mag worden en een korte toelichting over wat de geïnterviewde kan verwachten. Vervolgens wordt er begonnen met de eerder benoemde passende beginvraag bij het onderwerp. Dit wordt gedaan om een onderwerp in te leiden en om structuur te houden in de meerdere interviews **die afgenomen** gaan worden. Daarna worden door-vragen en topics

behandeld. Zo komt de gehele topiclijst aan bod. Tot slot wordt het interview afgesloten. Hier **wordt** de geïnterviewde bedankt, **wordt er** gevraagd of alles duidelijk was, **er** nog vragen **werden gemist** of dat er toevoegingen zijn en wordt er nogmaals aangegeven wat er met de informatie gedaan gaat worden (Baarda, van der Hulst, & de Goede, 2012, p. 33). In bijlage VII is de opgestelde interviewgide te vinden die gebruikt is tijdens het veldonderzoek.

De brainstormsessie is op dezelfde manier gestructureerd. Wat er bij de introductie wordt toegevoegd is een korte 'ijsbreker', een spel waarbij de deelnemers loskomen en zich meer op hun gemak voelen. Mochten de deelnemers elkaar nog niet kennen, krijgt iedereen ook een naamkaartje. Vervolgens **worden** de gekozen topics besproken, die ingeleid worden met een beginvraag. Er is gebruik gemaakt van memo's, A4-papier en pennen. Een flipover was niet beschikbaar, waardoor er gewerkt is op een buitentafel. Op deze tafel kwamen A4-papieren te liggen met het betreffende onderwerp. Vervolgens konden de deelnemers hun ideeën op de briefjes zetten en onder het onderwerp hangen. In bijlage VIII is het draaiboek te vinden dat gebruikt is tijdens de brainstormsessie. **Van zowel de brainstormsessie als de interviews zijn er geluidsopnames gemaakt.**

Hoofdvraag vier **wordt** beantwoord vanuit deskresearch. Er **wordt** gekeken naar eerder onderzochte destinaties en de manier waarop zij community based toerisme hebben ingezet.

3.3 Steekproeftrekking

Gezien het feit **dat** het niet mogelijk is binnen de gegeven tijd de volledige populatie te bevragen, moet er gekeken worden welk deel van de populatie te selecteren die bevraagd gaat worden. Dit wordt ook wel steekproef genoemd (Verhoeven, 2014, p. 195). In dit onderzoek **is** er sprake van doelgerichte steekproef. Doelgerichte steekproef houdt in dat er opzoek wordt gegaan naar specifieke personen of groepen. Hierbij gaat het niet om de omvang van het aantal personen, maar het informatiegehalte dat wordt binnengehaald (Verhoeven, 2014, pp. 199, 203). De opdrachtgever van dit onderzoek heeft een aantal personen aangebracht die hij graag wil betrekken in het onderzoek tijdens de brainstormsessie(s) en/of interviews.

Er werd uitgegaan van ongeveer twee tot drie succesvolle brainstormsessies van maximaal zes personen per groep. Er is gekozen voor zes personen per groep om het overzichtelijk te houden. Het aantal interviews werd geschat op ongeveer vijf, uitgaande van vier verschillende perspectieven (lokale overheid, NGO, senior entrepreneur en private sector). Deze perspectieven vallen onder het elite- en expertinterviews. Zij zijn namelijk de goed geïnformeerde mensen binnen de lokale gemeenschap (Baarda, van der Hulst, & de Goede, 2012, pp. 22, 23). Er worden dus mensen geïnterviewd die de situatie in Ritchie goed kennen. Zij zijn deskundige op het gebied van de onderwerpen die worden behandeld over Ritchie. Wegens het niet kunnen bereiken van de hoeveelheid personen voor de brainstormsessies is er in totaal één gehouden met zes personen. Daarnaast zijn er vier interviews afgenomen.

3.4 Data-analyse

Data-analyse betekent dat er uit verzamelde gegevens van het onderzoek data gehaald wordt (Verhoeven, 2014, p. 260). Van de brainstormsessie en interviews zijn geluidsopnames gemaakt. De verzamelde gegevens vanuit de brainstormsessie en interviews, die georganiseerd zijn voor hoofdvraag

drie, **zijn eerst** getranscribeerd. Dit houdt in dat wat er tijdens de gesprekken gezegd en gebeurd is, volledig is uitgeschreven. Vervolgens zijn deze teksten verdeeld in kleine fragmenten. Aan deze fragmenten is een open codering gegeven. Door deze codering kunnen de termen worden gegroepeerd. Door de gecodeerde begrippen te sorteren is er vervolgens een hiërarchie aangebracht. Daarna zijn de verbanden tussen de begrippen bekeken. Na deze fase zijn de codes verdeeld in subgroepen en hoofdgroepen. Dit gebeurt door te kijken welke codes bij elkaar horen en op welke manier zij geordend kunnen worden. Tijdens deze fase is er de mogelijkheid om codes op te splitsen. Deze mogelijkheid wordt axiaal coderen genoemd. Na het axiaal coderen is er selectief gecodeerd. Hierbij is er een structuur aangebracht in de begrippen. De gekozen volgorde en verbanden zijn samengebracht in een codeboom. Tot slot is er **gekeken of** er een antwoord op de vraag kan worden gegeven door de probleemstelling en het model in verband met elkaar te brengen (Verhoeven, 2014, pp. 317 – 319).

De resultaten uit de deskresearch zijn geanalyseerd door middel van secundaire analyse. Zoals eerder benoemd is er gekeken naar bestaande resultaten uit eerder uitgevoerde onderzoeken en al bekende gegevens. Hieruit is de benodigde informatie verzameld, waarmee vervolgens conclusies zijn getrokken om zo antwoord te geven op hoofdvraag **één** met de bijbehorende deelvragen, twee en vier.

4. Deskresearch

4.1 Community based toerist

CBT toeristen vallen theoretisch gezien onder alternatieve toeristen, die zich onderscheiden van het massatoerisme (Krippendorf & Vielmans, 1993). Alternatieve toeristen hebben specifieke behoeften en zijn over het algemeen bewuster van duurzaamheid en conservatie (Claver– Cortés, Molina– Azorín, & Pereira– Moliner, 2007). Daarnaast kunnen ze omschreven worden als ervaren reizigers die houden van outdoor activiteiten. Ze reizen liever in kleinere groepen en hebben graag gepersonaliseerde service (Duff, 1993). Tot slot staan CBT toeristen vaak meer open voor de lokale levensomstandigheden, willen ze graag meeleven met de lokale gemeenschap, willen ze lokale gebruiken ervaren en lokaal eten proberen en hopen ze op leerzame ervaringen (Lopez– Guzman, Borges, & Castillo–Canalejo, 2011).

In het onderzoek van CBI Ministry of Foreign Affairs (2016) is naar voren gekomen dat Europese CBT reizigers over het algemeen goed opgeleid zijn, een relatief hoger inkomen hebben en beschikken over relatief veel reiservaring. Onder de Europese CBT reizigers zijn twee verschillende types te onderscheiden gebaseerd op de hoeveelheid interesse in CBT: hard CBT reizigers en soft CBT reizigers (CBI Ministry of Foreign Affairs, 2016). In bijlage IX is een schema te vinden waar uitleg gegeven wordt per type CBT toerist. Er is in dit schema ook te zien dat binnen hard en soft toerisme drie verschillende types toeristen vallen, namelijk: oudere generatie, jongere generaties en families met kinderen (CBI Ministry of Foreign Affairs, 2016). Het schema in bijlage IX geeft ook over deze groepen verdere informatie.

Volgens Hughes, Weaver en Pforr (2015) zijn er twee soorten CBT reizigers: de overnachters en de dagtrippers. Ondanks dat beide soorten opzoek zijn naar een authentieke ervaring in een ruraal gebied, willen de overnachters graag met de lokale bevolking meeleven en dieper betrokken worden door in het dorp (bij bijvoorbeeld de gemeenschap) te verblijven. De overnachters geven er de voorkeur aan om één of meerdere nachten te verblijven in het dorp en hebben niet meer nodig dan de basis faciliteiten. Ook de dagtrippers willen graag zien hoe het leven van de gemeenschap eruit ziet, maar ze geven de voorkeur aan een wat luxer verblijf. De dagtrippers zoeken een hogere standaard in de faciliteiten, wat vaak buiten het dorp in de grote steden te vinden is. Zo geeft deze toerist dan ook er de voorkeur aan om als dagtripper het dorp te bekijken, maar er niet specifiek te overnachten. Beide type toeristen willen de authenticiteit en etnische ervaring van het dorpsleven (Hughes, Weaver, & Pforr, 2015).

4.2 Activiteiten community based toerist

CBT toeristen worden voornamelijk aangetrokken door bepaalde dorpen of gemeenschappen, omdat de CBT toeristen een andere manier van leven willen zien. Hierbij prefereert de CBT toerist een plaats die rijk is aan cultuur en waar de etnische leefstijl, traditionele kunst en muziek wordt aangeboden. Ook staan ze open voor religieuze ceremonies in combinatie met de uitleg om het beter te kunnen begrijpen. In de activiteiten zijn ze opzoek naar (uitleg over) de geschiedenis, architectuur, gebruikelijke evenementen, het weer en faciliteiten. Hierbij gaat het niet alleen om het zien van de omstandigheden, maar ook het actief betrokken zijn bij de lokale gemeenschap. Denk bijvoorbeeld aan het leren van traditioneel koken, dansen en muziek maken (Hughes, Weaver, & Pforr, 2015). Binnen

CBT ligt de focus dus op de lokale bevolking en het culturele en ecologische nalatenschap. De producten en services die binnen CBT vallen zijn dan ook hierop gebaseerd (Salazar, 2012). De elementen die het vaakst terugkomen in de producten hebben vaak betrekking op natuur, cultuur en avontuur. In bijlage X is een tabel te vinden waarin verschillende voorbeelden van accommodatie, activiteiten en attracties worden gegeven (CBI Ministry of Foreign Affairs, 2016).

Tevens wordt in het onderzoek van CBI Ministry of Foreign Affairs (2016) benoemd dat de CBT reizigers opzoek zijn naar een **combinatie van** verschillende ervaringen. Er wordt geadviseerd om verschillende opties **aan** activiteiten en/of accommodatie aan te bieden om zo de toerist de mogelijkheid te bieden op een eigen unieke toeristische ervaring. Zo verwacht de CBT reiziger bijvoorbeeld een authentieke accommodatie, **die** de lokale cultuur representeert.

Het is voor een toerist belangrijk dat het verblijf door de lokale bevolking zelf is ontwikkeld en/of wordt gemanaged. **Het belang dat het management en de uitvoering door de lokale bevolking wordt gedaan**, geldt voor alle services die de toerist zal afnemen op de gekozen hoofdbestemming. Hiermee wordt er gehoopt de levensstandaard van de community te kunnen verhogen, waarbij er extra gelet wordt op het respecteren van de natuur en de lokale tradities (Juganaru, Juganaru, & Anghel, n.b.). Ook **is** in het onderzoek van Juganaru, Juganaru en Anghel (n.b.) naar voren gekomen dat CBT toeristen graag productieactiviteiten ondernemen, zoals ontwikkeling van agricultuur of handwerk workshops. De producten uit deze activiteiten zijn de voornaamste producten die ook aan de toerist worden **ver**kocht.

4.3 Kernkwaliteiten Ritchie

Via deskresearch wordt er aan de hand van het model van Dickman, de destination mix, gekeken naar Ritchie. Deze destination mix zorgt ervoor dat de kwaliteiten van Ritchie in kaart komen. De uitkomsten van de deskresearch samen met de uitkomsten van het veldonderzoek, geschreven in hoofdstuk vijf, zal de vraag *“Wat zijn de kernkwaliteiten van Ritchie?”* beantwoorden in hoofdstuk **zes** conclusies. In bijlage XI zijn de uitkomsten van de destination mix te zien per onderwerp. Het belangrijkste wat daar naar voren is gekomen, **is dat Ritchie een dorp is waar de temperaturen hoger liggen dan gemiddeld in Zuid-Afrika. Verder is Ritchie het makkelijkst bereikbaar met de auto. Naast de auto kan er gebruik worden gemaakt van een bus, die drie keer per dag langs Ritchie komt.** Ritchie is een dorp waar vele culturen samenkomen, doordat Zuid-Afrika zeker acht verschillende culturen kent. Binnen het geloof zijn de Christenen in de meerderheid. Van de gemeenschap is 63% getrouwd, heeft 6,3% het basisonderwijs afgemaakt, 15,8% het middelbaar onderwijs voldaan en 1,7% het hoger onderwijs afgerond. Verder bestaat de gemeenschap voor de helft uit man en de helft uit vrouw, is 67,6% kleurling, 27% zwart en 3,5% blank. Afrikaans is de voornaamste taal die er gesproken wordt. Totaal zijn er 61,6% inwoners die de leeftijd hebben om te mogen werken, is 5,1% 65+ en 33,4% kind. Aan activiteiten en bezichtigingen heeft Ritchie minimaal te bieden. Er ligt één nationaal park in de buurt, er is één museum op rij afstand, **er zijn** meerdere boerderijen om Ritchie heen, twee rivieren, zes accommodatie mogelijkheden, één restaurant nabij en één restaurant in Ritchie, een afhaalrestaurant en kleine supermarkten. De infrastructuur die zich daar bevindt is minimaal.

4.4 CBT: vergelijkbare bestemmingen

Via deskresearch is er gekeken naar vergelijkbare projecten die opgezet zijn ten behoeve van CBT. Per project is beschreven waar het zich afspeelt, wat er was en wat na inzet van ontwikkeling nu staat. Tevens wordt besproken welke voordelen de inwoners van de betreffende bestemming ermee halen.

In Centraal Java bevindt zich Candirejo Village. In 2002 waren er tien home stays (accommodatie bij de lokale inwoner zelf), vijf lokale transportmogelijkheden en geen lokale eetgelegenheden. In het gebied van het dorp kwamen al veel toeristen, waardoor er gekozen is om meerdere small businesses te openen om hierop in te kunnen spelen. In 2004 waren er 22 home stays, 22 lokale transportmogelijkheden en zes lokale restaurants. Alle inwoners hebben de mogelijkheid om fulltime of parttime betrokken te worden in de toeristische sector. Alles wat opgebracht wordt aan inkomen en winst wordt gedeeld. Dit komt onder andere uit entreegeld, souvenir verkoop, accommodaties, maaltijden et cetera. De opbrengst wordt gebruikt voor het onderhoud en voor de verbetering van de hygiëne, omgeving en faciliteiten van het dorp. Daarnaast wordt er toegezien dat iedereen van de gemeenschap er gelijke voordelen mee behaalt. Er zijn in totaal 63 banen gecreëerd. Voor deze ontwikkeling was er geen gezamenlijk inkomen voor de gemeenschap. De gemeenschap heeft hiervoor zelf een commissie opgericht die ervoor zorgt dat toerisme gemanaged en overzien wordt (World Tourism Organization, 2006).

Andaman Discoveries leidt als NGO (Niet-Gouvernementele Organisatie) een CBT project in Thailand in Ban Talae Nok sinds 2006. Het dorp was voor de helft vernietigd na een tsunami. Toen de basisbehoeftes eenmaal weer terug waren, werd er gediscussieerd over een manier voor ontwikkeling van de levensomstandigheden. Gezien het een dorp dichtbij Phuket en Khao Lak is erkende de gemeenschap de mogelijkheden van toerisme. Hierdoor hebben ze besloten om community based toerisme in te zetten, zodat het toerisme naast inkomen ook de tradities, cultuur en levensstijl ondersteund. Aspecten die terugkomen in de producten zijn accommodatie, gidsen, excursies, activiteiten, transport, culturele nalatenschap en verkoop van maaltijden en souvenirs. Voor accommodatie en begeleiding hebben ze gekozen voor home stay en een tour centrum. Er zijn hiervoor small businesses tot medium ondernemingen opgezet (Goodwin & Santilli, 2009).

Manyallaluk is een Noord Australisch gebied dichtbij Katherine. De grond wordt onderhouden en gemanaged door de Jawoyn-mensen. Deze community heeft rond de 150 mensen die daar een small community based toeristisch bedrijf runnen. Ze bieden een serie aan tours aan dat toeristen leert over hun tradities en cultuur. Daarnaast brengt het toeristen naar de watervallen, steen wateren en naar de historische rotsschilderingen. De tours variëren van één tot drie dagen met de mogelijkheid om te kamperen in de bush. Deze kleine ondernemingen zorgen voor werkgelegenheid bij de lokale bevolking en hiermee dus een inkomen. Naast de directe werkgelegenheid in toerisme, zorgt het ook voor inkomen voor indirecte sectoren, zoals bijvoorbeeld souvenirs en winkeltjes (Asker, Boronyak, Carrard, & Paddon, 2010).

COBATI (Community Based Tourism Initiative) is opgericht in Uganda voor het stimuleren van community based toerisme. Momenteel hebben ze verschillende plekken de mogelijkheid gegeven om CBT te ontvangen. Ze hebben voor de dagbezoekers activiteiten opgezet, maar ook voor toeristen die

op locatie willen verblijven. Zo zijn er home stays opgericht in centraal en zuidwest Uganda **die** langs een route **lopen** van verschillende nationale parken. De gastgezinnen zijn vooraanstaande leden van de gemeenschap. Voor de bezoeker geeft het programma een ervaring van de rurale levensstijl, waarbij de inwoner de mogelijkheid heeft om de cultuur te delen en te profiteren van het toerisme. Van het inkomen houdt het gastgezin 80% van de opbrengst en **gaat** de rest naar een community project dat zich inzet voor een basisschool. Voor de toeristen die blijven overnachten **zit het merendeel** van de activiteiten bij de overnachting in. Voor **dagbezoekers** is er een mogelijkheid om twee dagen van tevoren activiteiten te reserveren. De activiteiten bestaan voornamelijk uit culturele activiteiten, soft avontuurlijke activiteiten (hiken, fietsen, klimmen) en vrijwilligerswerk (COBATI, n.b.).

5. Onderzoeksresultaten

Tijdens het veldonderzoek is er door middel van **halfgestructureerde** interviews en een brainstormsessie onderzocht wat de gemeenschap ziet als kernkwaliteiten van Ritchie en welke aspecten zij bereid zijn toeristisch te ontwikkelen. **Er zijn** interviews gehouden met vier personen die allemaal een verschillende rol binnen de gemeenschap hebben. Daarnaast is er een brainstormsessie gehouden, waar zes inwoners van Ritchie aan deel hebben genomen. Van beide zijn transcripten gemaakt en vervolgens gecodeerd. Bijlage XII is een voorbeeld van het transcript van het eerste interview te vinden met de codering, waarbij te zien is hoe dit is uitgewerkt. De codeboom van alle transcripten is te vinden in bijlage XIII. In dit hoofdstuk worden de resultaten vanuit de interviews en de brainstormsessie besproken op basis van wat er gezegd is over Ritchie nu en hoe ze Ritchie voor zich zien na 10 jaar als de aspecten die zij hebben benoemd ontwikkeld zouden worden.

5.1 Kernkwaliteiten Ritchie

Eerst is er gevraagd wat de geïnterviewden en de deelnemers van de brainstormsessie zien als kernkwaliteiten van Ritchie, de nalatenschap van Ritchie en waar de huidige infrastructuur van Ritchie uit bestaat. In bijlage VII is de interviewgide te vinden die gebruikt is tijdens de interviews. In bijlage VIII is het draaiboek te vinden die gebruikt is tijdens de brainstormsessie. Voor dit onderdeel zijn de vragen van de “discovery” fase gesteld. In de interviewgide en het draaiboek zijn de deelvragen per onderwerp te vinden. Hierin is terug te vinden welke aspecten worden gezien onder nalatenschap en infrastructuur.

Wat het sterkst naar voren is gekomen is dat binnen de kernkwaliteiten van Ritchie de inwoners een grote rol spelen, dit samen met hun cultuur en geschiedenis. *‘The core qualities of Ritchie is like the people...’ (Int. 4 r. 8). ‘... of Ritchie. Because of the people are very warm and welcoming and they are so lovely. They are greeting and stuff, so I think the core quality of Ritchie is the people although there is no development.’ (Int. 4 r. 10 – 11).* De inwoners worden **geprezen om** hun openheid richting andere mensen en nieuwe mensen. Volgens geïnterviewde één komt dit voort uit dat de gemeenschap uit de township vriendelijker en welwillender **is** dan de gemiddelde boer. Volgens geïnterviewde zorgt dit ervoor dat de gemeenschap uitnodigend is richting toeristen. Geïnterviewde vier sluit zich hierbij aan door te vertellen dat de gemeenschap warm en verwelkomend is. **Als voorbeeld wordt genoemd dat de inwoners elkaar en anderen altijd begroeten.** Ook zal de gemeenschap uitreiken om contact te proberen leggen met nieuwe mensen. Geïnterviewde drie zegt dat ze als gemeenschap samen sterk staan ondanks de armoede. Zo heerst er een ‘sharing economy’, er wordt binnen de gemeenschap gedeeld. Daarnaast hecht geïnterviewde waarde aan dat de gemeenschap eerlijk is naar elkaar toe en elkaar steunt. Geïnterviewde één gaf aan dat de gemeenschap welwillend is, ook richting het werken, **omdat** de mensen opzoek zijn naar werk en naar een manier voor het genereren van inkomen. Ook geïnterviewde drie benoemt de inwoners als een hardwerkende gemeenschap. Tot slot wordt aangegeven door geïnterviewde één dat binnen de gemeenschap zich mensen met vele vaardigheden bevinden, wat ook tijdens de brainstormsessie benoemd is.

‘For there are many cultures in South Africa as a whole and Ritchie has become like a potjie kos.’ (Int. 4 r. 47). In bijlage XIV is een afbeelding te zien van potjie kos. Ritchie is rijk aan verschillende culturen en volgens geïnterviewde vier komt dit samen als een potjie kos, een maaltijd waarbij alles in één pot

wordt gestopt. De culturen komen bij elk interview weer naar voren, evenals in de brainstormsessie. In interview vier wordt er aangegeven dat veel aspecten van culturen ook aan het uitsterven zijn, maar dat er makkelijk wordt aangepast aan andere culturen, waardoor het zich weer aanvult. Binnen de gemeenschap is er respect voor elkaars cultuur. Ook wordt er benoemd dat het van belang is de culturen te waarborgen. Binnen de culturen bestaan verschillende manieren van leven en het uiten van waarden. Denk hierbij aan de kerkdiensten, die anders zijn dan anderen.

'...I think that uh the one thing they will find positive will be our shall I say the fact that 90% of the community are are religious people and that is one thing they took very seriously. Very, very seriously, so the the the fact that we are Christians is something that is standing out.' (Int. 3 r. 26 – 29). Zoals bij culturen al besproken zijn de kerkdiensten anders dan de toerist gewend is. De Christelijkheid en kerk heeft een grote rol in de gemeenschap. Bij drie van de vier geïnterviewden werd dit dan ook benoemd. Tijdens de brainstormsessie wordt er aangegeven dat er eens per jaar een grote bazaar wordt georganiseerd door de kerk, waar verschillende etenswaren te koop zijn.

Een uitgebreid besproken kernkwaliteit tijdens de brainstormsessie is wat het land en de natuur te bieden hebben. Zo zegt Daniëlle dat ondanks dat het een droog en warm land is er veel gedaan kan worden met het land, omdat er zoveel land en resources aanwezig zijn. Samuel legt uit dat het land voornamelijk van de zwarte boeren is, die het land niet volledig inzetten. Momenteel wordt een deel van het land alleen gebruikt voor het vee. Tevens is de omgeving rijk aan wild-life. Zo wordt de rivier door Zayin benoemd als een plek waar wild-life, zoals de adelaar te vinden is. Andere mogelijkheden voor het zien van wild-life zijn de wildkwekerijen die zich in de omgeving bevinden. Tot slot groeien er natuurlijke medicinale planten in de omgeving.

Kwaliteiten die eenmalig genoemd worden, zijn onder andere sport, school en de uitstraling van de bestemming. Wat naar voren kwam bij de brainstormsessie is dat ondanks dat Ritchie klein is, het veel te bieden heeft. Daarnaast benoemde geïnterviewde vier als enige de jongerenprogramma's die in Ritchie te vinden zijn. Tot slot werd de visie van het land benoemd door geïnterviewde twee.

'... ja, there must be a huge legacy. Must have been a start man.' (Int. 1 r. 120). Tijdens de vragen met betrekking op de nalatenschap van Ritchie werd door alle geïnterviewden de nadruk, naast cultuur, gelegd op geschiedenis. *'So historically there is a big legacy.'* (Int. 1 r. 121). Zo wordt er aangegeven dat er een rijke geschiedenis achter het gebied en de gemeenschap zit. Geïnterviewde één spreekt over de boeren geschiedenis, waar de geïnterviewde zelf niet meer over weet te vertellen, maar aangeeft dat er wel meer over te vinden is. Hetzelfde zegt de geïnterviewde over de start van de gemeenschap, de mensen van de townships weten hier meer van. Geïnterviewde twee zegt: *'There is the beginning of our youth, it is the beginning from me. So if you see me then you'll see where I come from, what's my, what's the culture of me?'* (Int. 2 r. 64 – 65). Om terug te gaan in die geschiedenis licht geïnterviewde drie toe over de oorsprong van Ritchie: *'Because Ritchie was not Ritchie in the beginning. Ritchie was, it was the plot of the farm of one man, one owner.'* (Int. 3 r. 79 – 80). *'This was the family that started here, those family, the grandparents and the forefathers they work here until this place become Ritchie.'* (Int. 3 r. 82 – 83). Naast deze uitleg geeft geïnterviewde aan dat Ritchie veel geschiedenis heeft. Ook geïnterviewde vier vertelde over de start van Ritchie. Iets waarover zeker door de gemeenschap vertelt zal worden, is de geschiedenis. Tot slot zijn er oude rotstekeningen te vinden bij

de rivier. Tijdens de brainstormsessie worden deze tekeningen vaker aangehaald. Zo zijn er verschillende markeringen vanuit de oorlog overgebleven. Zayin geeft aan dat ze niet alleen uit de oorlog komen, maar ook van de Bushmannen. Deze tekeningen zijn te vinden langs de rivier en op verschillende stukken grond, zoals bij een van de brainstormdeelnemers. Naast de tekeningen die overgebleven zijn uit de oorlog zijn er overblijfselen van de Slag van Magersfontein, waar tevens een museum van te bezoeken is. Ook staat er een oud fort in Ritchie waar de Britse soldaten hebben gezeten. Een ander oud gebouw dat overeind is gebleven is een boerderij naast de rivier. Wiekes benoemt dit als een plek waar de mensen vroeger verbleven en waar Ritchie begonnen is.

Naast de geschiedenis is er ambacht te vinden in de gemeenschap. Denk hierbij aan lederwerk en verven. Artistiek heeft Ritchie volgens geïnterviewde twee niet heel veel te bieden, terwijl geïnterviewde drie spreekt over verschillende artistieke mogelijkheden. Zo wordt er gesproken over verschillende culturele groepen die verschillende optredens doen. Tijdens de brainstormsessie wordt er gezegd dat er een dansgroep actief is. Ook is er een winkeltje die verschillende ambachten uitoefent voor de verkoop van culturele souvenirs.

'Accommodation we don't have a lot of B&B's, hotels, nothing. Okay I can count it on one hand...' (Int. 4. R. 67). '... But infrastructure wise we do not have any development in this structure.' (Int. 4 r. 69 – 70). Qua infrastructuur zijn de geïnterviewden het met elkaar eens dat er weinig aanbod is. Het is minimaal wat aanwezig is, zo is er een handvol winkeltjes. Deze winkeltjes zijn voornamelijk gericht op de gemeenschap. Ook is er een culturele giftshop, zoals in vorige alinea beschreven. Er is een bed en breakfast, waar ze wendy houses (bijlage XV) verhuren. Geïnterviewde drie en vier spreken over twee verschillende bed en breakfast mogelijkheden en een caravan park. *'Yeah but, but, but all these fancy stuff of accommodation no we don't have, we don't have that here.'* (Int. 3 r. 127). Twee geïnterviewden zeiden beiden dat een alternatieve optie is om te verblijven bij de gemeenschap zelf, door bijvoorbeeld te overnachten in een shack. *'They will be wide open. They will be open to it...'* (Int. 3, r. 129). Er is één eetcafé waar ze eigen gebrouwd bier verkopen. Geïnterviewde drie geeft aan dat er geen grote restaurants zijn om te gaan eten. Er zijn misschien twee of drie kleine plekken om eten te halen, maar niets industrieels. Eens per maand is er een voedselmarkt, waar de gemeenschap heen gaat om eten te halen als "payday" geweest is. Dit bevindt zich in de community hal, waar voornamelijk de ouderen met hun pensioen heen gaan. Tot slot werd tijdens het brainstormen gesproken over **het feit** dat er veel verschillende kerken zijn in Ritchie. Deze kerken worden voornamelijk bezet op woensdag en zondag, voor de rest staan ze over het algemeen leeg en gebeurt er niks mee.

Tot slot sprak geïnterviewde twee over de kansen van Ritchie en dat deze liggen bij ondernemerschap. Momenteel zijn er weinig (grote) bedrijven aanwezig in Ritchie en zit er mogelijkheid in het ontwikkelen van verschillende bedrijven. *'You must, like to find big business you must go to big town, there you find lots of business guys, lot of companies, lot of big. But in the community you will have big opportunity to run business.'* (Int. 2 r. 34 – 35). Ook tijdens het brainstormen werd er aangegeven **om** anderen proberen te stimuleren om voor zichzelf te beginnen. Als voorbeeld wordt er genomen het beginnen van een slagerij, omdat de mensen uit Ritchie nu naar Kimberley moeten voor veel boodschappen, waaronder vlees. Ook wordt een eigen groentetuin benoemd. Via deze kleine ondernemingen kunnen de inwoners zichzelf voorzien van eten, maar ook de burens. Hierdoor blijft het geld in de gemeenschap en is het niet meer nodig verre afstanden te reizen voor etenswaren.

5.2 Ontwikkeling 10 jaar

Nadat de kernkwaliteiten, nalatenschap en infrastructuur zijn benoemd door de geïnterviewden en deelnemers, werden ze gevraagd welke aspecten zij graag ontwikkeld willen zien. Tevens is gevraagd hoe zij na ontwikkeling van deze aspecten Ritchie voor zich zien na tien jaar. Tot slot is er gevraagd wat ermee bereikt hoopt te worden en wat hiervoor nodig is. Tijdens de brainstormsessie is de focus gelegd op wat er zou kunnen zijn en hoe dat er dan uit zou zien.

5.2.1 Cultuur, natuur en wild-life

Wat bij alle geïnterviewden en brainstormdeelnemers naar voren is gekomen, is dat ze hun cultuur en de cultuur van de gemeenschap willen delen met de toerist. *'And the first thing they will like to hear is about our culture and see the culture.'* (Int. 2 r. 50). Middels verschillende activiteiten zien zij mogelijkheden dit te doen. Een van de veel benoemde culturele mogelijkheden is het introduceren van traditionele maaltijden. *'We should definitely bring in like the typical traditional meals of like everyone here. I mean like the Zulu's eat something different the Xhosa's, the Tswana's, the Afrikaans people, English people, I'm still learning from like Afrikaans meals man. They make good stuff.'* (Int. 1 r. 311–313). Geïnterviewde twee sluit zich hierbij aan. Geïnterviewde geeft aan dat de smaak van hun culturele eten een belangrijk aspect is. Ook tijdens de sessie worden de traditionele maaltijden benoemd. Het beeld van geïnterviewde één is dat het niet grote restaurants **moeten zijn**, maar eerder koffiewinkeltjes waarin de verschillende culturen worden gehighlight. Door de culturen ook op die manier te presenteren hoopt geïnterviewde één de toerist bewuster te maken over wat de cultuur inhoudt. Geïnterviewde twee geeft ook aan liever niet dure plekken te creëren, zoals John Dories of Kentucky. Deze zijn al bekend, net als de smaken, het moet juist gaan om de onbekende culturele en traditionele smaken. Geïnterviewde drie zegt dat ondanks mensen niets hebben, ze uit niets iets moeten maken. Dit geldt ook voor het eten, zo benoemd ze het typische gerecht pap. Een traditioneel gerecht dat gemaakt wordt van maïsmeel. Daniëlle zegt tijdens de brainstormsessie dat traditionele kleding ook iets is wat betrokken kan worden. Door dit te laten maken en verkopen door de inwoners kan er geld gegenereerd worden en krijgen de toeristen kans op een uniek souvenir. Deze souvenirs kunnen dan vervolgens op markten of festivals verkocht worden.

Ook geeft geïnterviewde twee aan dat naast het eten het belangrijk is elk aspect van hun cultuur te laten zien: *'There is the culture, the food of the culture and the music and the view of our nation like how does this place look. How our town, our rural area is. You know you are going to to the big cities, there is no shanties there.'* (Int. 2 r. 52 – 54). Zo wordt er gesproken over het laten zien van de manier van leven en het verschil tussen dorpen en steden. Hierbij wordt bijvoorbeeld gedacht aan het verschil tussen huizen. Door dit te laten zien leert de toerist over de geschiedenis, cultuur en manier van leven in Ritchie. Niet alleen het laten zien van hun cultuur wordt benoemd, ook het uitwisselen van culturen die de toeristen met zich meebrengen, om gezamenlijk kennis uit **te** wisselen.

Zowel geïnterviewde twee en drie spreken beide over het delen van hoe de voorvaderen het deden. Hierbij wordt gedacht aan culturele dansen, muziek en zangers. Geïnterviewde drie vertelt over een culturele groep genaamd Pelindaba (Zoeloe voor einde verhaal of de conclusie). Zij vertellen het verhaal van de Sotho mannen en vrouwen en de Afrikaanse bushmannen door middel van verschillende dansen op culturele muziek in de kleding die gedragen werd door de voorvaderen. Muziek wordt ook benoemd

in de brainstormsessie, zo wordt er gesproken over het bespelen van de typisch Afrikaanse drums en de boeren gitaar en zang. Geïnterviewde vier kwam met het idee om ouderwetse straatspelen te organiseren, hiermee wordt laten zien wat de voorvaders deden om zich te vermaken en soms nog steeds gedaan wordt. Dit brengt volgens geïnterviewde het plezieraspect met zich mee.

Zoals beschreven in paragraaf 5.1 is geloof, **het Christelijke**, een belangrijk onderdeel van de gemeenschap. Geïnterviewde drie vertelt dat het geloof en de manier van uitdragen van het geloof iets is wat ook graag gedeeld wordt. “*Yeah it’s, it will be something different for them.*’ (Int. 3 r. 33).

Om de toeristen een goed beeld te geven waar kinderen in opgroeien raadt geïnterviewde drie aan om rond te kijken bij de rurale gebieden. Als voorbeeld wordt Freedom Park genoemd. Daarnaast zegt geïnterviewde dat het van belang is een beeld te krijgen bij hoe de mensen leven. Geïnterviewde vier spreekt ook over het rondleiden van de toerist in Ritchie en dat de gemeenschap die kans ook meteen zal aanpakken. *‘So whenever they see someone new they actually go out and reach out and touch. So they would literally jump into the opportunity of showing anyone around and guiding them into the place and showing them even the literal places.’* (Int. 4 r. 28 – 30). Een andere plek die geïnterviewde drie aandroeg als interessante plek voor een rondleiding of tour is de rivier. Dit is een rivier die zich in Ritchie bevindt en verschillende divisies heeft waar gezwommen kan worden, gevisd en prachtige natuur is. *‘But the river, the river is our main our main place. Yeah it’s it’s very long river, with different divisions. This is the area where you can swim, this is the area where there is a lot of fish, this is the area where it is very dangerous, this is the area where the collie, the meermuis, it’s it’s it’s a bit stoney, but beautiful.’* (Int. 3. R. 61 – 64).

Tijdens de brainstormsessie kwamen de deelnemers met het idee om een bepaalde tour te ontwikkelen, waarbij de toerist langs alle verschillende culturen komt die Ritchie te bieden heeft. Per cultuur wordt dan laten zien wat hierbij komt kijken, denk hierbij aan tradities, huisvesting, maaltijden et cetera. Via deze manier krijgt elke cultuur de mogelijkheid om zichzelf te uiten en te delen wat de cultuur inhoudt.

Geïnterviewde één sprak over festivals en markten. Dit is iets wat ook terug kwam tijdens de brainstormsessie. Daniëlle spreekt over dat er **zich** veel talenten bevinden in het dorp en er bijvoorbeeld een **muziekfestival** georganiseerd kan worden. Zayin spreekt over een **farmersmarket**. Zo zijn er al veel boeren, maar kunnen inwoners ook hun eigen eten produceren en op zulke markten verkopen. Jopie vertelt dat er eens per jaar een bazaar bij de kerk georganiseerd wordt. Gezamenlijk zijn ze er over eens dat dit een voorbeeld kan zijn en er **meer** dan eens per jaar zo’n soort markt georganiseerd kan worden op meerdere plekken in Ritchie.

Wat tijdens de brainstormsessie naar voren is gekomen, maar niet nadrukkelijk is benoemd tijdens de interviews, is de flora, fauna en wild-life. Jopie zou graag zien dat de toeristen leren over de wild-life **die** Ritchie en haar omgeving te bieden **hebben**. Hij geeft aan dat deze mogelijkheden onder andere aangeboden kunnen worden via **gamefarms** (wildkwekerijen). Hier zouden tours gehouden kunnen worden, waarbij de dieren toegelicht kunnen worden met uitleg over de specifieke gewoontes van deze dieren. Klaas benoemt voornamelijk de flora en fauna die kan worden laten zien: de manier van groente en fruitteelt, maar ook de medicinale planten. Zayin zou de toeristen graag willen wijzen op

sacred geometry patronen in tuinieren. Naast dat dit een natuurlijke manier van tuinieren is, is het ook een artistieke manier. Zie bijlage XVI als voorbeeld van sacred geometry patronen in tuinieren.

Tot slot kwamen de deelnemers tijdens de brainstormsessie op het idee verschillende aspecten te verwerken in workshops. Niet alleen het laten zien van wat de culturen inhouden en te bieden hebben, maar dat de toerist ook daadwerkelijk iets leert. Hetzelfde geldt voor de flora, fauna en wild-life.

5.2.2 Huisvesting

Door toeristen te laten verblijven in traditionele huizen brengt het ze dicht bij de cultuur. Geïnterviewde twee spreekt over shanties en rondavels. Zoals benoemd in paragraaf 5.1 wordt het idee aangedragen om toeristen ook te laten verblijven bij mensen thuis, in shacks. Geïnterviewde drie spreekt hier ook over en denkt dat de gemeenschap hier open voor staat. Tegen een kleine vergoeding verwacht geïnterviewde dat de inwoners met alle plezier hun shantie verhuren. *'... apart from making money but they also want you to see that this is, this is how we live.'* (Int. 3 r. 139 – 140). Zo komt geïnterviewde twee op het idee om een shantie bed en breakfast te ontwikkelen als een cultureel huis, waar alle culturele aspecten in terug komen inclusief het traditionele eten. Ook geïnterviewde vier geeft aan dat toeristen het eten in combinatie met verblijf interessant zullen vinden. Geïnterviewde geeft aan dat als zoiets ontwikkeld gaat worden het een plek moet zijn waar het huiselijk is met een warm gevoel. Een thuis weg van thuis. *'But I think if any infrastructure or B&B or any hotel wants to be launched in Ritchie. It would be a homely place. It would be like comfort and it would be like home away from home. Because we can make you feel at home and at the same time we nurture every culture aspect that you are adapting to an especially in about a place.'* (Int. 4 r. 79 – 82). Wiekes spreekt tijdens de sessie over het ontwikkelen van een lodge. Hij zegt dat dit naast de rivier kan plaatsvinden in een al bestaande boerderij. Geïnterviewde één zegt ziet mogelijkheden in wendy huizen, shanties of modderhuizen. Niet alleen wordt er gesproken over het verblijven in traditionele huizen, maar ook over het bouwen en ontwikkelen van biologisch afbreekbare huizen, het opknappen van huizen en het verbeteren van de groente en fruitteelt door middel van Permacultuur. Ook Zayin en Wiekes bespreken de traditionele en natuurlijke manier van huizen bouwen tijdens de brainstormsessie. Geïnterviewde één draagt het idee aan om de toerist hierbij te laten helpen. Naast traditionele huizen zouden toeristen ook kunnen verblijven in legertenten op verschillende stukken land van de gemeenschap. *'Like even they have army tents or like we could set up on people's, on the properties. I mean like we have got huge land.'* (Int. 1 r. 285 – 286). Jopie benoemt tijdens het brainstormen de mogelijkheid om toeristen te laten kamperen bij boerderijen. Ook het gebruik van trailers komt aan bod. Zayin geeft aan dat Ton het idee heeft om accommodatie te bouwen voor studenten, waarbij als er geen studenten in zitten toeristen ervan gebruik kunnen maken. Ondanks dat containerhuizen en safari lodges als mogelijkheden worden beschouwd, geven de deelnemers voorkeur aan shanties. Als redenering erachter zeggen ze dat de shanties de authentieke ervaring beter laat overkomen. Zayin vertelt dat het idee er is om zulke shanties te bouwen op het Regenboog Project. Zowel Zayin en Daniëlle geven aan dat het misschien een beter idee is om oude shanties te gebruiken.

5.2.3 Transport

Geïnterviewde twee kwam met het idee om een ezelwagen te introduceren. Dit is een transportmiddel die ze vroeger gebruikte en leuk zou zijn om weer in gebruik te nemen om toeristen in te vervoeren. Tijdens de brainstormsessie werd eerst benoemd om de toeristen rond te laten rijden om ze wegwijs te

maken, waarna tijdens een korte discussie de conclusie werd getrokken om de toeristen te laten lopen. Op die manier ervaren ze beter hoe het voor de gemeenschap is en krijgen ze meer mee van de natuur.

5.2.4 Faciliteiten

Om de benoemde activiteiten te kunnen laten werken is er gekeken naar wat er al is qua faciliteiten en waar gebruik van kan worden gemaakt. Zo wordt het Regenboog Project meerdere malen benoemd als een faciliteit waar zoal trainingen gedaan kunnen worden. Tevens dient het Regenboog Project als een community based platform. Ook openbare gebouwen, zoals de bibliotheek, community centrum en scholen kunnen als faciliteiten worden gebruikt om vanuit te werken. Geïnterviewde drie gaf aan bezig te zijn met een groep uit de gemeenschap voor de ontwikkeling van een museum, waar de geschiedenis van Ritchie naar voren komt en laat zien hoe vroeger trouwceremonies en kerkbijeenkomsten eruit zagen. Tijdens het brainstormen wordt er benoemd dat er ook gekeken kan worden naar mogelijkheden voor herbruik van oude gebouwen en lodges. Deze zouden gebruikt kunnen worden om meerdere locaties zoals het Regenboog Project te ontwikkelen.

5.2.5 Onderhoud en management

De geïnterviewden zijn gevraagd naar hoe zij het onderhoud en managen van de toeristische activiteiten voor zich zien. Geïnterviewde één zegt dat de organisatie binnen de gemeenschap moet blijven en vanuit daar kan gaan groeien. Als voorbeeld wordt de Youth Development Group benoemd die daarbij kan helpen. Een groep jongeren die zich momenteel inzet binnen Ritchie voor ontwikkeling. Geïnterviewde twee geeft aan dat de ouderen goed kunnen worden ingezet voor het vertellen van de geschiedenis. Door grootouders erbij te betrekken kunnen zij hun geschiedenis en kennis overbrengen aan de toeristen. Dit is iets dat ook veel terugkomt tijdens de brainstormsessie. Geïnterviewde vier sluit zich aan bij geïnterviewde twee en zegt dat de toeristen gegidst kunnen worden door de ouderen, vanwege hun brede kennis over Ritchie. Als onderbouwing wordt aangedragen dat de ouderen veel hebben meegemaakt tijdens de ontwikkeling van Ritchie en hier dus dieper op in kunnen gaan. Zij kunnen van het begin tot aan nu toe toelichting geven over Ritchie's ontwikkeling. *'The tourists will be guided by like the elderly. Because they talk a whole lot about this place. And if our elderly are more into the place, because they live through Ritchie. If you are coming to the place and you ask the elderly how long is this place: they start from point 1 and leading you to guide.'* (Int. 4 r. 101 – 103). Geïnterviewde twee geeft aan dat diegene die de tours gaat begeleiden een mastermind met een masterplan moet zijn. Iemand die het gehele plaatje ziet, zodat er een goede kwaliteit wordt neergezet. Daarbij moet iedereen volgens geïnterviewde worden ingezet op het onderwerp waar hij/zij het beste in is en het meeste van weet. Zo wordt er een gemengd team samengesteld vanuit verschillende kwaliteiten. Vanuit de brainstormsessie wordt hetzelfde aangegeven met betrekking op cultuur, zo is er gezegd dat per cultuur er één verantwoordelijke moet zijn die het regelt en ervoor zorgt dat zijn/haar cultuur gepresenteerd gaat worden. Naast de tours valt onder het onderhouden ook het behoudt van de mineralen, zegt geïnterviewde twee. Geïnterviewde drie benoemt de kinderen en jongeren om te betrekken bij het toerisme. Zij kennen veel van de omgeving en weten hier veel over te vertellen. Ook hebben zij geleerd over de geschiedenis van Ritchie, waardoor ze ook de oorsprong van Ritchie kunnen toelichten. Daarnaast zegt geïnterviewde drie dat iedereen die wil zich kan bezighouden met het onderhouden van toerisme, zolang er maar wordt samengewerkt. Ook de vrouwen kunnen onderhoud verrichten.

Geïnterviewde één geeft aan dat voor elk specifiek onderdeel er iemand moet zijn die **dat gaat managen** en **dat** dit binnen de gemeenschap moet worden gehouden. Zo wordt er gezegd dat er normaal gesproken iemand is als hoofd van sport en dansen. Zoals in de vorige paragraaf benoemd ziet geïnterviewde twee dit hetzelfde. Niet alleen verschillende tourguides, maar ook in het management zit ieder op zijn/haar specialiteit. *'Yes me alone, I can run it but if I have a, if there is a management team, management team makes it stronger and saver. So there must be a management team, from the community, those who run history, those who run uh uh like culture dance, those who runs instruments, those...'* (Int. 2 r. 242 – 244). Zo is het van belang om het door de gemeenschap te laten doen, omdat zij het beste hun eigen geschiedenis kennen. Iemand uit Johannesburg weet niet te vertellen wat de gemeenschap weet en kent. Geïnterviewde drie zegt dat het management moet bestaan uit de jongeren die toerisme studeren, omdat er ook jongeren uit Ritchie toerisme studeren. Geïnterviewde vier geeft aan dat de jongeren het toerisme kunnen managen. *'I think I, I believe more in educating the future and guiding the future. So I think the youth should do that and teaching them how to manage the place...'* (Int. 4 r. 108 – 109). *'...and to respect the cultures, keep the cultures and keep Ritchie as unique as it is now.'* (Int. 4 r. 111). Daarnaast geeft geïnterviewde aan dat de jongeren nieuwe ideeën kunnen introduceren en zij de marketing en advertisement kunnen managen. De jongeren benaderen zou makkelijk wezen, wegens dat ze opzoek zijn naar werk en zij weten hoe ze moeten dienen. De jongeren zijn nederig genoeg om de gemeenschap te dienen. *'The youth serves the community.'* (Int. 4 r. 133). *'So I think that would actually bring them to this point to be able to serve the community.'* (Int. 4 r. 135).

5.2.6 Stakeholders

De stakeholders die aangedragen zijn om mee samen te werken bestaan dus voornamelijk uit de gemeenschap: de jongeren en de ouderen van alle culturen. Zayin zegt tijdens de brainstormsessie dat het van belang is klein te beginnen. Uit ervaring vertelt hij dat er in het begin veel mensen zullen komen, maar naarmate de tijd verstrijkt er veel afvallen. Het is daarom belangrijk de juiste mensen te vinden, zodat ze ook blijven. Door eerst de armsten **n** helpen, zal de rest van de community vanzelf volgen en zien wat voor verandering er plaats kan vinden. Daarnaast is de Youth Development Group aangedragen. De overheid wordt ook benoemd door geïnterviewde één en drie, maar beide niet in een positieve zin. Volgens geïnterviewde één vertelt dat er veel corruptie speelt. Geïnterviewde drie geeft aan dat de overheid een goede stakeholder zou zijn voor het verkrijgen van fondsen, maar er altijd erg lange procedures zijn om dat te kunnen verkrijgen. *'... it's a long story so as I said the government will be the perfect people to help us, but everything with our government is procedure. Everything takes time. You see.'* (int. 3 r. 298 – 299). Volgens geïnterviewde één moet er gelet worden op de hoeveelheid partijen die samenwerken, vanwege de verstrengelde belangen die daaruit voortkomen. Dit zorgt ervoor dat er uiteindelijk meer overlegd wordt, dan uitgevoerd. Tot slot vertelde geïnterviewde drie dat hij/zij deel is van een Business Forum, waar ook aan gedacht kan worden om mee samen te werken.

5.2.7 Benodigdheden

Zodra er gesproken werd over benodigdheden om alles mogelijk te maken werd training en scholing het meest genoemd bij zowel de geïnterviewden als de deelnemers van de brainstormsessie. Geïnterviewde één zegt dat momenteel de jeugd vanuit school komt en niets te doen heeft. Dit is één van de redenen waarom er substantieel misbruik **van verslavende middelen** plaatsvindt. Door ze te

helpen de juiste richting in te gaan kan dit voorkomen worden. Door het Regenboog Project te gebruiken als trainingsfaciliteit kunnen ze hier getraind en opgeleid worden. Ook vertelde geïnterviewde dat zodra de gemeenschap getraind wordt in hun skills zij vervolgens andereⁿ weer kunnen trainen. Geïnterviewde twee **zegt** dat de scholen eerst verder moeten ontwikkelen. Ook werd er aangegeven dat jongeren gestimuleerd moeten worden meer over toerisme te leren en van daaruit meer over ondernemerschap. *'And the first development is school. You must develop the youth of school into tourism. And into tourism into business. So I can develop my youth into business and tourism.'* (int. 2 r. 43 – 45). Laat ook de ouderen hun kennis overbrengen naar de jeugd. Daarbij geeft geïnterviewde aan dat er een nieuwe systeem in de mindset van de gemeenschap moet komen. Laat ze zien hoe ontwikkeling eruit ziet en hoe er samengewerkt moet worden. Geïnterviewde drie geeft aan dat er trainingen moeten komen. Diegene die eraan **meewerkt**, moet eerst leren hoe er moet worden omgegaan met financiën. Anders krijg je financiën binnen, maar wordt het meteen verspild in plaats van op de juiste manier gebruikt. Het eerste wat dus volgens geïnterviewde moet gebeuren is de jeugd trainen, hen leren hoe om te gaan met geld en de verwachte werkzaamheden. Geïnterviewde vier zei, zoals eerder besproken, dat de jeugd geleerd moet worden om te managen en dat **ze dit** met de komst van toerisme kunnen leren. De jeugd kan volgens geïnterviewde van dromen werkelijkheid maken en vindt het daarom belangrijk om te investeren in de jeugd en de toekomst. *'And I think the youth it most prominently to life in like reality and into a dream.'* (Int. 4 r. 152). *'So yeah. Investing into the youth is most important and places like Ritchie needs that most.'* (Int. 4 r. 154). Wiekes zegt dat er misschien kennis is, maar niet voldoende en altijd correcte kennis. Zo stelt Jopie enkele inwoners voor die bepaalde kennis kunnen delen, er wordt dus voorgesteld om onderlinge scholing plaats te laten vinden. Dit is iets wat Daniëlle ook benoemd, zo zegt ze dat veel mensen wel de skills hebben, maar nog niet de kennis om dit verder te ontwikkelen.

Naast trainingen, geven drie van de vier geïnterviewden aan dat samenwerken een van de belangrijkste aspecten zal zijn. Ook wordt dit benoemd tijdens het brainstormen. Zo zegt geïnterviewde één dat als er samengewerkt kan worden, ze samen dingen kunnen oplossen en kunnen laten werken. Het is niet voor maar één persoon, het is voor de gehele community. De community moet daarom samenwerken en dan **zullen** dingen vanzelf lopen. *'Because it's not just one person, it's for the community. So the community needs to work together for each other. Then things will start going.'* (Int. 1 r. 207 – 208). Er moet volgens geïnterviewde één geleerd worden buiten het standaard systeem **te denken (out of the box)**. Geïnterviewde twee versterkt wat er gezegd was over het laten zien van hoe samen te werken. Geef de gemeenschap een beeld van wat de missie en visie is over hun community, laat ze samen staan en komen. Het is dus van belang om mensen samen te laten komen, ga met ze in gesprek en laat ze het grotere plaatje zien. Volgens geïnterviewde gaat het niet om geld, maar om het netwerk. *'The important thing that you'll need is to get the people together. And have a talk with them. And show him the biggest picture. And the resources, expensive resources, don't want money. Resources is network. Where you, what what we need, even network from Holland...'* (Int. 2 r. 179 – 181). *'The important thing is network. You can prepare the food and prepare all of the transport of the B&B. But without uh network there are no people.'* (Int. 2 r. 186 – 187). Geïnterviewde zegt dat als er samengewerkt wordt de benodigde resources vanzelf zullen komen.

Naast samenwerken zegt geïnterviewde twee dat het van belang is dat de gemeenschap schoon moet zijn en veilig voor de toeristen. Ook zegt Wiekes tijdens het brainstormen dat er schoongemaakt moet worden en bepaalde monumenten herstelt moeten worden. Zo vindt Wiekes dat bij de rotstekeningen en de al bestaande boerderij opgeknapt moeten worden. Hij benoemt het als het upgraden van wat er al is. Zayin vertelt over een idee van Ton. Zo willen ze afval opruimen en verzamelen. Het idee is om van het afval vervolgens standbeelden en/of kunstwerken te maken wat een eyecatcher wordt langs wegen richting en in Ritchie. Op die manier wordt de gemeenschap schoner en heeft het een extra toegevoegde waarde. De deelnemers voegen toe dat het niet maar één sculptuur hoeft te zijn, maar meerdere. Tevens geeft geïnterviewde aan dat motivatiesprekers nodig zijn, zodat de gemeenschap gemotiveerd wordt om hieraan mee te werken. Geïnterviewde één, drie en vier benoemen dat er fondsen en financiële investeringen nodig zijn om verschillende ontwikkelingen mogelijk te maken.

5.2.8 Doelen

Verschillende punten werden aangekaart wat de geïnterviewden en de brainstormdeelnemers hopen te kunnen bereiken door middel van toerisme. Zoals eerder benoemd het samenkomen van de gemeenschap. **Tevens hopen ze dat er betere leefomstandigheden ontwikkeld worden met de opbrengsten.** Zo benoemt geïnterviewde één dat als het lukt iedereen te “upliften”, Ritchie er na tien jaar niet meer hetzelfde uitziet. Niet alleen het veranderen van de leefomstandigheden, maar ook het gevoel van de gemeenschap over zichzelf. Geïnterviewde vier hoopt dat Ritchie deels als Kimberley wordt. Zo wordt er gesproken over vergrote werkgelegenheid en veranderingen. *‘Not fully Kimberley at least partly, but there will be a big difference to be with the the the with all those things I talk about now would be developed. So if employment is there, there will be, there will be changes. So definitely changes. Some for kids, for where they are, because they are children, there is nothing at home. There is nothing to do, nowhere to go, so I think all the naughtiness flaka and stuff is coming in here, but, but, but if all these things we talked about now...’* (Int. 4 r. 177 – 181). *‘If all these things coming in to progress, developing there, I believe Ritchie will definitely be a better Ritchie.’* (Int. 4 r. 183 – 184). Ook geïnterviewde vier verwacht dat de ontwikkelingen kunnen zorgen voor een betere Ritchie, een betere plek.

Tot slot hoopt geïnterviewde twee en deelnemer Wiekes dat **het behoud van kennis over de geschiedenis** bewaakt wordt op deze manier. Geïnterviewden één en twee, deelnemers Zayin en Daniëlle hopen dat de gemeenschap er ook milieubewuster van wordt, door te letten op de mineralen en bijvoorbeeld huizen te bouwen die de natuur weer terug kan nemen. Zo zegt Zayin: *“...that is why I find very important is to teach people to start thinking, start thinking of whatever you do must be good. Must be good for the earth, must be good for your neighbour, must be good for yourself.”* (Brainstormsessie, r. 1066 – 1068). Geïnterviewde één spreekt ook over het generen van geld, ondanks dat geld niet de voornaamste reden is om dit te ontwikkelen. *‘... I just really want to be able to help I think like something bigger out there and it’s not about making money...’* (Int. 1 r. 341 – 342).

6. Conclusie

6.1 Community based toerisme

In deze paragraaf wordt er antwoord gegeven op **“Wat is community based toerisme?”** door middel van het trekken van een conclusie uit het theoretische kader waar het kernbegrip “Community based toerisme” wordt besproken in combinatie met de resultaten van de deskresearch op de vragen **“Wie is de community based toerist?”** en **“Welke activiteiten onderneemt de community based toerist?”**.

Community based toerisme is een vorm van duurzaam toerisme, waarbij de gemeenschap het **management en onderhoud uitvoert**. Deze gemeenschap staat bij deze toerismevorm centraal en heeft een nauwe betrokkenheid met de toerist. Bij het ontwikkelen, uitvoeren en onderhouden van het toeristische product wordt er rekening gehouden met het economische, sociale en ecologische welzijn van de lokale gemeenschap **met als** doel deze aspecten te bevorderen.

De CBT toerist is iemand die goed opgeleid is, relatief een hoger inkomen en meer reiservaring heeft. Onder CBT toeristen vallen twee groepen, de hard CBT reiziger en de soft CBT reiziger. Deze groepen staan voor **de ervaringswensen van de CBT toerist**. In bijlage IX is een schema te zien waarbij uitleg wordt gegeven per groep. Hierin is ook te zien dat binnen de groepen zich verschillende types toeristen bevinden: oudere generatie, jongere generaties en families met kinderen. Het belangrijkste voor de CBT toerist is dat de activiteiten betrekking hebben op de lokale cultuur, etnische leefstijl, ecologie en geschiedenis. De toerist is op zoek naar activiteiten die de benoemde aspecten naar voren brengen en dat deze verwerkt zijn in de accommodatie en faciliteiten. In bijlage X is een tabel te vinden met verschillende voorbeelden van accommodatie, activiteiten en attracties.

6.2 Kernkwaliteiten Ritchie

Deze paragraaf geeft antwoord op de vraag **“Wat zijn de kernkwaliteiten van Ritchie?”**. Hiervoor wordt er gekeken naar wat er in de deskresearch is geschreven in paragraaf 4.3 samen met wat er in de resultaten van het veldonderzoek (hoofdstuk 5) staat.

Uit het veldonderzoek is gebleken dat de deelnemers en geïnterviewden de volgende aspecten als kernkwaliteiten van Ritchie zien: 1. De gemeenschap, 2. De culturen, 3. Het geloof (Christendom), 4. Ecologie (wild-life en natuur), 5. Geschiedenis. Bij de deskresearch is voornamelijk praktische informatie naar voren gekomen. Zo zijn 61,6% inwoners tussen de 15 en 65 jaar en hebben daarmee de leeftijd om te mogen werken. Er ligt één nationaal park in de buurt, er is één museum op rij afstand, **er zijn** meerdere boerderijen om Ritchie heen, twee rivieren, zes accommodatie mogelijkheden, één restaurant nabij en één restaurant in Ritchie, een afhaalrestaurant en kleine supermarkten. Daarnaast is het belangrijkste wat naar voren gekomen is, dat Ritchie een dorp is waar vele culturen samenkomen en heeft het Christendom het grootste aandeel in het geloof.

6.3 Toeristische aspecten ontwikkelen

Het antwoord op de vraag **“Welke toeristische aspecten binnen de kernkwaliteiten van Ritchie is de gemeenschap bereid om (verder) te ontwikkelen?”** **wordt in** deze paragraaf beantwoord.

Cultuur is een kernkwaliteit **die** de deelnemers en geïnterviewden het liefst verder willen ontwikkelen naar toeristische aspecten en vervolgens producten. De volgende ideeën voor aspecten worden genoemd: traditionele maaltijden, traditionele kleding, souvenirs, levensstijl, huisvesting, culturele dansen, muziek en zangers **en** traditionele activiteiten (bijvoorbeeld straatspelen). Om deze aspecten te verwerken opperden de deelnemers uit de brainstormsessie een tour te ontwikkelen waarbij alle culturen uit Ritchie langskomen door middel van de verschillende benoemde aspecten. Tevens werd het idee benoemd om festivals en markten te ontwikkelen om hiermee de culturen te kunnen weergeven. De **geschiedenis** wordt benoemd als een belangrijk aspect voor de inwoners van Ritchie. Elke cultuur heeft zijn eigen geschiedenis, evenals dat het gebied een eigen geschiedenis heeft. Er zijn meerdere tastbare overblijfselen van de geschiedenis van Ritchie. Deze zouden ze ook graag willen opknappen en meenemen in het toeristische product. Daarbij heeft de Boerenoorlog zich in dat gebied afgespeeld, waarvan meerdere overblijfselen te vinden zijn. **Ecologie** is benoemd als kernkwaliteit om te verwerken als toeristisch onderdeel van Ritchie. Zo zijn er mogelijkheden voor het ontwikkelen van verschillende tours waarbij de wild-life en flora en fauna van Ritchie tentoongesteld kunnen worden. Uit het veldonderzoek en deskresearch blijkt dat aan **accommodatie** nog weinig te vinden is in Ritchie. Dit is iets wat aangebracht is als belangrijk punt dat ontwikkeling nodig heeft om de toeristen te kunnen huisvesten. Zo zijn de deelnemers en geïnterviewden overtuigd dat dit een belangrijk aspect is wat nog niet voldoende aanwezig is in Ritchie. Zij spreken over het ontwikkelen en/of gebruik maken van: shanties, wendy huizen, modderhuizen, shacks, bed en breakfast, lodges, legertenten en kampeerplekken. Tot slot wordt er aangegeven dat de gemeenschap **training en scholing** nodig heeft om hen te laten ontwikkelen in het actief zijn in het toerisme en de randsectoren.

6.4 CBT: vergelijkbare bestemmingen

In deze paragraaf wordt er aan de hand van de resultaten uit de deskresearch (paragraaf 4.4) antwoord gegeven op de laatste vraag **“Hoe passen vergelijkbare bestemmingen community based toerisme toe?”**.

Er zijn in totaal vier voorbeelden gegeven in paragraaf 4.4 van vergelijkbare bestemmingen die CBT toepassen. Hier is te zien dat alle vier de bestemmingen het zo dicht mogelijk bij de lokale bevolking en gebruiken hebben gehouden. Zo hebben ze de mogelijkheid ontwikkeld om de toeristen te laten verblijven bij iemand uit de gemeenschap, deze wijze van accommodatie wordt hier ook wel home stay genoemd. Alle bestemmingen bieden verschillende lokale activiteiten en tours aan. Deze kunnen worden **ondernomen** door niet alleen de gasten die blijven overnachten, maar ook door **dagbezoekers**. Bij alle bestemmingen is er meer werkgelegenheid gecreëerd voor de lokale bevolking en zijn zij diegene die de toerisme activiteiten uitvoeren en managen. Bij twee bestemmingen zijn er NGO's die hierbij helpen en twee bestemmingen die het volledig zelf doen vanuit de gemeenschap. Bij drie van de vier bestemmingen is er gekozen om op het toerisme in te spelen, omdat dat ze dicht bij andere toeristisch aantrekkelijke locaties liggen. Ook wordt er bij drie van de vier bestemmingen nadrukkelijk gezegd dat er souvenirs worden verkocht en dit voor inkomen zorgt. Verder komen alle opbrengsten ten goede aan de gemeenschap door dit weer te investeren in verdere ontwikkeling, naast dat het voor een inkomen voor de inwoners zorgt. Aspecten die genoemd worden ter aanbod: excursies en tours, gidsen, culturele nalatenschap, winkeltjes, geschiedenis, tradities, cultuur, rurale levensstijl, hiken, fietsen en klimmen. Er wordt dus gebruik gemaakt van de lokale kennis, cultuur, omgeving en geschiedenis.

7. Discussie

7.1 Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid is één van de criteria waarnaar gekeken wordt om **de kwaliteit te beoordelen van het onderzoek**. Zo wordt er nagegaan of er toevallige fouten in het onderzoek voorkomen. Een voorwaarde voor het controleren van de betrouwbaarheid van een onderzoek is dat het onderzoek herhaalbaar moet kunnen zijn, anders is niet na te gaan of het onderzoek betrouwbaar is (Verhoeven, 2014, p. 204). De volgende stappen zijn ondernomen om de betrouwbaarheid van het onderzoek te vergroten: 1. *Standaardisering*: zo is er een interviewgide gebruikt waar de onderwerpen op vaststaan samen met de vragen, die gebruikt werden voor elk interview. Het draaiboek voor de brainstormsessie houdt diezelfde onderwerpen aan. 2. *Methode-triangulatie*: tijdens het onderzoek zijn er meerdere invalshoeken gebruikt om bepaalde vragen te kunnen beantwoorden. Er zijn combinaties gemaakt van literatuuronderzoek en deskresearch, deskresearch, interviews en een brainstormsessie en de combinatie van interviews en een brainstormsessie. 3. *Iteratie*: er zijn vier interviews afgenomen. Er heeft dus een herhaling van dataverzameling plaatsgevonden die vervolgens zijn geanalyseerd en geïnterpreteerd. Hiermee wordt **de voorwaarde van herhaalbaarheid voor het interviewen voldaan** (Verhoeven, 2014, p. 208). De brainstormsessie is daarentegen maar één keer afgenomen, **omdat er geen afspraken konden worden gemaakt** met de onderzoekseenheden. Hierdoor was het niet mogelijk groepen bij elkaar te krijgen voor een sessie. 4. *Opnameapparatuur*: Voor alle interviews en voor de brainstormsessie is er gebruik gemaakt van opnameapparatuur. Zo zijn er geluidsopnames gemaakt. **Ondanks dat de opname van de brainstormsessie is niet altijd even goed hoorbaar is, is opname wel getranscribeerd.** De niet verstaanbare delen zijn hier genoteerd als inaudible en uiteindelijk kon merendeels alsnog gecodeerd en verwerkt worden. Voor alle opnames is toestemming gegeven om op te nemen en te transcriberen. **Voor de lezers van het onderzoek zijn, om privacy, de transcripten en geluidopnames van de interviews anoniem gelaten.** Alle interviews zijn afgenomen bij de mensen thuis, waardoor het een vertrouwde omgeving voor hen was en dit hen meer op het gemak stelde. Ondanks de tegenslagen met de brainstormsessie kan er worden geconcludeerd dat het onderzoek reeds betrouwbaar is. De brainstormsessie is in dit onderzoek een goede aanvulling geworden op andere resultaten **die zijn** verkregen via deskresearch en via de interviews.

7.2 Validiteit

Een ander criteria waar naar gekeken wordt is de validiteit. Hiermee wordt er gekeken of er systematische fouten zijn gemaakt. Er wordt stilgestaan bij de vraag of de onderzoeker heeft gemeten wat hij/zij wil weten en naar het waarheidsgehalte van het onderzoek (Verhoeven, 2014, p. 334). Binnen validiteit **vallen** de interne validiteit, externe validiteit en begripsvaliditeit. Per begrip wordt er besproken hoe daar binnen dit onderzoek mee om is gegaan.

Interne validiteit

Het gaat **er** bij interne validiteit **om** of de onderzoeker de onderzoeksvraag juist heeft beantwoord (Verhoeven, 2014, p. 335). Om de objectiviteit van de onderzoeker te behouden zijn de geïnterviewden en brainstormsessiedeelnemers niet van te voren ingelicht over de vragen die ze kunnen verwachten evenals de onderwerpen. Zij hebben toegezegd mee te werken na de vraag of ze willen meewerken aan een onderzoek over toerisme, zonder meer informatie te hebben gekregen over de inhoud. Tijdens de

brainstormsessie is er gezorgd voor eerst een open vraag, waarbij de deelonderwerpen nog niet gegeven zijn. Hierdoor werden de deelnemers nog niet een richting op gestuurd waarover ze kunnen denken. Het zorgde ervoor dat ze zelf met ideeën kwamen en niet al vast zaten aan een idee. Toen zij klaar waren met het geven van eigen ideeën werden de deelonderwerpen pas verteld met de vraag nogmaals na te denken over wat daar verder binnen zou passen, naast wat er al aan ideeën gegeven is. Hierdoor kregen ze een tweede ronde met iets meer richtlijnen wat voor een nieuwe lading ideeën zorgde. Op basis van de besproken punten, kan de conclusie worden getrokken dat er sprake is van een goede interne validiteit.

Externe validiteit

Voornamelijk wordt externe validiteit toegepast bij kwantitatief onderzoek. Hiermee wordt de reikwijdte van het onderzoek bepaald. Binnen kwalitatief onderzoek wordt er in plaats van de populatie gekeken naar de generaliseerbaarheid **in relatie tot** andere situaties (Verhoeven, 2014, p. 334). Dit wordt bepaald door te bepalen of de steekproef representatief is, oftewel of de steekproef gelijke kenmerken heeft met die van de populatie (Verhoeven, 2014, p. 197). Binnen dit onderzoek is er gekeken naar de situatie binnen Ritchie en haar gemeenschap. Het is hierbij niet de focus geweest om het onderzoek te kunnen generaliseren naar soortgelijke bestemmingen (inhoudelijke generalisatie). Wel is er geprobeerd om door middel van de gekozen deelnemers het zo representatief mogelijk te maken voor de gemeenschap van Ritchie. Hiervoor zijn vier personen geïnterviewd. Twee wonen in het blanke gedeelte en twee wonen in het gekleurde gedeelte. Per gebied is er een man en vrouw geïnterviewd. De vier geïnterviewden hebben niet allemaal dezelfde huidskleur en culturele achtergrond. Aan de brainstormsessie hebben zes deelnemers meegedaan. Drie personen hebben een donkere huidskleur en drie personen een blanke huidskleur. Deze keuze is gemaakt om de kans op racisme te verkleinen en om iedereen een gelijk gevoel te geven. De leeftijden lagen tussen de 27 en 69. Hierdoor was er een gevarieerde blik van jong en oud. Door de brainstormsessie en de interviews te combineren kan er worden geconcludeerd dat er sprake is van een goede externe validiteit.

Begripsvaliditeit

Bij begripsvaliditeit wordt er gekeken of er is gemeten wat de onderzoeker wilde weten (Verhoeven, 2014, p. 334). Het kan zijn dat sociaal wenselijke antwoorden invloed hebben op het onderzoek. Dit is minimaal gehouden door alle geïnterviewden anoniem te houden en ze persoonlijk alleen bij hun thuis te interviewen. Hierdoor kregen ze een vrijer gevoel en hadden ze geen problemen met het geven van eerlijke meningen. In dit onderzoek is er geen sprake geweest van vragen die algemeen gezien worden als gevoelige vragen. Mocht dit voor een van de respondenten wel zo hebben aangevoeld, kregen ze dankzij de anonimiteit en persoonlijkheid alsnog de ruimte deze naar eigen invulling te beantwoorden. Tijdens de interviews en de brainstormsessie is er ook gebruik gemaakt van verschillende gesprekstechnieken. Zo zorgde de onderzoeker ervoor dat er genoeg oogcontact is geweest zonder te staren en dat er ter ondersteuning af en toe geknikt werd op wat de geïnterviewde en deelnemer vertelde. Ook is er gehumd, om te laten merken dat de onderzoeker het begreep of gehoord heeft. Door dit op de juiste momenten te doen kan dit ook werken als een stimulans. Tot slot werd er door de onderzoeker herhaald en samengevat. Dit zorgde ervoor dat de geïnterviewden en deelnemers konden bevestigen dat het goed begrepen is of erop ingaan om het duidelijker te maken wat er bedoeld werd. **Naar** aanleiding van bovenstaande punten kan er worden geconcludeerd dat er een goede begripsvaliditeit is.

8. Advies

Nu alle resultaten verwerkt zijn, wordt er in dit hoofdstuk een advies gegeven om zo de vraag “*Hoe kan stichting Eye For Others de mogelijkheden van Ritchie en haar gemeenschap inzetten om zo een nieuw toeristisch product te ontwikkelen?*” te beantwoorden. Eerst worden er adviesopties gegeven, waarna er een afweging komt. Na de afweging wordt de beste optie uitgewerkt.

8.1 Adviesopties

Adviesoptie 1: Een tour creëren waarbij de culturen van Ritchie en haar omgeving centraal staan.

Doelgroep

Om te kunnen bepalen uit welke aspecten de tour gaat bestaan moet er besloten worden welke doelgroep binnen CBT SEFO wil aanspreken. Als er gekeken wordt naar de missie en visie van SEFO onderschrijft ze de wens om (jonge) mensen in contact te brengen door middel van ‘Circulaire Ontwikkeling Versterking’. Het doel is om de Westerse en Afrikaanse wereld samen te laten komen, elkaar te laten versterken en om bewustwording te creëren. Deze doelstelling sluit aan bij wat er geschreven is in het theoretische kader, waar staat dat CBT kenmerkend is voor interactie tussen de gastgemeenschap en de bezoeker. Gekeken naar deze doelstelling en naar de beschrijving van doelgroepen binnen CBT in Bijlage IX kan er gesteld worden dat de Hard CBT reizigers het meest bij SEFO past, omdat zij ook echt willen meeleven met de gemeenschap. Binnen deze groep zal de focus dan komen te liggen op de jongere generaties, omdat zij niet opzoek zijn naar comfort, maar naar een ‘once in a lifetime experience’.

Toeristisch product

Uit de conclusie is gebleken dat er overeenkomsten zijn tussen wat Ritchie en haar gemeenschap te bieden heeft en waar de CBT toerist naar opzoek is, namelijk cultuur, geschiedenis en ecologie. Bij deze optie wordt de focus gelegd op cultuur, hierbij is het belangrijk per cultuur scherp te krijgen wat het belangrijkste is om hiervan te laten zien. In het theoretische kader (paragraaf 2.2.1) is te lezen hoe Doncean (2014) verklaart dat de complexiteit van een toeristisch product ligt aan de hoeveelheid componenten, deelnemers en soorten producten. In dit geval gaat het om één soort product, namelijk een tour. De complexiteit ligt hierbij dus in de componenten en deelnemers. Uit het veldonderzoek zijn er al een aantal componenten gegeven die erin verwerkt kunnen worden: traditionele maaltijden, kleding, dansen, muziek, levensstijl en huisvesting. Deze aspecten kunnen worden verwerkt als ervaringen die de toerist kan krijgen, maar uit de brainstormsessie kwam het idee om dit ook als workshops aan te bieden, waardoor de toerist nog meer betrokken wordt. Hiermee wordt ingespeeld op datgene waar de CBT toerist naar op zoek is, maar ook op wat Smith (1994) en Holbrook en Batra (1987) zeggen, namelijk dat het van belang is de toerist te betrekken bij het produceren van het toeristische product, omdat het voornamelijk gaat om de symbolische betekenis en de ervaring. Per cultuur kan er een familie of persoon worden aangesteld die deze aspecten van hun cultuur gaan weergeven vanuit hun leefomgeving, waarbij er een gids is die de toerist(en) naar alle onderdelen begeleidt. Voor het overnachten zullen er gastgezinnen uitgekozen worden die de toeristen kunnen onderbrengen en de authentieke ervaring kunnen geven van hoe het er in de gemeenschap eraan toe gaat. Mochten toeristen willen verblijven in een bed en breakfast kan dit bij de al bestaande bedrijven. Wanneer het toerisme meer aantrekt kan er overwogen worden om nieuwe accommodaties te openen en te ontwikkelen. De samengestelde tour samen met de overnachting zorgt ervoor dat een groot deel van het model van Smith (1994), The Generic Tourism Product (bijlage III) behaald wordt. Het voordeel

hiervan is dat zodra alle elementen correct worden toegepast en er gebruik wordt gemaakt van deze elementen, er een toeristisch product ontstaat welke toeristen bevredigt en van goede kwaliteit is (Smith S. , 1994). De physical plant bestaat hierbij uit de omgeving, verblijf en de aspecten die ze ter plaatsen gaan meemaken. De service en hospitality bestaan uit de begeleiding van de gemeenschap tijdens de tour en het verblijf. Dit wordt nog verder uitgewerkt in het onderstaande kopje 'Ro/ gemeenschap'. Ook is er sprake van freedom of choice, doordat toeristen de keuze hebben om workshops te volgen. Tot slot is de involvement van dit toeristische product hoog, doordat de toeristen daadwerkelijk meeleven met de gemeenschap en zien wat de cultuur inhoudt.

Rol gemeenschap

Vanuit het theoretische kader en de conclusie van vraag één is te lezen dat het managen en onderhouden van het toerisme binnen community based toerisme het best kan worden gedaan door de gemeenschap zelf. Zo is uit het onderzoek van Goodwin en Santille (2009) gebleken dat het belangrijkste voor succesvol CBT sociaal kapitaal en empowerment is, waarbij lokaal management en samenwerking wordt benoemd. Bij het vergelijken van soortgelijke bestemmingen waar CBT is ingezet, is te zien dat twee van de vier bestemmingen dit ook hebben gedaan en dat het succesvol is geweest. Vanuit de gemeenschap zullen er mensen geselecteerd worden die het managen en onderhouden op zich willen nemen en de juiste achtergrond hebben om het toeristische product op te kunnen zetten. Daarnaast hebben de inwoners van Ritchie de beste kennis over wie hier wel of niet voor geschikt is. Door het direct bij de gemeenschap te organiseren krijgen zij de verantwoordelijkheid om het te laten slagen en zijn zij ook direct diegene die ervan profiteren. Bij de onderzoeksmethode APPA, benoemd in het theoretische kader onder paragraaf 2.2.2, is te lezen dat deze participatie het beste is voor de ontwikkeling van CBT. De personen die in aanmerking kunnen komen om deel uit te maken van de commissie zijn benoemd in het veldonderzoek. Zo is er besproken dat families, ouderen en jongeren kunnen worden ingezet voor de presentatie van de culturen, waarbij jongeren voornamelijk de rol als gids zullen innemen en de toeristen rondleiden. Een actieve groep waar mee gewerkt kan worden is de Youth Development Group. Daarnaast zijn er jongeren in Ritchie die toerisme hebben gestudeerd en dus een rol kunnen spelen in deze commissie. De commissie zal vervolgens ervoor zorgen dat de juiste personen betrokken raken bij het toeristische product en zorgen ervoor dat de aspecten ontwikkeld worden, zodat het uitvoerbaar is en kan worden ingezet. De commissie is de directe link met de toeristen. Zij zullen zorgen dat er een planning is en zorgt voor de betaling van de activiteiten.

Rol Stichting Eye For Others

SEFO zal helpen bij het opzetten van de commissie en het vinden van de juiste personen hiervoor. Daarbij zal SEFO richtlijnen geven voor de benodigdheden voor het toeristische product en overzien hoe dit uitgewerkt gaat worden. SEFO heeft hierbij voornamelijk een adviserende rol. Tevens kan SEFO de commissie ondersteunen met haar netwerk en contacten.

Adviesoptie 2: Een toeristisch product creëren waarbij de geschiedenis van Ritchie centraal staat.

Doelgroep

De doelgroep is hetzelfde als beschreven in adviesoptie één.

Toeristisch product

Zoals beschreven bij adviesoptie één zijn de overeenkomsten tussen wat Ritchie en haar gemeenschap te bieden heeft en waar de CBT toerist naar opzoek is cultuur, geschiedenis en ecologie. Bij deze adviesoptie wordt de focus gelegd op geschiedenis. In het veldonderzoek is er naar voren gekomen dat er twee voornaamste onderwerpen in de historie van Ritchie zijn, namelijk de ontstaansgeschiedenis

van Ritchie en de Boerenoorlog. Om dit weer te geven kunnen gidsen worden ingezet die middels een tour de start en ontwikkeling van Ritchie kunnen laten zien en hierover kunnen vertellen. Bij deze tour wordt er ook langsgegaan bij de uit het veldonderzoek benoemde rivier met rotstekeningen en de boerderij waar het allemaal begonnen is. Om de geschiedenis van de Boerenoorlog weer te geven kan de blokhut waar de soldaten zich hadden gevestigd worden laten zien, langs Magersfontein museum worden gegaan en verschillende boeren worden bezocht waar op het land de overblijfselen nog van te zien zijn. Door dit te combineren wordt er een stuk algemene geschiedenis van Zuid-Afrika verteld en daarna ingezoomd op de geschiedenis van Ritchie en het ontstaan hiervan. Het overnachten zal hetzelfde zijn als aangegeven in adviesoptie één. Door deze combinatie te maken betreft het de toerist door hem/haar te laten ervaren hoe Ritchie geworden is zoals het er nu uit ziet. Hiermee wordt er voldaan aan de involvement van The Generic Tourism Product van Smith (1994). Hetzelfde als bij adviesoptie één valt de service en hospitality onder de gemeenschap, doordat zij de tour zullen begeleiden en organiseren. De physical plant bestaat uit de omgeving waar de toerist doorheen loopt, de rivier die valt onder natuurlijke bron en faciliteiten zoals bijvoorbeeld de blokhut. Hierbij is de freedom of choice minder, omdat het een tour is waarbij meer verteld wordt dan dat er activiteiten ondernomen worden waarbij de toerist kan kiezen.

Rol gemeenschap

De rol van de gemeenschap is over het algemeen hetzelfde als beschreven in advies optie één. Er zal dus een toerisme commissie worden opgericht. Zij zullen de juiste personen kiezen wie deze tour het beste kunnen begeleiden en kunnen uitvoeren. Daarnaast zullen zij de touraspecten verder uitwerken, waarbij een duidelijke verhaallijn van de geschiedenis uitgewerkt zal worden. Dit zorgt ervoor dat elke gids weet wat er verwacht wordt en er moet worden verteld. In het veldonderzoek worden jongeren aangewezen om als gidsen te werken. Ook worden ouderen benoemd, omdat zij een groot deel hebben meegemaakt van de ontwikkeling van Ritchie. Zij zullen niet altijd als gids kunnen werken, omdat zij fysiek niet allemaal in staat zijn lange afstanden te lopen. Een mogelijkheid om de ouderen toch te betrekken is om met de gids langs geselecteerde ouderen te gaan tijdens de tour, waar de ouderen vervolgens hun verhaal kunnen delen. Dit zorgt ervoor dat ook dat deel van de bevolking betrokken wordt bij de toeristische ontwikkeling.

Rol Stichting Eye For Others

De rol van de stichting is hetzelfde als beschreven in adviesoptie één.

Adviesoptie 3: Een toeristisch product creëren waarbij de ecologie van Ritchie centraal staat.

Doelgroep

De doelgroep is hetzelfde als beschreven in adviesoptie één.

Toeristisch product

Zoals beschreven bij adviesoptie één zijn de overeenkomsten tussen wat Ritchie en haar gemeenschap te bieden hebben en waar de CBT toerist naar opzoek is cultuur, geschiedenis en ecologie. Bij deze adviesoptie wordt de focus gelegd op ecologie. Tijdens de brainstormsessie is er benoemd dat Ritchie rijk is aan flora, fauna en wild-life. Er zijn in de omgeving verschillende gamefarms en is er een nationaal wildpark (Mokala National Park). Tevens zoals beschreven in de uitkomsten van de branche analyse en benoemd tijdens de interviews en brainstormsessie lopen er twee rivieren door Ritchie die uitmonden tot een rivier. Ook kan Sunny Weather, een boerderij waar op het land verschillende groenten en vruchten worden geproduceerd, betrokken worden. Er zijn dus drie onderdelen die verwerkt kunnen worden in deze tour: agricultuur, wild-life en flora en fauna. Bij het nationale park

bestaat de mogelijkheid om een tour te doen door het gebied en daarmee meer te weten te komen over de wild-life die zich daar bevindt. Bij de gamefarms wordt dit niet aangeboden, maar kan het wel ontwikkeld worden. Zo bieden gamefarms al wel de mogelijkheid om te jagen, mits de toerist hiervoor een vergunning heeft. Daarnaast biedt Geluk Safari's helikoptervluchten aan in het gebied. Dit is een aspect wat op verzoek van de toerist erbij betrokken kan worden. Agricultuur kan worden laten zien door een tour bij Sunny Weather te doen. Hier kunnen ze laten zien hoe ze te werk gaan en welke producten er lokaal geproduceerd worden. Lokaal in Ritchie kan worden laten zien hoe inwoners zelf agrarisch te werk gaan. Hierbij kan ook een workshop worden ontwikkeld, waarbij de toerist leert om zelf agrarisch aan de slag te gaan. Door hen een workshop hierover te laten uitvoeren kan dit direct de gemeenschap helpen. Door de workshop zo in te richten dat ze in een tuin in de gemeenschap de workshop uitvoeren wordt direct die tuin ontwikkeld om te produceren. Hierbij kan Permacultuur en sacred geometry tuinieren betrokken worden, zoals benoemd tijdens de brainstormsessie en interview één. Niet alleen leren de toeristen hier veel van, maar helpen ze de gemeenschap door een betaalde workshop af te nemen en een tuin te prepareren voor productie. Tot slot wordt er afgesloten met een tour langs de rivier, waarbij de nadruk ligt op de scenery, flora en fauna om deze rivier heen. Als afsluiting wordt er daar gevist met de lokale mensen dat vervolgens als avondeten kan dienen.

Rol gemeenschap

De rol van de gemeenschap is over het algemeen hetzelfde als beschreven in advies optie één. Er zal dus een toerisme commissie worden opgericht. Zij zullen de juiste personen kiezen wie deze tour het beste kunnen begeleiden en kunnen uitvoeren. Bij deze tour is specifieke kennis nodig om het te kunnen begeleiden. Hier zal dus extra op gelet moeten worden. Tijdens de brainstormsessie gaf Zayin aan dat hij bereid is hieraan mee te werken en anderen over sacred geometry tuinieren wil leren. Ook Jopie gaf aan mogelijkheden te zien in het onderling delen van kennis.

Rol Stichting Eye For Others

De rol van de stichting is hetzelfde als beschreven in adviesoptie één.

8.2 Afwegingen adviesopties

In paragraaf 8.1 zijn drie adviesopties gegeven. Om aanbevelingen te kunnen doen worden de adviesopties afgewogen aan de hand van gestelde criteria. De criteria zijn gekozen op basis van of het aansluit bij de opdrachtgever, of het organisatorisch haalbaar is en welke het beste aansluit bij CBT. Aan de criteria is een wegingsfactor gekoppeld op basis van welke criteria de opdrachtgever heeft aangegeven het belangrijkste te vinden. Zo vindt hij het belangrijk dat het advies aansluit bij de stichting en waar zij voor staat. Daarnaast moet het advies organisatorisch haalbaar zijn, zodat het daadwerkelijk uitgevoerd kan worden. Tot slot wil de stichting graag community based toerisme aantrekken, maar heeft deze minder belang dan de eerste twee opgestelde criteria. In tabel 8.1 op bladzijde 46 zijn de uitkomsten van de afwegingen weergegeven. Hierbij loopt de scores van 1 tot en met 5, waarbij 1 punt staat voor het helemaal niet aansluiten bij de criteria en 5 punten voor het volledig voldoen aan de gestelde criteria.

Tabel 8.1

Criteria	Wegingsfactor	Optie 1		Optie 2		Optie 3	
		Score	Totaal	Score	Totaal	Score	Totaal
Sluit het advies aan bij de opdrachtgever?	2	5	10	4	8	4	8
Is het advies organisatorisch haalbaar?	2	3	6	4	8	4	8
Sluit het advies aan bij community based toerisme?	1	5	5	4	4	4	4
Totaal			21		20		20

Optie één sluit het meest aan bij de opdrachtgever, omdat hier direct wordt ingespeeld op de wens van het samenbrengen van de Westerse en Afrikaanse wereld. In deze optie komen de verschillende culturen samen en wordt dit gedeeld met de toerist. In optie twee is dit ook zo, maar ligt de focus meer op de geschiedenis dan op de mensen. Toch, doordat er ouderen worden betrokken en er dus contact is met de gemeenschap, sluit het redelijk aan bij de wens van de opdrachtgever. Hetzelfde geldt voor optie drie. Ondanks dat de gemeenschap hier minder in beeld is, zorgt de tour langs de boerderij en lokale agrariërs ervoor dat er contact is. De workshop versterkt dit, doordat er direct gewerkt wordt met de lokale bevolking. Organisatorisch zijn alle opties haalbaar, maar kost adviesoptie één meer inspanning dan optie twee en drie. Dit heeft te maken met dat dit allemaal bij mensen thuis wordt georganiseerd en dus extra tijd kost om dit op te zetten. Bij optie twee en drie zijn merendeels al in werking of is er al de mogelijkheid dit te bezoeken. Hierbij gaat het voornamelijk om de juiste mensen te vinden die de toeristen begeleiden. Tot slot sluit adviesoptie één het beste aan bij CBT, omdat deze tour volledig gericht is op de gemeenschap en de culturen. Ook optie twee en drie passen bij CBT, maar hebben minder directe betrokkenheid met de gemeenschap als bij optie één. In bijlage XVII is een uitgebreidere onderbouwing te vinden met betrekking tot het scoren van de opties. Alle drie de opties scoren erg dicht bij elkaar en zijn dus alle drie interessant om uitgewerkt te worden.

8.3 Implementatieplan

Aan de hand van de PDCA-cyclus is er een implementatieplan opgesteld voor de opdrachtgever om hem handvaten te geven voor de uitvoering van het advies. In bijlage XVIII is beschreven waar de PDCA-cyclus voor staat en wat dit inhoudt. In tabel 8.3 is de op het advies uitgewerkte PDCA-cyclus in een schema overzichtelijk gemaakt.

In de plan-fase zal als eerst een toerismecommissie worden opgezet. Om dit te doen is het van belang dat SEFO eerst in gesprek gaat met de gemeenschap en met de al bestaande stakeholders uit Ritchie om hier de juiste mensen voor te selecteren. Zodra deze commissie is samengesteld zal er overleg plaatsvinden tussen SEFO en de commissie, waarin de adviesopties besproken worden en er overeenstemming komt over wat het doel is van de toerismecommissie. Tijdens dit overleg worden ook de missie, visie en doelstellingen van de commissie vastgesteld, om zo voor iedereen duidelijk te krijgen waar deze commissie voor staat en wat zij willen bereiken. Na dit overleg zal de toerismecommissie per adviesoptie (culturen, geschiedenis en ecologie) vaststellen wat er moet gebeuren, welke benodigdheden er moeten komen, wie hierbij betrokken kunnen worden, wie waar

verantwoordelijk voor is en wanneer ze de testfase en de uiteindelijke releasedatum plannen. Uit elke adviesoptie zijn concrete acties naar voren gekomen, die tijdens dit overleg verder uitgewerkt worden. In tabel 8.2 zijn deze acties per adviesoptie te vinden.

Tabel 8.2

Optie	Acties
<i>Adviesoptie 1</i> <i>Culturen</i>	- Aanwezige culturen selecteren Ritchie; - Tradities (muziek, dans, kleding, eten, levensstijl, huisvesting) culturen vaststellen en uitwerken; - Workshops ontwikkelen rondom traditie; - Route en planning tour vaststellen.
<i>Adviesoptie 2</i> <i>Geschiedenis</i>	- Tijdlijn ontwikkelen ontstaansgeschiedenis Ritchie, waarbij fysieke overblijfselen worden weergegeven; - Tijdlijn ontwikkelen van de Boerenoorlog, waarbij fysieke overblijfselen worden weergegeven; - Route en planning tour vaststellen.
<i>Adviesoptie 3</i> <i>Ecologie</i>	- Ontwikkelen safari op gamefarms; - Workshops ontwikkelen rondom Permacultuur en agricultuur; - Vis mogelijkheden uitwerken; - Route en planning tour vaststellen.
<i>Algemeen:</i>	- Vaststellen en verwerven juiste personen: - o Accommodatie (gastgezinnen/home stays); - o weergave cultuur; - o weergave geschiedenis; - o weergave ecologie; ▪ Contact leggen met gamefarm boeren; ▪ Contact leggen met Sunny Weathers; ▪ Contact leggen Zayin van Rooyen (Permacultuur en sacred geometry tuinieren). - o gidsen.

Nadat uit de plan-fase de verder uitgewerkte acties komen kan er aan de do-fase begonnen worden. In deze fase worden de genoemde acties daadwerkelijk uitgevoerd om zo tot het gewenste resultaat te komen. Tijdens de do-fase houdt SEFO toezicht om te zien wat de ontwikkelingen zijn en hoe deze worden uitgevoerd. Waar nodig en gevraagd zal SEFO advies geven en ondersteunen. SEFO zal zorgen dat er faciliteiten zijn voor de overleggen die gehouden worden. Na de do-fase komt de check-fase aan bod. Hierin worden vergaderingen gehouden met betrekking tot de vordering van het toeristische product. Er wordt overlegd wat de status is van uitgevoerde acties, waar verbeteringen nodig zijn en wat goed gaat. Tijdens deze vergaderingen wordt er bepaald of het toeristische product klaar is voor de testfase. Vervolgens worden de verbeterpunten concreet opgesteld en geformuleerd. Tot slot de act-fase waarin deze verbeterpunten worden doorgevoerd en de PDCA-cyclus opnieuw wordt doorlopen tot het product klaar is voor de testfase. Zodra het klaar is voor de testfase kan het product getest worden, waarna het nogmaals de PDCA-cyclus doorloopt tot het product daadwerkelijk klaar is om op de markt te worden gezet. In dit plan is marketing niet meegenomen, wegens tijdgebrek om dit verder te kunnen uitwerken of te onderzoeken. SEFO werkt samen met toerisme studenten van het

Saxion, waarvan in september een student naar Ritchie gaat voor haar managementstage. Het advies is om haar de volgende stap te laten zetten en naar aanleiding van dit onderzoek een marketingplan te laten ontwikkelen.

Tabel 8.3

<i>Fase</i>	<i>Activiteit</i>	<i>Toelichting</i>	<i>Verantwoordelijk</i>	<i>Tijd</i>	<i>Kosten</i>
PDCA					
<i>Plan</i>	Samenkomen met de gemeenschap	Algemene uitkomsten onderzoek bespreken en toelichten aanpak	Stichting Eye For Others	+/- 1 uur	Vrijwillige basis
	Toerisme commissie samenstellen	Met de gemeenschap overeenkomen wie hiervoor in aanmerking komen	Stichting Eye For Others en de gemeenschap	+/- 3 uur	Vrijwillige basis
	Overleg met gekozen toerisme commissie	Doelstellingen, missie, visie en afspraken vaststellen	Stichting Eye For Others en toerisme commissie	+/- 2 uur	Vrijwillige basis
	Adviesopties bespreken en plan van aanpak schrijven	Per adviesoptie acties, behoeftes, stakeholders, verantwoordelijke, en deadlines vaststellen	Toerisme commissie	+/- 3 uur	Vrijwillige basis
<i>Do</i>	Toerisme commissie ondersteunen	Inplannen bijeenkomsten, meehelpen, meedenken, faciliteren	Stichting Eye For Others	3 uur per maand	Vrijwillige basis
	Acties uitvoeren adviesoptie 1	Aanwezige culturen selecteren, tradities vaststellen en uitwerken, workshops ontwikkelen, tour opstellen.	Toerisme commissie	Vijf dagen	Vrijwillige basis
	Acties uitvoeren adviesoptie 2	Tijdslijn ontwikkelen geschiedenis Ritchie en Boerenoorlog, tour opstellen.	Toerisme commissie	Twee dagen	Vrijwillige basis
	Acties uitvoeren adviesoptie 3	Safari ontwikkelen gamefarms, workshops ontwikkelen, vis mogelijkheden uitwerken, tour opstellen.	Toerisme commissie	Twee dagen	Vrijwillige basis

	Vaststellen en verwerven stakeholders	Juiste personen vinden voor de accommodatie, gidsen, weergave cultuur, geschiedenis en ecologie.	Toerisme commissie en Stichting Eye For Others	2 weken	Vrijwillige basis
Check	Vergadering vordering toeristisch product	Bespreken status uitgevoerde acties, wat ging goed, wat moet verbeterd worden.	Toerisme commissie en Stichting Eye For Others	2 uur in de week	Vrijwillige basis
	Verbeterpunten bespreken en formuleren	Op basis van de evaluatie verbeterpunten opstellen	Toerisme commissie en Stichting Eye For Others	+/- 1 uur	Vrijwillige basis
Act	Doorvoeren verbeterpunten	Verbeterpunten bewerkstelligen	Toerisme commissie	Afhankelijk van vastgestelde punten	Vrijwillige basis
	PDCA-cyclus opnieuw doorlopen	Opnieuw de cyclus doorlopen met doorgevoerde verbeterpunten tot toeristische product getest kan worden , daarna nieuwe PDCA starten	Toerisme commissie		Vrijwillige basis tot er omzet wordt behaald met het toeristische product

8.4 Financiële consequenties

Gezien SEFO een stichting is, wordt er gewerkt op vrijwillige basis en zet het zich in waar de gemeenschap haar nodig heeft. Dit houdt in dat de aangeboden diensten geen kosten brengen voor de gemeenschap, maar om deze diensten te kunnen leveren draait de stichting wel kosten. Omdat de stichting niet alleen voor dit project aanwezig is in Ritchie zijn niet alle kosten voor het reizen en verblijven te verwijten aan het opzetten van een toeristisch product. Er zijn geen bedragen bekend bij de onderzoeker wat de stichting kwijt is aan het kunnen **uitvoeren** van haar ontwikkelingshulp in Ritchie. Vanuit de stichting is het niet de bedoeling om geld te ontvangen voor de diensten die ze levert. Om de kosten te kunnen dekken maakt de stichting gebruik van binnengekomen donaties en vanuit aanmeldingen van vrijwilligers die met de stichting naar Ritchie reizen voor vrijwilligerswerk.

De toerisme commissie die opgezet zal worden in Ritchie zal in de ontwikkelingsfase ook op vrijwillige basis aan de slag gaan tot er omzet wordt gedraaid met het toeristische product en ook zij kunnen profiteren van deze ontwikkeling. Wat er berekend kan worden is wat de kosten ongeveer zijn voor de uitvoering van het toeristische product. **Voor het toeristische product is uitgegaan van één dag per**

adviesoptie. In tabel 8.4 is te vinden per aspect welke kosten hiervoor verwacht worden. Onder de tabel is te lezen hoe de kosten tot stand zijn gekomen.

De kosten voor de overnachtingen zullen R 300,00 zijn. De totale personeelskosten voor de drie dagen komt uit op R 359,92. De georganiseerde activiteiten kosten R 464,44. Het eten bedraagt R 300,00. Tot slot bedragen de reiskosten R 200,00. Voor alle drie de dagen, met overnachting, drie maaltijden per dag, activiteiten en reiskosten komt het totale bedrag uit op R 1.624,36, oftewel € 101,27 gebaseerd op de wisselkoers van 30 juni 2018.

Tabel 8.4

Kosten	Dag 1: Culturen	Dag 2: Geschiedenis	Dag 3: Ecologie
<i>Personeel</i>	Gids: 5 uur Gastheer/vrouw cultuur: 4 uur 9*R 16,36= R 147,24	Gids: 5 uur 5*R 16,36= R 81,80	Gids: 8 uur 8*R 16,36= R 130,88
<i>Accommodatie</i>	R 100 p.p.p.n. = R 300 totaal		
<i>Activiteiten</i>	Dansgroep optreden: R 120 Workshop: R 82,72	Museum Magersfontein: R 30	Safari tour: R 162 Workshop: R 69,72
<i>Maaltijden (3x per dag)</i>	Ontbijt: R 50 Lunch: R 50 Diner zit bij accommodatie inbegrepen.	Ontbijt: R 50 Lunch: R 50 Diner zit bij accommodatie inbegrepen.	Ontbijt: R 50 Lunch: R 50 Diner zit bij accommodatie inbegrepen.
<i>Reiskosten*</i>	R 200 totaal = R 66,67 per dag		
<i>Kosten</i>	R 517,24	R 361,80	R 542,88

Personeel

Het uurloon wat aangehouden wordt van R 16,36 is gebaseerd op het minimum loon voor werknemers in de hospitality in Zuid-Afrika (Mywage.co.za, 2018).

Accommodatie

De kosten voor accommodatie is gebaseerd op een home-stay en **bedragen** de kosten die de onderzoeker moest betalen tijdens het verblijf in Ritchie voor het veldonderzoek.

Activiteiten

Om te berekenen hoeveel de dansgroep kost, is er gekeken naar een al bestaande culturele village tour waar een dansgroep en muziek aan bod komen. Als voorbeeld is Sefapane Lodge and Safaris genomen. Voor de volledige tour van vier uur wordt er R 960 betaald (aha Sefapane Lodges and Safaris, n.b.). Vervolgens is dat bedrag eerst gedeeld door de uren en vervolgens vermenigvuldigd met de tijd **die** besteed wordt aan het optreden.

Voor het Museum Magersfontein zijn de reguliere entreekosten genomen.

Bij het berekenen van de safari tour is er uitgegaan van de entreprijs die gevraagd wordt bij Mokala National Park (South African National Parks, 2018). Er wordt hierbij met eigen vervoer gereden.

De workshop op dag één is gebaseerd op een kookworkshop, waarbij een traditioneel gerecht gekookt wordt. De prijsopbouw is gebaseerd op de kosten voor diegene die de workshop begeleidt samen met de benodigde ingrediënten. Er wordt uitgegaan van dat het twee uur zal duren. Dit houdt in dat er twee uur aan personeelskosten zijn: $2 * R 16,36 = R 32,72$. Wegens dat het afhankelijk is van welk gerecht gekookt gaat worden, is er uit gegaan van de standaard maaltijdkosten die per toerist vastgesteld zijn, dus R 50,00. De totale kosten komen op R 82,72.

De workshop op dag twee is gebaseerd op een workshop basis tuinieren, waarbij in een tuin van de gemeenschap planten en voedsel geplant en verbouwd worden. Ook hiervoor is iemand nodig die deze workshop begeleidt. Dezelfde opbouw van de kookworkshop wordt aangehouden voor de personeelskosten bij deze workshop en komt daarmee op R 32,72. SEFO beschikt over tuingereedschap die bij de eerste sessies kunnen worden ingezet tot er genoeg omzet is gedraaid om extra of nieuw gereedschap te kopen. Tot slot moeten er zaden en/of stekjes komen voor de planten die verbouwd gaan worden. In samenwerking met Sunny Weather kunnen deze daar gratis worden opgehaald. Sunny Weather heeft de gemeenschap en de stichting vaker gesteund door een bijdrage te leveren vanuit hun productie (Johan, 2018). Zodra de eerste tuinen bloeien, kan vanuit de groeiende planten stekjes worden afgenomen om vervolgens weer te gebruiken bij de nieuwe workshops. Mocht het niet mogelijk zijn om via Sunny Weather zaden en/of stekjes te krijgen en er extern zaden gekocht moeten worden, komen de kosten op R 37,00 (Seeds for Africa, 2018). Hierbij is uitgegaan van vier verschillende groentes. De totale kosten komen op R 69,72.

Maaltijden

De maaltijden zijn ook gebaseerd op wat de onderzoeker heeft moeten betalen tijdens het verblijf in Ritchie.

Reiskosten

De reiskosten zijn gebaseerd op de afstanden die lopend niet te bereiken zijn. De tours zullen over het algemeen lopend worden begeleid door de gids, mits er een afstand gereden moet worden wat niet te lopen is. Zo zal op dag één weinig gereden worden, dag twee wordt er gereden naar het museum, evenals naar de overblijfselen van de Boerenoorlog. Dag drie wordt er op het park rondgereden **naast** het vervoer van het dorp naar het park toe. Er is via Google Maps gekeken wat de afstanden **en** zijn en dan komt het gemiddelde uit op een totaal van 180 kilometer. Uitgaande van een gemiddelde auto die 1 op 14 rijdt (Watkosteenauto.nl, n.b.) en de literprijs in Zuid-Afrika momenteel op R 14,32 (Global Petrol Prices, n.b.): $180/14 * R 14,32 = R 184,11$, afgerond R 200,00 totaal.

Nawoord

In dit hoofdstuk wordt gereflecteerd op het proces van het onderzoek, de planning en organisatie en op de samenwerking met de eerste examinerator en opdrachtgever. Ook wordt de waarde van het onderzoek voor de branche gereflecteerd.

Managen thesisproject

Na het eerste gesprek met de opdrachtgever was ik meteen overtuigd dat dit een onderzoek is wat bij mij past. Van te voren keek ik erg op tegen het schrijven van een thesis. Met dit project maakte ik het leuk en haalbaarder voor mezelf. Vanwege dat het een project is dat zich ook acht weken in het buitenland afspeelde, voelde ik de druk om zo snel mogelijk de thesis proposal defence te halen. Eerst wilde ik dit halen voor ik naar Zuid-Afrika zou gaan. De tijd stond dit niet toe, daarbij werd mij het advies gegeven om de TPD af te maken zodra ik aanwezig was op bestemming. Hierdoor kreeg ik meer feeling voor wat ik geschreven had en kon ik beter inschatten wat wel of niet haalbaar **was**. Dit advies heeft er dan ook voor gezorgd dat ik mijn TPD in één keer gehaald heb. Een leerpunt wat eruit is gekomen tijdens de TPD is dat ik wel wat zelfverzekerder mag zijn. Mij is ooit verteld dat je als een Mbo'er geen Hbo'er kunt worden. Dit is iets wat altijd is blijven hangen en waardoor ik dus twijfel over of ik dit wel kan. Tijdens de TPD werd mij gevraagd of ik had verwacht dat ik het zal halen, waarop ik antwoordde dat ik altijd **uitga** van niet om teleurstelling te voorkomen. Uiteraard sta ik wel achter wat ik presenteer, maar vraag ik me altijd af of het wel op niveau is. Hierop kreeg ik het advies dat ik best meer zelfvertrouwen mag hebben en daarom neem ik het mee als leerpunt.

Na de TPD ben ik begonnen aan het veldonderzoek. Hiervoor moest een draaiboek gemaakt worden aangezien er het plan was brainstormsessies te organiseren. Hiermee had ik veel moeite met hoe dit eruit zou gaan moeten zien. Tijdens dat ik dit moest maken was er een docent (Frank Stiksma) van Smart Solutions op het project in Zuid-Afrika. Hem heb ik kunnen aanschieten, waardoor ik een richting vond in welke ik wilde gaan. Nadat de sessie op papier stond was het tijd om afspraken te gaan maken met de deelnemers. Helaas is dit tot twee keer toe niet gelukt. Tijdens de geplande sessies kwam niet iedereen opdagen. Uiteindelijk is er één doorgedaan dankzij het spontaan inzetten van andere deelnemers. Dit zorgde ervoor dat de druk om genoeg brainstormsessies af te nemen groot werd en ik ervoor heb gekozen om aanvullend interviews af te nemen. Dit ging verder prima ook al werden sommige afspraken hierdoor weer een aantal keren niet nagekomen, waardoor er twee uiteindelijk ook niet zijn doorgedaan. Mijn leerpunt hier is dat ik hierop beter had in kunnen spelen door meer tijd te nemen om dit te organiseren en hierbij rekening had moeten houden met de cultuur en de wijze van afspraken nakomen. Dit is een bekend probleem in Zuid-Afrika en had ik dus kunnen meenemen in de planning. Het interviewen zelf vond ik niet lastig, ik vond de mensen interessant evenals het onderwerp. Het viel mij op dat alle interviews snel voorbij waren, waardoor ik onzeker werd over of ik wel de juiste vragen stelde en het wel correct deed. Ondanks dat ze kort waren had ik wel het idee dat het voldoende informatie gaf. Als feedback na verwerking van de interviews kreeg ik dat ik meer munitie nodig heb om een goed onderbouwd advies te geven. Hierdoor heb ik toch de brainstormsessie betrokken. In eerste instantie was de geluidsopname slecht verstaanbaar. Deze heb ik door een kennis die verstand heeft van werken met geluidsopnames laten verbeteren. Hierdoor was de geluidsopname beter verstaanbaar en heeft dit ervoor gezorgd dat ik bijna alles kon transcriberen. Wat

niet goed verstaanbaar is heb ik benoemd als “inaudible”. De belangrijkste gegevens kon ik naar mijn weten er wel uithalen.

Tijdens het schrijven van de conclusie en wat daarna komt vond ik het lastig om mijn tijd goed in te plannen. Op die momenten had ik privé ontzettend veel verantwoordelijkheden, waardoor ik mijn thesis uit het oog begon te verliezen. Een leerpunt voor mij hierin is dat ik moet leren om niet te veel te willen en ook nee moet kunnen zeggen. Als ik op een aantal vlakken had gezegd dat ik niet beschikbaar **zou zijn vanwege** het afstuderen had het mij meer tijd voor het onderzoek **opgeleverd** en meer rust in mijn hoofd om dit ook goed uit te werken.

Contact met de opdrachtgever

Met de opdrachtgever heb ik voor de reis naar Zuid-Afrika meerdere malen contact gehad om goed af te stemmen in welke richting het onderzoek zal plaatsvinden. Zo heeft hij mijn initiële thesis voorstel gezien en goedgekeurd. Eenmaal in Zuid-Afrika heb ik **hem** de eerste vier tot vijf weken elke dag gezien, omdat hij **ging** met de projectreis. De laatste twee weken was hij hier niet bij aanwezig. De eerste week hebben we elke dag gezeten en gediscussieerd en gereflecteerd over verschillende punten met betrekking op toerisme en Ritchie. Na de eerste week waren we aangekomen op bestemming en kreeg ik steeds meer ruimte om richting te geven aan het onderzoek. Eens per week werd er samengezeten om te bespreken hoe het verloopt en wat er nodig is om het onderzoek verder goed te laten verlopen. De opdrachtgever en ik zijn beide zeer open naar elkaar geweest met betrekking op welke visie beide partijen hebben. De samenwerking die heeft plaatsgevonden heeft zich in een korte tijd in een vorm gegoten die voor beide partijen prettig was. De opdrachtgever uitte zijn vertrouwen in mij en dit heb ik ervaren als een extra motivatie mijn best te doen.

Contact met de eerste examiner

Tijdens het hele proces heb ik veel begeleiding ontvangen van mijn eerste examiner. Zodra ik vragen had of feedback vroeg kreeg ik dit. Hij vertelde in de eerste gezamenlijke klas met zijn andere studenten dat als je bereid bent hard te werken, hij ook bereid **is** dat voor jou te doen. Dit heeft hij bij mij ook zeker waargemaakt. Hij reageerde zeer snel en altijd eerlijk. Ik had me geen betere begeleider kunnen voorstellen.

Reflectie waarde thesis voor de branche

Het onderzoek heeft zich voornamelijk toegespitst op Ritchie en haar gemeenschap. Er is onderzocht welke kwaliteiten zich in Ritchie bevinden en welke de gemeenschap bereid is verder te ontwikkelen. Dit heeft niet persé overeenkomsten met andere gebieden, aangezien ieder gebied haar eigen kwaliteiten heeft en niet alle gemeenschappen dezelfde instelling **hebben** tegenover ontwikkeling. Toch heeft dit rapport een meerwaarde voor de branche door de aanpak van het onderzoek en de inzichten die verkregen zijn in community based toerisme. **Zo heeft dit onderzoek gebruik gemaakt van twee manieren van veldonderzoek (brainstormsessie en interviews), waarbij de resultaten gecombineerd zijn om zo tot een conclusie te kunnen komen. Tijdens het onderzoek is gebleken dat vanwege tijdgebrek en het niet nakomen van afspraken door deelnemers er uitgeweken moest worden naar een alternatief voor de brainstormsessie. Door deze snelle schakeling is het toch mogelijk geweest alle benodigde informatie te verkrijgen. De aanpak in dit onderzoek kan dienen als goed voorbeeld van hoe het kan lopen en welke maatregelen getroffen kunnen worden als het niet loopt**

zoals verwacht. Met betrekking tot community based toerisme is in dit onderzoek duidelijk naar voren gekomen wat hieronder valt, wie de toerist is en welke activiteiten hij/zij graag uitvoert. Er is een omslagpunt te herkennen binnen toerisme, waarbij er steeds meer behoefte is aan duurzaam toerisme (TUI, 2015) en er steeds meer weerstand is tegen massatoerisme (Coldwell, 2017). Met dit onderzoek wordt er ingespeeld op de veranderde behoefte van de toerist en hebben de uitkomsten van het onderzoek een meerwaarde voor bestemmingen die ook willen inspelen op community based toerisme en deze nieuwe behoefte. Zo kan dit onderzoek gebieden op ideeën brengen die in dezelfde situatie verkeren als Ritchie en willen kijken naar de mogelijkheden van community based toerisme.

Bibliografie

- aha Sefapane Lodges and Safaris. (n.b.). *aha Sefapane activities*. Retrieved from aha Sefapane Lodges & Safaris: <https://aha.co.za/sefapane-lodges-and-safaris/activities/#1505912133706-5a0ff9bb-2f764394-0d57>
- Asker, S., Boronyak, L., Carrard, N., & Paddon, M. (2010). *Effective Community Based Tourism*. Griffith University: Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.
- Baarda, B., van der Hulst, M., & de Goede, M. (2012). *Basisboek interviewen*. Houten: Noordhoff Uitgevers.
- Benur, A., & Bramwell, B. (2015). *Tourism product development and product diversification in destinations*. Sheffield, Engeland: Sheffield Hallam University.
- Bouman, M. (2017, oktober 5). *De AAOCC-Criteria: Betrouwbaar onderzoek op internet*. Retrieved from Info Nu: <https://wetenschap.infonu.nl/onderzoek/184496-de-aaocc-criteria-betrouwbaar-onderzoek-op-internet.html>
- Bramwell, B. (2004). *Coastal Mass Tourism: diversification and Sustainable Development in Southern Europe*. n.b.: Channel View Publications.
- Butler, R. (1980). The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24 (1), 5–12.
- Butler, R. (1993). Tourism – an evolutionary perspective. In J. Nelson, R. Butler, & G. Wall, *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing* (pp. 27–44). Waterloo, Ontario: University of Waterloo (Department of Geography Publication 37).
- CBI Ministry of Foreign Affairs. (2016, oktober 13). *What are the opportunities for community-based tourism from Europe?* Retrieved from CBI Ministry of Foreign Affairs: <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/community-based-tourism/community-based-tourism-europe/>
- CIA. (2018, februari 15). *The World Factbook*. Retrieved from Central Intelligence Agency: <https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/sf.html>
- Claver– Cortés, E., Molina– Azorín, J., & Pereira– Moliner, J. (2007). Competitiveness in mass tourism. *Annals of Tourism Research*, 27–745.
- Climate–Data. (n.b.). *Klimaat: Ritchie*. Retrieved juni 8, 2018, from Climate–Data.org: <https://nl.climate-data.org/location/189674/>
- COBATI. (n.b.). *Cobati*. Retrieved juni 7, 2018, from Cobati: <http://cobatiuganda.org/>
- Coldwell, W. (2017, augustus 10). *First Venice and Barcelona: now anti-tourism marches spread across Europe*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/travel/2017/aug/10/anti-tourism-marches-spread-across-europe-venice-barcelona>
- Condo. (n.b.). *Wendy Houses Prices*. Retrieved from WendyCorp: <http://wendycorp.co.za/wendy-house-prices/>
- Dickman, S. (1997). *Tourism: An Introductory Text*. Rydalmere, New South Wales: Holder Education.
- Doncean, M. (2014). *The role of emotions in the process of knowledge of tourism products*. University of Agricultural Sciences & Veterinary Medicine of Iasi: Agronomy Series of Scientific Research / Lucrari Stiintifice Seria Agronomie.
- Duff, L. (1993). Ecotourism in national parks. *National Parks Journal*, 18–20.

- Eye For Others. (n.b.). *Visie en missie*. Retrieved december 8, 2017, from Eye For Others:
<https://www.eyeforothers.nl/visie-en-missie/>
- Global Petrol Prices. (n.b.). *Zuid-Afrika Prijzen van benzine, liter*. Retrieved juni 15, 2018, from Global Petrol Prices: https://nl.globalpetrolprices.com/South-Africa/gasoline_prices/
- Goodwin, H., & Santilli, R. (2009). *Community-Based Tourism: a success?* German Development Agency.
- Haywood, K. (1988). Responsible and response tourism planning in the community. *Tourism Management* 9 (2), 105 – 108.
- Holbrook, M., & Batra, R. (1987). *Assessing the Role of Emotions as Mediators of Consumer Responses to Advertising*. Chicago, Verenigde Staten: The University of Chicago Press.
- Hughes, M., Weaver, D., & Pforr, C. (2015). *The Practice of Sustainable Tourism: Resolving the Paradox*. New York, NY, Verenigde Staten: Routledge.
- Johan. (2018, maart 25). Rondleiding Sunny Weather. (S. v. Kamp, Interviewer)
- Juganaru, I., Juganaru, M., & Anghel, A. (n.b.). *Sustainable Tourism Types*. Constanța, Roemenië: Ovidius University of Constanta, Faculty of Economic Sciences.
- Krippendorff, J., & Vielmans, M. (1993). Interview: Jost Krippendorff. *Journal of Sustainable Tourism*, 55–60.
- Lopez-Guzman, T., Borges, O., & Castillo-Canalejo, A. (2011). Community-Based tourism in Cape Verde – case study. *Tourism and Hospitality Management*, 34–44.
- López-Guzmán, T., Sánchez-Cañizares, S., & Pavón, V. (2011). Community-Based Tourism in Developing Countries: A Case Study. *Tourismos: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 69–84.
- Morrison, A. (2013). *Destination Management and Destination Marketing: The Platform for Excellence in Tourism Destinations*. n.b.: Tourism Tribune.
- Morrison, A. (2013). *Marketing and managing tourism destinations*. New York, Verenigde Staten: Routledge.
- Mywage.co.za. (2018, mei 10). *Minimum Wages in South Africa*. Retrieved from Mywage.co.za:
<https://mywage.co.za/salary/minimum-wages/>
- Ons Gaan Braai. (n.b.). *Zuid-Afrikaans Potjie*. Retrieved from Ons Gaan Braai:
<https://www.onsgaanbraai.nl/potjies-gietijzer/zuid-afrikaans-potjie/>
- Passioned Group. (n.b.). Retrieved december 12, 2017, from <https://www.pdcacyclus.nl/pdca-cirkel/>
- Perlé, M., Durkin, J., & Lamot, I. (2014). *Importance of stakeholder management in tourism project: case study of the Istra Inspirit Project*. Opatija, Kroatië: Croatia Ministry of Science Education and Sports.
- Pinterest. (n.b.). *Sacred Geometry Gardens*. Retrieved from Pinterest:
<https://nl.pinterest.com/greengoddessgro/sacred-geometry-gardens/?lp=true>
- Salazar, N. (2012). Community-based cultural tourism: issues, threats and opportunities. *Journal of Sustainable Tourism*, 9–22.
- Scheyvens, R. (2002). Ecotourism and Empowerment of Local Communities. *Tourism Management*, 59–62.
- Sedmak, & Kociper. (2016). *The consistency of a tourism product: a new conceptual framework*. Slovenië: Varna University of Management.
- Seeds for Africa. (2018). *Vegetable Seeds*. Retrieved juni 30, 2018, from Seeds for Africa:
<https://www.seedsforafrica.co.za/>

- Smit, T. v. (2017, oktober 7). Eerste gesprek. (S. v. Kamp, Interviewer)
- Smith, S. (1994). *The Tourism Product*. Waterloo, Canada: Elsevier Science Ltd.
- Smith, V., & Eadington, W. (1992). *Tourism Alternatives*. Philadelphia, PA, VS: University of Pennsylvania Press.
- South Africa Travel Online. (n.b.). *Airports of South Africa*. Retrieved from South Africa Travel Online: <https://www.southafrica.to/transport/Airports/airports-South-Africa.php5>
- South African National Parks. (2018, april 1). *Mokala National Park*. Retrieved from SAN Parks: <https://www.sanparks.org/parks/mokala/tourism/tariffs.php>
- Statistiscs South Afrika. (2011). *Ritchie*. Retrieved from Stats SA: http://www.statssa.gov.za/?page_id=4286&id=7041
- Stichting Eye For Others. (n.b.). *Werk in uitvoering: Project Ritchie*. Retrieved december 10, 2017, from Stichting Eye For Others: <https://www.eyeforothers.nl/werk-uitvoering-project-ritchie/>
- Swarbrooke, J. (1999). *Sustainable Tourism Management*. Engeland: CAB International.
- The Mountain Institute. (2000). *Community-Based Tourism for Conservation and Development: A Resource Kit*. Washington, Verenigde Staten: The Mountain Institute.
- TUI. (2015, november 11). *Wat is duurzaam toerisme?* Retrieved from Nu.nl: <https://www.nu.nl/advertorial/advertorial-tui-discover-your-smile/4162672/duurzaam-toerisme.html>
- Vanhove, N. (2005). *The Economics of Tourism Destinations*. Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Verhoeven, N. (2014). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma Uitgevers.
- Watkosteenauto.nl. (n.b.). *Wat kost een auto op benzine*. Retrieved juni 15, 2018, from Watkosteenauto.nl: <https://watkosteenauto.nl/wat-kost-een-auto-op-benzine/>
- World Tourism Organization (UNWTO). (2011). *Handbook on Tourism Product Development*. Madrid, Spanje: World Tourism Organization (UNWTO) and European Travel Commission (ETC).
- World Tourism Organization. (2006). *Poverty Alleviation Through Tourism – A Compilation of Good Practices*. Madrid, Spanje: World Tourism Organization.
- WWF International. (2001). *Guidelines for community-based ecotourism development*. Ledbury: Engeland: WWF International.
- Yes Media. (2016). *Municipalities of South Africa*. Retrieved from Municipalities: <https://municipalities.co.za/>

Bijlage

Bijlage I: Overzicht AAOCC-criteria

Aandachtspunt	Betekenis
Authority (autoriteit)	Er wordt hier gekeken naar wie de auteur van de bron is. Hiermee kan worden bepaald hoe geloofwaardig de bron is.
Accuracy (accuraatheid)	In hoeverre klopt de informatie die in de bron staat, welk taalgebruik wordt er gebruikt. Ook wordt er gekeken naar bronvermeldingen die gebruikt worden. Hiermee wordt laten zien waar de genoemde informatie vandaan komt, wat weer bijdraagt aan de betrouwbaarheid.
Objectivity (objectiviteit)	De informatie uit een bron dient objectief te zijn. Informatie die partijdig of van een kant wordt bekeken kan onjuist zijn. Wordt er een bron gebruikt waarbij het om een bepaalde mening gaat of een kijk op het onderwerp, dan wordt er aangeraden om het van zoveel mogelijk verschillende kanten te bekijken en in kaart te brengen. Hiermee wordt er alsnog een evenwichtig beeld gecreëerd.
Currency (recentheid)	Ondanks dat bepaalde bronnen niet meer recent zijn, zijn ze nog wel te vinden. Het kan voorkomen dat zulke bronnen niet meer relevant zijn. Aan de hand van relevante ontwikkelingen sinds de bron kan er bepaald worden of dit voor die bron ook geldt of niet. Het is van te kijken belang uit welk jaar de bron komt. Er zijn uitzonderingen waarbij de informatie niet verandert naarmate de tijd verstrijkt.
Coverage (dekking)	Voor een bron is het van belang dat het de lading dekt. Een aanname over het onderwerp kan onjuist zijn als de bron slechts voor een deel over het onderwerp gaat of over een vergelijkbaar onderwerp.

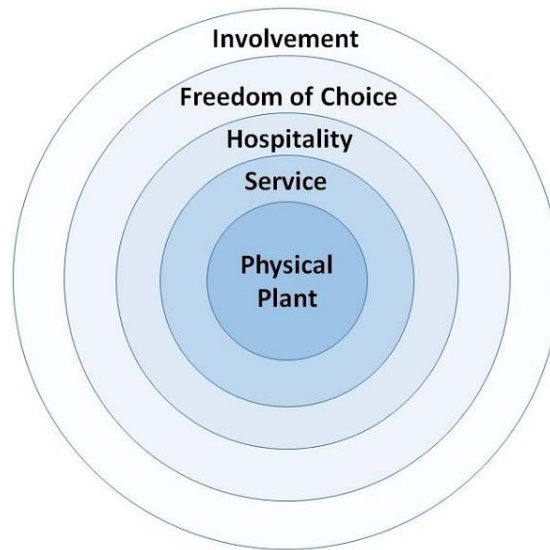
(Bouman, 2017)

Bijlage II: Zoekproces

<i>Zoekmachine</i>	<i>Zoekterm</i>	<i>Gevonden literatuur</i>	<i>Gebruikt</i>	<i>Gevonden bron</i>	<i>Gebruikt</i>
<i>saxionbibliotheek.nl</i>	Tourism product	The consistency of a tourism product: A new conceptual framework	Ja	x	x
<i>Ebscohost.nl</i>	Tourism product	Leadership and Innovation Processes—Development of Products and Services Based on Core Competencies.	Nee	x	x
<i>www.sciencedirect.com</i>	Tourism product	Tourism product development and product diversification in destinations	Ja	x	x
<i>Ebscohost.nl</i>	Product AND tourism	The role of emotions in the process of knowledge of tourism products	Ja	x	x
<i>Ebscohost.nl</i>	Product AND tourism	Developing tourism products and new partnerships through participatory action research in rural Cameroon	Nee	x	x
<i>scholar.google.nl</i>	Product AND tourism	The tourism product	Nee	x	x
<i>scholar.google.nl</i>	Product AND tourism	Perceived value of the purchase of a tourism product	Nee	Assessing the Role of Emotions as Mediators of Consumer Responses to Advertising	Ja
<i>scholar.google.nl</i>	Community-based tourism	A Community-Based Tourism Model: Its Conception and Use	Nee	x	x
<i>scholar.google.nl</i>	Community-based tourism	Power relations and community-based tourism planning	Nee	x	x
<i>scholar.google.nl</i>	Community-based tourism	Effective Community Based Tourism	Ja	x	x
<i>scholar.google.nl</i>	Community-based tourism	Community-Based Tourism: a success?	Ja	Ecotourism and Empowerment of Local Communities	Ja
<i>Ebscohost.nl</i>	Destination development	Innovation and Tourism Destination Development	Nee	x	x

<i>Google.nl</i>	Smith model tourism	Perceptions of tourism products	Nee	x	x
<i>scholar.google.nl</i>	Tourism Development International	Limits to community participation in the tourism development process in developing countries	Nee	x	x
<i>Google.nl</i>	Mountain Institute APPA method	Community Based Tourism for Conservation and Development	Ja	Guidelines for community-based ecotourism development	Ja
<i>Google.nl</i>	Tourism product development	Handbook on tourism product development	Ja	x	x

Bijlage III: The Generic Tourism Product



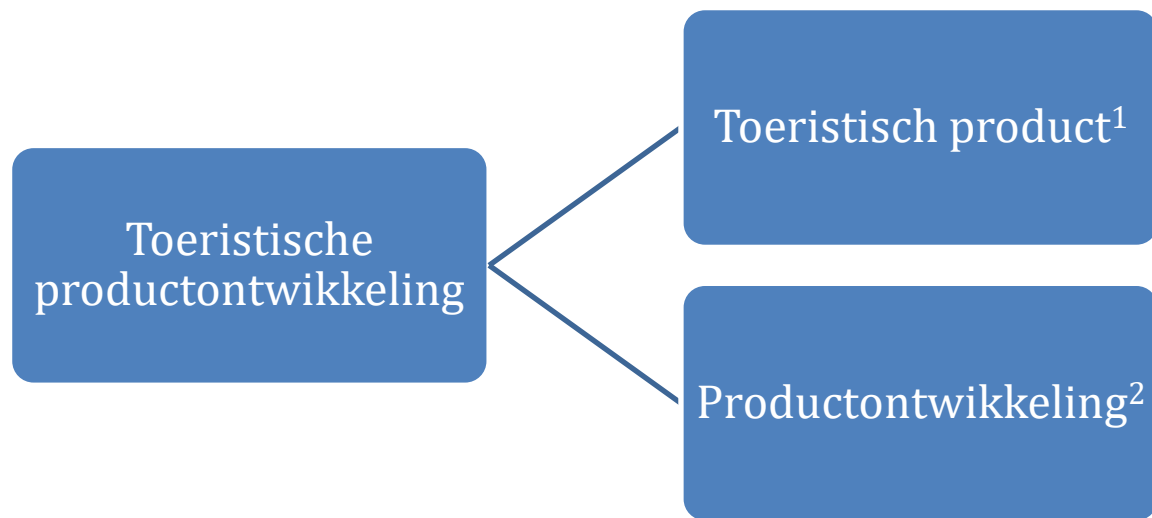
Physical Plant:	De core betreft het fysieke gedeelte. Denk hierbij aan een aanzicht, natuurlijke bron, een faciliteit, wild-life et cetera. Het kan een vaste faciliteit zijn, maar ook een verplaatsende. De Physical Plant doelt ook op de fysieke omgeving, hierbij denkend aan de weersomstandigheden, infrastructuur, aantal personen en waterkwaliteit.
Service:	Het fysieke gedeelte wordt ondersteund door de service om zo de toeristen te kunnen voorzien. Service in dit design betekent dat er bepaalde prestaties en taken moeten worden verricht om te kunnen voldoen aan de verwachtingen van de toerist. Deze kwaliteit kan vervolgens gemeten worden door de prestaties en taken te observeren.
Hospitality:	Tegenwoordig verwachten consumenten al snel verhoogde service of iets extra's. Dit is een onderdeel wat voornamelijk terugkomt in toerisme, namelijk hospitality. Hospitality is de manier, stijl en attitude waarmee een taak wordt verricht. Het sluit aan bij service, alleen service is de taak zelf.
Freedom of choice:	Om ervoor te zorgen dat de ervaring van de toerist bevredigend is, is het nodig om een zekere ruimte te hebben voor keuze vrijheid. Afhankelijk van de soort reis die gemaakt wordt verschilt hoeveel keuzevrijheid er daadwerkelijk is. Daarnaast hangt de keuzevrijheid ook nog af van een aantal variabelen, zoals bijvoorbeeld budget. Ondanks de verschillende variabelen heeft elke reis een zekere element van keuzevrijheid nodig om de tevredenheid te verhogen. Zonder deze mogelijkheid en gevoel van controle zal er nooit het volledige gevoel van ontspanning of echte betrokkenheid worden bereikt. In het geval van vrijheid wordt er ook de mogelijkheid op spontaniteit bedoeld .
Involvement:	De klanten zijn vaak mede producenten en leveranciers van service producten. Niet alleen fysieke betrokkenheid is hierin belangrijk, maar ook de emotionele connectie die gelegd wordt en het gevoel van verbondenheid (Smith S. , 1994).

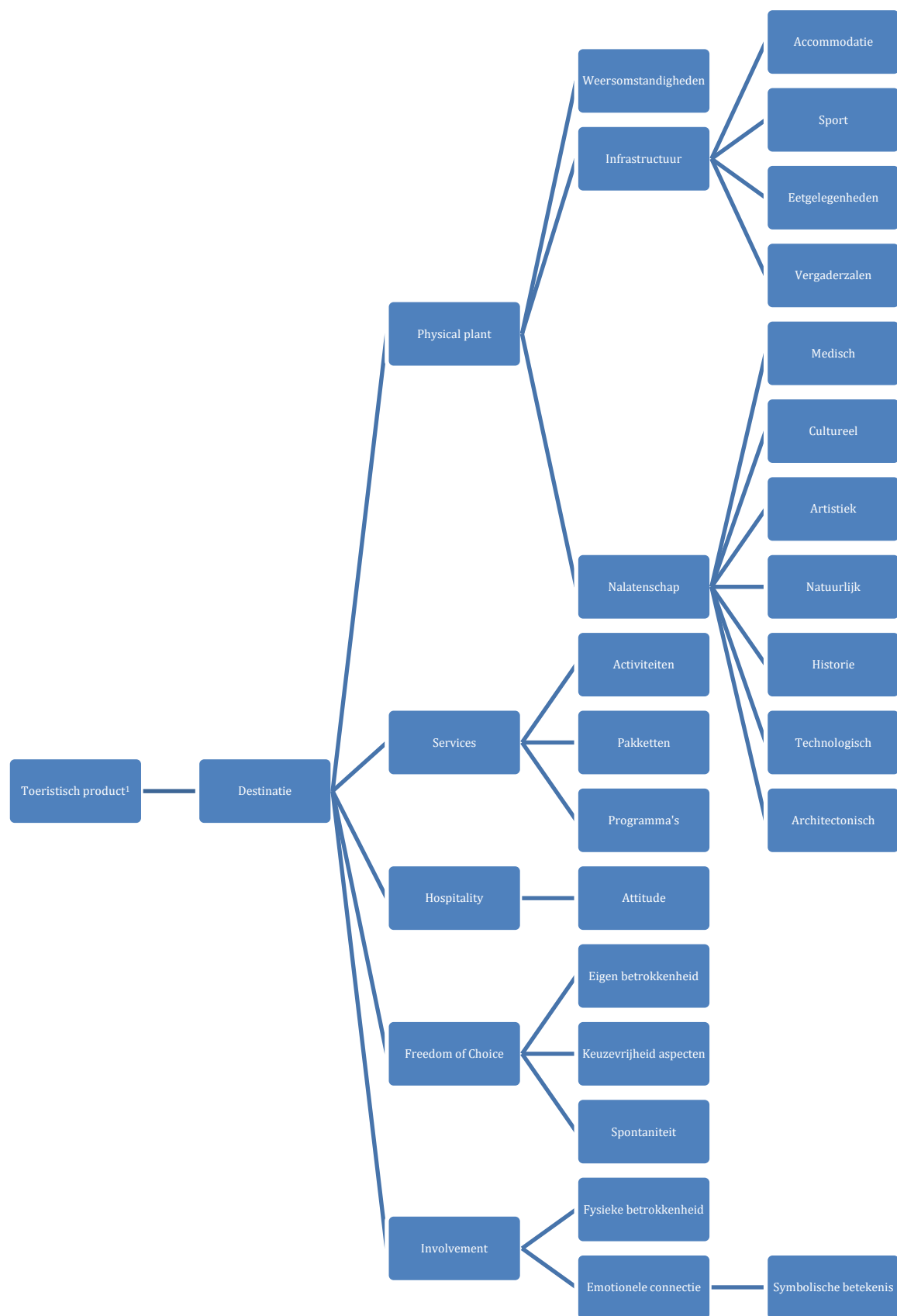
Bijlage IV: Stakeholder Analyse Matrix

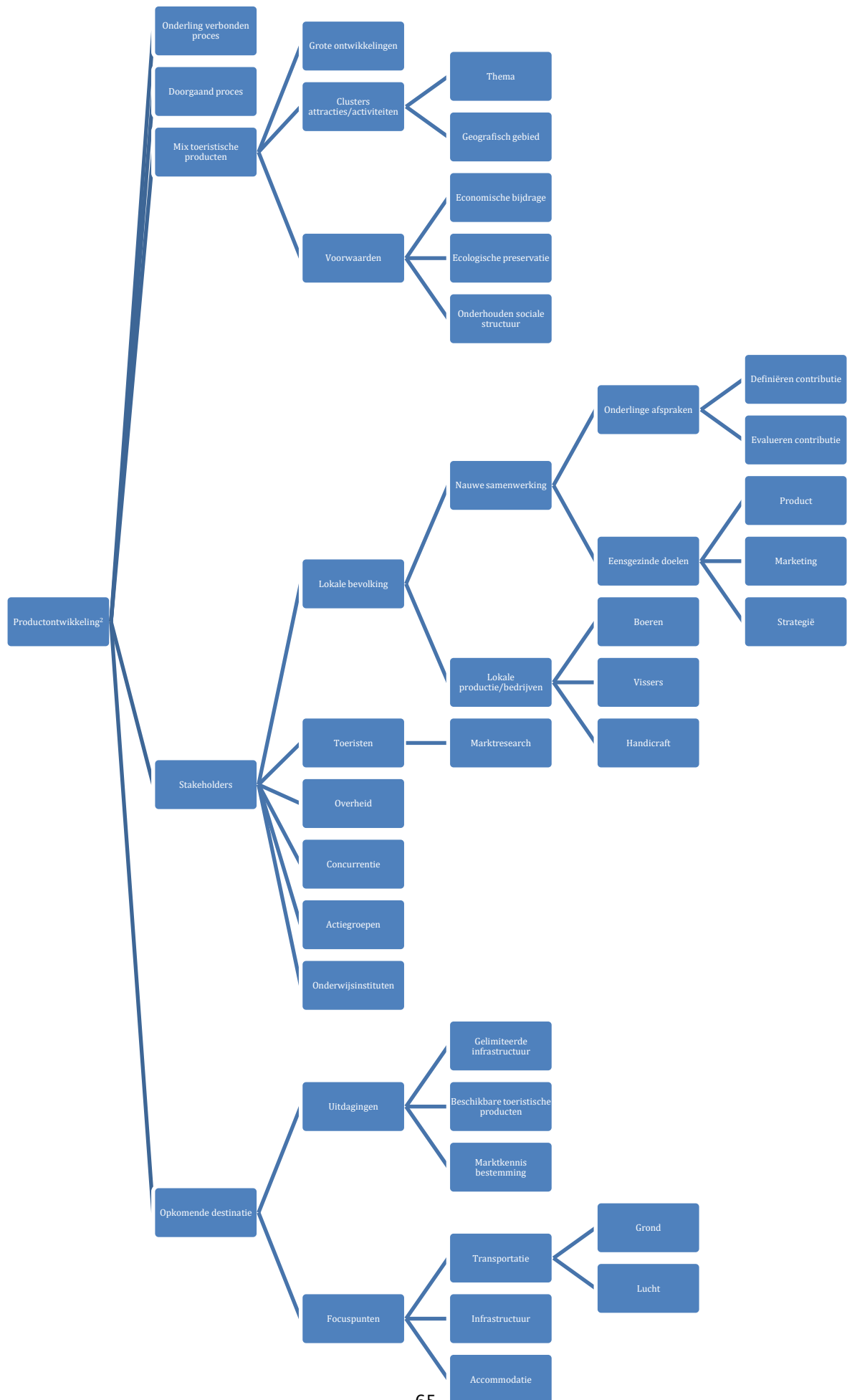
[illegible][illegible][illegible]

Bijlage V: Operationalisering kernbegrippen

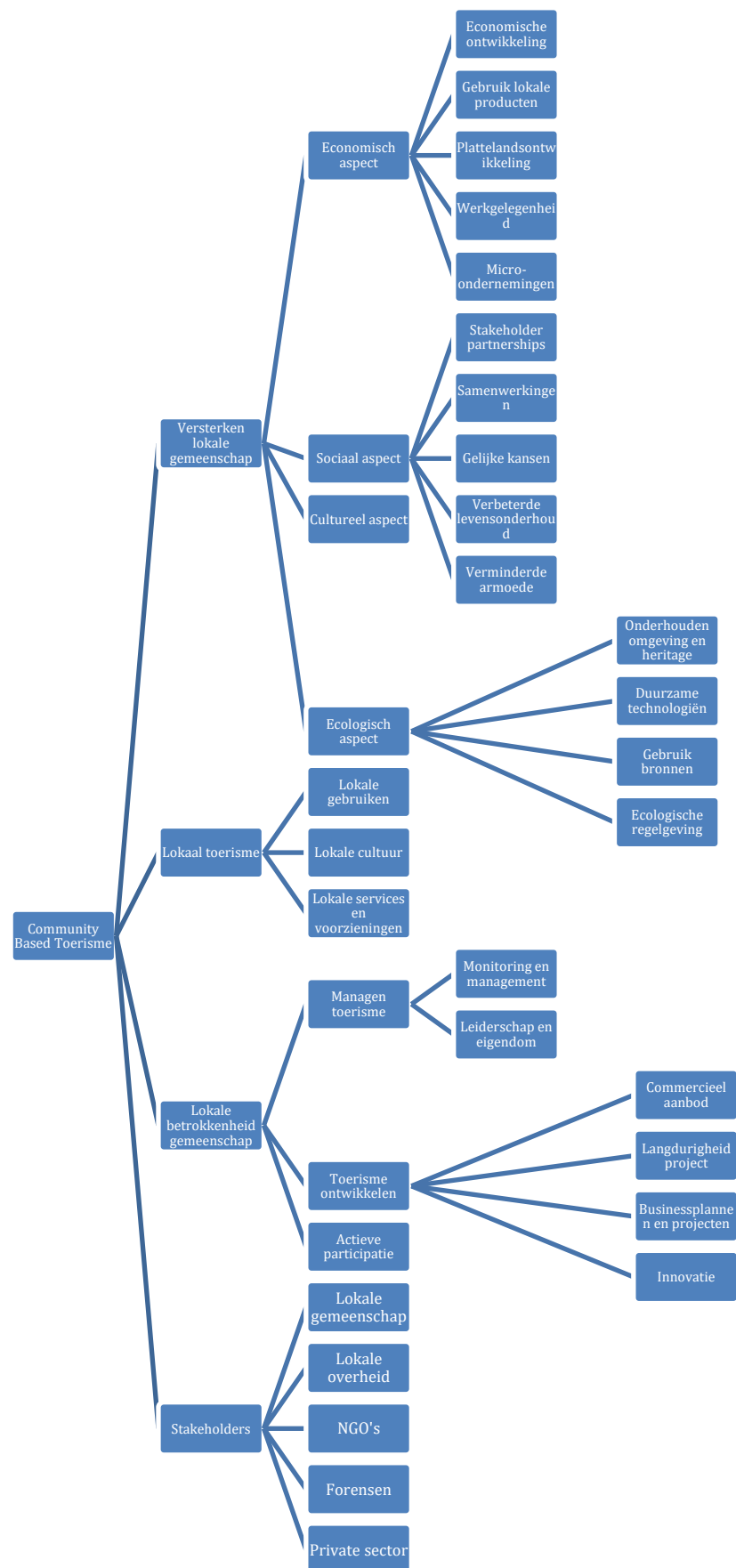
Toeristische productontwikkeling







Community based toerisme



Bijlage VI: Overzicht gekozen onderzoeksstrategie

Hoofd-, deelvragen	Onderzoeksstrategie	Waarnemingsmethode	Steekproeftrekking	Data-analyse
1: Wat is community based toerisme?	– Kwalitatief onderzoek; – APPA Methode.	– Deskresearch; – Literatuuronderzoek.	X	– Seconde analyse.
1a: Wie is de community based toerist?				
1b: Welke activiteiten onderneemt de community based toerist?				
2: Wat zijn de kernkwaliteiten van Ritchie?	– Kwalitatief onderzoek; – APPA Methode.	– Deskresearch;	X	– Seconde analyse;
		– Brainstormsessie; – Interviews.	– Doelgerichte steekproef	– Geluidsfragmenten opnemen; – Transcriberen; – Coderen.
3: Welke toeristische aspecten binnen de kernkwaliteiten van Ritchie is de gemeenschap bereid om (verder) te ontwikkelen?	– Kwalitatief onderzoek; – APPA Methode.	– Brainstormsessie; – Interviews.	– Doelgerichte steekproef.	– Geluidsfragmenten opnemen; – Transcriberen; – Coderen.
4: Hoe passen vergelijkbare bestemmingen community based toerisme toe?	– Kwalitatief onderzoek.	– Deskresearch.	X	– Seconde analyse.

Bijlage VII: Interviewguide

Introduction: - Explain the research and purpose of the interview; - May I record this interview?; - Is anything not clear so far or do you have any questions before we start?			
Subject	Relation	Main question	Questions
Unique points/core qualities Ritchie	Discovery stage	What are the core qualities of Ritchie?	What do you value about your community and Ritchie? What would tourists find positive about your community and Ritchie? What would you like to share of the community and Ritchie? What workforce does the community have that would help within tourism?
		What is Ritchies legacy?	What does Ritchie have to offer... ... culturally? ... artistically? ... naturally? ... historically? ... medically? ... technically? ...architecturally?
		What infrastructure does Ritchie have?	What does Ritchie have to offer as in... ... accommodation? ... sports? ... places to eat? ... meeting rooms?
Developing tourism aspect	Dream stage	What will Ritchie look like within 10 years, if the aspects you told	What activities will the tourists be doing?

		me about would be developed?	Which facilities will be used? What does the surrounding look like? Who will guide the tourists? What kind of profit will it provide? Who will profit of the tourists being there? Who does the maintenance and the managing? Who are the stakeholders? Which resources are needed? What else will be needed to make this happen?
Ending: - Finalise questions; - Were all questions clear?; - Would you like to add anything or did you miss any questions?; - If I need any information later that I didn't get from the interview, would you mind if I contact you?; - Thanking for availability and participation.			

Bijlage VIII: Draaiboek brainstormsessie

Purpose

To get insides on tourism aspects within the strengths of Ritchie and to see what the community is willing to develop from those strengths on.

When

Mutual agreement participants

Where

Zayin and Daniëlle

Material

Flipover, markers, sticky notes, pens, A4 paper, camera, coffee, tea, sugar, milk, water, cups, spoons, cookies

Conditions

1. There is a group leader who leads the session;
2. There is a process keeper during the session, see monitoring process;
3. The session will be recorded on video. If there is any objection to it, the session will be recorded by audio only;
4. The participants have to be stimulated to think outside of the box. All ideas will be written down. It is about the quantity at first, later about the quality;
5. There will be no opinion given about the ideas until everything is named and written down;
6. The participants have to write their ideas on sticky notes and past them on the wall/paper during part 3. For part 4 the group leader will write the given answers around the sticky notes.

Part	Time	What	How
1	0:10h	Intro brainstorm session	Presentation
2	0:05h	Ice breaker	Via one of the added games
3	0:45h	Discovery – unique points/core qualities Ritchie	Mindmapping
	0:15h	BREAK	
4	0:45h	Dream – developing tourism aspects	Mindmapping
5	0:20h	Conclusions	Group talk
6	0:05h	Ending session	Group talk

Details per stage

Stage 1 – Intro brainstorm session

1. Welcoming everyone, thank them for coming and filling in names;
2. Explain purpose of the session;
 - a. Ton from Eye For Others asked me as a tourism student to have a look into the possibilities of developing a new tourism product based on Ritchie and their community.

- b. During this session we are trying to find tourism aspects within the core qualities of Ritchie and to see in which the community would be willing to develop further.
3. Explaining program;
 - a. We are going to start with an Ice Breaker, which later will be explained what it is and how it works. After that we are going to start with what we call 'Discovery' stage. During this stage we are going to see what the core qualities and unique points are of Ritchie and the community. When we've done that there will be a short break. Afterwards we are going into the 'Dream' stage. Here we are going to see which tourism aspect coming from the 'Discovery' stage we can develop further and what we need for it. At the end of the session we will look back at the session and have a look at what we got out of it.
4. Explaining Rules;
 - a. This whole session will be recorded on video or audio.
 - b. Pleun/Jopie will be here to oversee this session, to make sure the process is done correctly.
 - c. Everyone may say whatever he/she is thinking. No idea is crazy enough and there are no boundaries. We are not going to judge each other.
 - d. Respect every idea and each other.
5. Are there any questions so far?

Stage 2 – Ice Breaker

Making a connection:

1. Get the group together in a big open space;
2. The ultimate goal is to get one big circle together, where everyone is linked;
3. Ask a volunteer, or point someone, who will stand with one hand in their hip and then tells a personal statement about him/herself;
4. When that statement is applicable to someone in the group, that person has to join the one making the statement by putting his/her arm through the other arm.
5. The one who joined last makes another statement, so someone else can join again.
6. This process of sharing and linking goes on till the last person gets linked;
7. The last person must make a statement so he/she can link the first person and the circle will be closed.

Free sketch:

1. Everyone gets a pile of A4 paper and a pen.
2. For two minutes there will be calming music.
3. As soon as giving the start signal, two people are going to draw each other.
4. During the drawing the pen may not come off of the paper and you cannot look down at the paper. You have to keep looking at each other.
5. Everyone gets 20 seconds per person and then you will get to the next one.
6. Before you get to the other, you will ask the person you drew a random question. For example: what is your favourite taste of crisps? The answer you will write down on the drawing.
7. When you finished the drawing and asked the question you give the drawing to the person you drew.
8. After everyone drew each other the person who was drawn will pick her/his favourite portrait and give an explanation of why that one was picked.

Stage 3 – Unique points/core qualities Ritchie (Discovery)

1. Explain why they are going to look into the unique and core qualities of Ritchie;
 - a. We are going to look for the “Unique Selling Points” of Ritchie. To be more specific the “Community-Based Tourism Assets”. These two things are almost the same. The only difference is that we are going to focus on the “specialties” of the community and Ritchie. For example you can take the local knowledge about wild-life. This is a unique selling point that you could develop into a tour done by one of the locals. You are the community and can tell me as no other what you are best in or can offer.
 - b. We are going to look for features, characteristics, resources and things what is making you proud and would like to share with visitors.
2. Asking questions and work out aspects;
 - a. First there will be no aspects given, so they will not think within those borders;
 - i. Questions that can be asked:
 1. What do you value about your community and Ritchie?
 2. What would tourists find positive about your community and Ritchie?
 3. What would you like to share of the community and Ritchie?
 4. Which manpower does the community have that would help within tourism?
 - ii. The given answers may be written down by the participants on a sticky note, so they can paste it on the wall.
 - b. After most of the ideas and answers on the questions are given and discussed they will be divided between different subjects:
 - i. Legacy: cultural, artistic, natural, history, medical, technological, architectural.
 - ii. Infrastructure: accommodation, sports, places to eat, meeting rooms.This will be done by the participants and the group leader together. The structure that will come from it will be a mindmap. This will help the next stage.
 - c. From these subjects there can be a second round with ideas to add.
3. Give a conclusion of the outcomes.

Break

Stage 4 – Developing tourism aspects (Dream)

1. Give a motivation for the ‘Dream’ stage;
 - a. What you are looking for, you will find. If you believe things will go wrong, it will probably go wrong. But if you do believe you can make it happen, together with others, you can reach your craziest dreams. If you have faith in your dreams, you can achieve miracles. Do not forget the well-known speech: “I have a dream!”.
2. Explain developing tourism aspects;
 - a. Together we are going to visualise how we can develop what you just came up with during the ‘Discovery’ stage so we can get the best out of community based tourism. We will go through the subjects and visualise how it would be in 10 years.
3. ‘Dream’ stage;
 - a. Close your eyes. Think about how it would be 10 years later: who will be there, what are tourists doing, how does the surrounding look like and what facilities will be there, who are there to guide these tourists, who profit from them being there, which attractions are the visiting, who does the maintenance and the managing?

- b. Open your eyes. What did you see?
 - i. Encourage the participants to be as specific and detailed as they can be, so this information will lead to specific CBT products, activities, services and skills.
 - ii. The participants may draw it on a paper or write down what they saw for themselves, before they are going to share it.
 - iii. They may share it with the group. The group leader will write it down around the aspects given in the previous stage.
- c. After these given dreams there will be different aspects that needs to be worked out to see what is needed to get these dreams happening:
 - i. Who are the stakeholders?
 - ii. Which resources do you need?
 - iii. Who does the monitoring and managing?
 - iv. What will you get from it? What will be the profit?
 - v. What else do you need to make this happen?
- 4. Give a conclusion of the outcomes and ask if everything is there that they could think of.
 - a. Add additional feedback given extra.

Stage 5 – Conclusions session

- 1. Discuss outcomes stage 3 ‘Discovery’;
 - a. Tell what has been discussed.
 - b. Ask how the participants experienced this session.
- 2. Discuss outcomes stage 4 ‘Dream’;
 - a. Tell what has been discussed.
 - b. Ask how the participants experienced this session.

Stage 6 – Ending session

- 1. Ask if there are any questions or feedback;
- 2. Explain again what is going to happen with the information that came out of this session;
- 3. Ask if the participants would mind if they will be contacted if there are any questions later on;
- 4. Thank everyone for their availability and participation.

Monitoring process

Purpose

Monitoring of the correct course of the process during the brainstorm session.

Who

Jopie Niemann, Pleun Steintjes

Tasks

Before the session:

- ❖ Check material;
- ❖ Check that everyone is present;
 - See appendix 2.
- ❖ Check if everyone filled in their names.

During the session:

- ❖ Make sure everything gets recorded by video/audio;
- ❖ Give the correct materials during every stage;
 - Stage 1: Paper for filling in names
 - Stage 2: If free sketch -> A4 paper and pens
 - Stage 3: Sticky notes and pens
 - Stage 4: A4 paper and pens
- ❖ Check if every point has been discussed during every stage;
- ❖ Check if everyone gets enough opportunity to give input;
- ❖ Check if every input given has been heard and written down;
- ❖ Give one minute before ending of the given time an signal;
 - Discuss what signal this will be upfront.
- ❖ Give ending signal.

Point of attention:

- ❖ The one responsible for monitoring the process may not participate during that given the session.

Onderbouwing opzet brainstormsessie

Deze brainstormsessie is opgebouwd vanuit de APPA methode (The Mountain Institute, 2000) en vanuit de operationalisering die gemaakt is vanuit het theoretische kader. Om ervoor te zorgen dat de participanten begrijpen wat het doel is van de sessie, samen met wat ze gaan uitvoeren, wordt er eerst een introductie gegeven. Na de introductie wordt er begonnen met een 'Ice Breaker'. Dit is een spelvorm die ervoor zorgt dat de participanten losser komen en elkaar meer in vertrouwen nemen. Dan begint de fase (3) waarin gekeken wordt naar de kernkwaliteiten van Ritchie. The Mountain Institute (2000) geeft aan dat het van belang is om de community zelf te laten komen met de kernkwaliteiten van de gemeenschap en de bestemming. Zij zijn de experts van hun eigen community. Binnen deze fase worden de aspecten die uit het theoretische kader naar voren zijn gekomen meegenomen. Er is gekozen om specifiek te richten op de 'Physical Plant' van het model 'The Generic Tourism Product'. Dit heeft als reden dat binnen het TALC model van Butler, Ritchie zich momenteel bevindt in fase 1 'Exploratie'. Tijdens deze fase is er geen sprake van een ware toerisme industrie. Inkomsten vanuit toerisme zijn dan ook zeer beperkt en de relatie tussen toerist en inwoner is zeer positief (Butler, The concept of the tourist area life-cycle of evolution: implications for management of resources, 1980). Gezien er nog geen ware industrie is en binnen dit onderzoek gezocht wordt naar een toerisme product, moet er eerst gekeken worden naar de fysieke mogelijkheden hiervoor. Binnen 'The Generic Tourism Product' komen daarna de services, hospitality, vrijheid van keuzes en betrokkenheid aan bod (Smith S. , 1994). Deze onderwerpen zijn gevolgen vanuit de eerder benoemde 'Physical Plant', waardoor deze nog niet worden meegenomen in dit onderzoek. Vervolgens komt fase 4 aan de beurt. Binnen fase 4 wordt er verder gegaan op de gevonden kernkwaliteiten. Er wordt voortgeborduurd op de bevindingen door het in een setting van tien jaar later te zetten. Dit wordt ook wel de 'Dream' fase genoemd (The Mountain Institute, 2000). De participanten krijgen hier de mogelijkheid om hun visie te delen en aan te geven wat ze verder zouden willen ontwikkelen en wat hierbij dan komt kijken. Tot slot wordt er teruggeblikt op de sessie en afgesloten met een vragen en opmerkingen ronde, waarna iedereen bedankt wordt voor de samenwerking.

Bijlage IX: Overzicht soort community based toerist

Community based toerist		
Hard	Soft	
Dit is een kleinere groep die zoekt naar een oprechte culturele ervaring. Het liefst willen ze ervaren hoe de lokale bevolking leeft en daarin meedraaien. Dit zorgt er voor dat zij het daarom niet erg vinden als het minder comfortabel is. Mocht de locatie zelfs te comfortabel zijn, dan brengt dit hen de gedachte dat de ervaring misschien niet echt authentiek is. Duurzaam en ethisch toerisme is erg belangrijk binnen deze groep. Binnen Europa zijn deze toeristen het meest te vinden in Nederland.	Dit is de grootste groep onder de CBT reizigers. Deze groep is oprecht geïnteresseerd in cultuur, avontuur en onderling contact met de lokale gemeenschap. Tegenover de hard CBT reizigers is deze groep opzoek naar iets meer comfort. Ze zijn voornamelijk opzoek naar een ervaring die uniek is en de moeite waard.	
Oudere generatie	Jongere generaties	Families met kinderen
Dit is de grootste groep. Europa heeft een grote populatie tussen de 50 en 70 jaar oud. Deze generatie heeft meer tijd en geld dan de andere groepen. Vaak zijn de kinderen uit huis en gaan ze richting hun pensioen. Ze zijn minder gebonden aan hoogseizoenen en hebben de mogelijkheid te reizen in het laagseizoen. Zij zijn fysiek gezond en willen graag nieuwe ervaringen opdoen. Ze zijn voornamelijk geïnteresseerd in de soft kant van CBT.	Dit zijn groepen tussen de 18–30 jaar en 31–50. Deze reizigers zijn vaak hoger opgeleid. Vaak hebben ze al enige reiservaring opgedaan in hun jeugd of tijdens hun studie. Ze zijn enorm geïnteresseerd in het ontdekken van nieuwe verre destinaties. Hoog inkomen, weinig tijd Dit zijn de jonge professionals tussen de 31–50 jaar en reizen vaak in koppels. Deze groep zoekt een ‘once in a lifetime’ ervaring. Ze willen zo veel mogelijk in hun vakantie plannen als mogelijk. Kleiner budget, veel tijd Deze groep is van 18–30 jaar. Denk hierbij aan mensen die een tussenjaar hebben of willen backpacken. Zij reizen verschillende periodes, van een maand tot een jaar. Ze hebben een kleiner budget en zoeken graag contact met de lokale bevolking. CBT trekt hun aandacht, omdat dit in het algemeen goedkoper is dan de standaard hotellerie. Daarnaast willen ze graag helpen met de ontwikkeling van het gebied. Vaak boeken ze de activiteiten direct ter plaatsen bij de lokale ondernemingen.	Dit is een kleine groep die groeit. Ouders zijn opzoek naar reizen die educatief zijn voor de kinderen. Ze willen hen laten zien hoe er geleefd wordt in andere delen van de wereld, inclusief wat zij daar eten en hoe daar de scholen zijn. Ze zoeken interactie met de lokale bevolking en hopen dat de kinderen met lokale kinderen kunnen spelen. Veiligheid is van groot belang, vaak kiezen ouders liever voor een bestemming waar malariapillen of de gele koorts prik niet nodig zijn.

(CBI Ministry of Foreign Affairs, 2016)

Bijlage X: Tabel voorbeeld CBT accommodatie, activiteiten en attracties

Accommodatie	Activiteiten	Attracties
Bed en breakfast	Boot trip	Archeologische plekken
Camping	Fietsen	Culturele centrum
Community lodge	Kook workshop	Culturele, gastronomische heritage en routes
Familie gastenhuis	Dansen (traditional)	Boerderijen
Boerderij	Handwerk workshops	Volkeren
Hangmat	Hiken (door bv. natuur)	Aanzicht landschap(pen)
Lokaal verblijf inwoners	Sport activiteiten	Lokale markten
Openlucht	Tours (bv. Village, koffie/thee, wijn)	Museums
Tent	Vrijwilligerswerk	Plantages/kwekerijen
Boomhuis		Wild-life

(CBI Ministry of Foreign Affairs, 2016)

Bijlage XI: Destinatie mix Ritchie

Algemene gegevens

	Naam:	Omvang:	Inwoners:	
Dorp:	Ritchie	23,93 km ²	7.610	(Statistiscs South Afrika, 2011)
Gemeente:	Sol Plaatjie	3.145 km ²	255.041	
District:	Frances Baard	12.836 km ²	387.741	
Provincie:	Northern Cape	372.889 km ²	1.193.780	(Yes Media, 2016)

Attracties en evenementen

Bereikbaarheid

Ritchie is met de auto het beste te bereiken. Zo ligt Ritchie aan de snelweg N12. De grote wegen zijn geasfalteerd, maar in Ritchie ligt er voornamelijk zandpad. Alles binnen Ritchie is met de auto of lopend te bereiken. Een auto huren kan in Kimberley, wat 30 minuten rijden van Ritchie ligt. Kimberley is ook het dichtstbijzijnde vliegveld. Verder rijden er bussen van en naar Kaapstad bij een algemeen ophaalpunt in Modderivier, naast Ritchie. De Citiliner komt één keer per dag langs Modderivier. De Greyhound komt twee keer 's avonds langs. Met deze bussen is het ook mogelijk naar Kimberley te gaan. Verder is het mogelijk gebruik te maken van taxibusjes en persoonlijke taxi's.

Klimaat

Het klimaat van Zuid-Afrika kent verschillende zones. Het noordwesten heeft een warm woestijnklimaat, het noorden heeft het warm steppeklimaat, het westen en het midden van het land heeft een koud woestijnklimaat en het zuidelijke binnenland heeft een koud steppeklimaat. Langs de kust en in het oosten heeft het land voornamelijk een land- en zeeklimaat. De seizoenen zijn in Zuid-Afrika omgedraaid in vergelijking met Nederland, zo is het daar zomer als het in Nederland winter is. Het klimaat van Ritchie valt volgens De Köppen-Geiger klimaat classificatie te benoemen als een lokaal steppeklimaat. Gedurende het jaar is er weinig regenval en ligt de gemiddelde temperatuur op 17.3 Celsius, waarbij de warmste maand januari is met een gemiddelde van 24.6 Celsius (minimaal 16.7, maximaal 32.6) en de koudste maand, juni, is met een gemiddelde van 9.1 Celsius (minimaal -0.2, maximaal 18.5) (Climate-Data, n.b.).

Cultuur

In Zuid-Afrika zijn veel verschillende culturen. De volgende culturen zijn te vinden: Khoisan (de Khoi en de San), Xhosa, Zoeloe, Tswana, Shona, Sotho, Westers en Aziatisch. Er zijn geen cijfers bekend over welke culturen en hoeveelheid zich in Ritchie bevinden.

In Zuid-Afrika, en dus ook Ritchie, is een groot deel gelovig. Zo is gemiddeld 80% van het land Christelijk verdeeld over verschillende stromingen. Ook in Ritchie is dit terug te zien **aan de diverse kerken die er te vinden zijn.**

De volgende cijfers zijn gevonden met betrekking op de gemeentelijke staat en het niveau van scholing onder de bevolking van Ritchie:

Gemeentelijke staat	Scholing	
Nooit getrouwd: 63,0%	Geen scholing:	16,4%
Getrouwd: 21,7%	Gedeeltelijk basisonderwijs:	22,2%

Samenwonend:	10,1%	Basisonderwijs afgemaakt:	6,3%
Weduw(e):	4,1%	Gedeeltelijk middelbaar:	37,6%
Gescheiden:	0,6%	Middelbaar afgemaakt:	15,8%
		Hoger onderwijs:	1,7% (Statistiscs South Afrika, 2011)

Ethniciteit

Het volgende met betrekking op etniciteit is er gevonden over Ritchie:

Man: 50,6% Vrouw: 49,4% (Statistiscs South Afrika, 2011)

Kleurling:	67,6%	Aziatisch:	1,2%
Zwart:	27%	Anders:	0,8%
Wit:	3,5%	(Statistiscs South Afrika, 2011)	

Taal: Afrikaans (94,9%), Setswana (1,8%), Engels (1,3%), Overig (2,1%) (Statistiscs South Afrika, 2011)

Leeftijd jongeren (0-14) 33,4%

Leeftijd werkend (15-64) 61,6%

Leeftijd ouderen (65+) 5,1%

Geschiedenis

Ritchie is het eerste dorp dat door de Britten werd veroverd tijdens de tweede Boerenoorlog, hiervan zijn nog overblijfselen te vinden in en rondom Ritchie. Daarnaast heeft de Slag van Magersfontein zich daar dichtbij afgespeeld. Hierop is een museum op gebaseerd genaamd Magersfontein Battlefield.

Natural resources

Naast Ritchie ligt Mokala National Park, waar veel verschillende wilde dieren te bewonderen zijn. Ook zijn er meer dan 139 soorten vogels te spotten. Verder is het mogelijk om op het park te overnachten en worden er verschillende activiteiten aangeboden.

Rondom Ritchie liggen verschillende boerderijen. Zo is er Sunny Weather, die op haar land verschillende producten produceren. Bij Geluk Safari's kan het landschap en wild-life bewonderd worden. Hier is goed te zien dat er verschillende bergen aanwezig zijn, het een rotsachtig land is en dat veel verschillende flora en fauna aanwezig is.

Door Ritchie stromen twee rivieren (modder- en rietrivier) die uitmonden in één rivier.

Faciliteiten

Accommodaties

Op AirBnB is er één accommodatie te vinden die zich naast Ritchie bevindt, hier kan overnacht worden bij een boerderij voor € 14,00 per kamer per nacht. Op AirBnB zijn ook accommodaties te vinden rondom Kimberley, deze worden niet meegenomen in het onderzoek, omdat het te ver bij Ritchie vandaan ligt.

In Modderrivier, een gebied aan de overkant van Ritchie, bevindt zich Rooidam Guestfarm. Dit is een oude boerderij die gerenoveerd is tot een gastenverblijf. Zij biedt tot maximaal 12 personen accommodatie door middel van twee of drie persoonskamers. Zij vraagt vanaf R 550,00 (€ 35,50) per kamer per nacht. Een andere accommodatie die zich in Modderrivier bevindt, is Peace Haven Guesthouse. Dit is een verblijf dat zich situeert bij de 16^e hole van Magersfontein Memorial Golf Estate.

Hier worden twee privé suites aangeboden waarbij luxe gegarandeerd wordt door airco, flat screen Tv's en gratis toiletaccessoires. De prijs per nacht voor twee personen begint vanaf R 1200,00 (€ 77,55). Bij Magersfontein Memorial Golf Estate bevindt zich ook een lodge en restaurant genaamd Cygnature Boutique Lodge and Restaurant. Alle kamers zijn anti-roken, hebben airco, televisie en luxe badkamers. Het restaurant biedt een ontbijtbuffet en a-la-cart dineren. Prijzen beginnen vanaf R 1250,00 (€ 80,60) per nacht per kamer.

Geluk Safari's ligt **aan** een zijstraat van de N12 voor Ritchie. Het is een vier-kamer gasthuis, waar 11 gasten terecht kunnen. Er is een mogelijkheid op zelfcatering, maar ook om volledig voorzien te worden. Er zit een algemene lounge bij met een bar, keuken en BBQ mogelijkheden. Voor evenementen kunnen ze 30 personen ontvangen. Het bevindt zich op een stuk land waar ze verschillende wilde dieren hebben lopen. Dit geeft toeristen ook de mogelijkheid op begeleid jagen. Naast deze accommodatie is er ook een huis in het veld genaamd Voorspoed. Hier zitten vier kamers in en kunnen tien personen verblijven. Het huis bestaat uit twee toiletten, een douche bij de ene wc en een bad bij de andere **wc**, een keuken en een woonkamer. Ook dit huis staat in het veld waar het wild rondloopt. Prijzen voor beide mogelijkheden zijn onbekend.

Tussen Geluk Safari en Ritchie ligt Riverside Country Club & Caravan Park. Dit is een kampeerplaats met 33 staplaatsen voor campers en tenten **die** aan de rivier ligt. Prijzen zijn onbekend.

Restaurants

Zoals te lezen bij accommodaties is er een restaurant te vinden op het Magersfontein Memorial Golf Estate. Naast dit restaurant is er in Ritchie zelf één restaurant te vinden, namelijk KDBC (Kimberley Diamond Brewery Company). Hier worden eigen bieren gebrouwd en is er de mogelijkheid om vanaf 11:00u tot 22:00u gebruik te maken van hun aanbod. Als extra aanbod hebben ze een keer in de zoveel tijd een band die live komt optreden en bieden ze bierproeverijen aan waarbij ook een rondleiding wordt gegeven van de bierbrouwerij. Een andere eetmogelijkheid is het afhaalrestaurant Rooibok Take Away.

Ondersteunende sectoren

Er zijn verschillende kleine supermarkten in Ritchie, maar voor grotere producten of boodschappen is het nodig om naar Kimberley te gaan. Daar bevinden zich meerdere winkelcentrums.

Infrastructuur

Telecommunicatie

Merendeels van de gemeenschap heeft geen toegang tot het internet (84,9%). Vanaf de mobiele telefoon hebben 11,4% internet en vanaf hun huis 1,8%. Iets meer dan 1% heeft vanaf werk verbinding (Statistiscs South Afrika, 2011). De inwoners die internet via hun mobiel hebben kopen data hiervoor bij de winkel.

Gezondheidsfaciliteiten

Binnen Ritchie bevindt zich één kliniek, waar inwoners terecht kunnen voor medische problemen. Het wordt meer gebruikt als huisartsenpost. Het dichtstbijzijnde ziekenhuis zit in Kimberley.

Elektriciteit

Er zijn drie verschillende gebieden in Ritchie, het blanke gedeelte, het **gekleurde** gedeelte en het zwarte gedeelte. Per gebied verschilt het of daar elektriciteit is of niet. Zo zijn er enkele huizen waar zonnepanelen geïnstalleerd zijn, maar ook shacks (krottenhutten) waar geen elektra is. In het blanke gedeelte heeft over het algemeen elk huis elektriciteit, wat in het zwarte gedeelte niet zo is. Tot slot moet er rekening gehouden worden met load shedding. Dit betekent dat de overheid bepaalde momenten in bepaalde gebieden de elektriciteit afsluit. Per gemeente verschilt dit hoelang en wanneer dit gebeurt.

Veiligheid

Ritchie heeft haar eigen politie. Zij bevinden zich momenteel in Modderrivier, wat tien minuten rijden van Ritchie is. Binnen een jaar heeft de politie de intentie om te verhuizen naar het centrum van Ritchie, zodat ze sneller kunnen ingrijpen als dat nodig is. De forensische eenheid bevindt zich in Kimberley en worden alleen bij grotere misdrijven ingeschakeld.

Riolering

Toilet faciliteiten:

Doorspoel toilet (riolering):	57%
Emmer toilet:	33,5%
Geen:	5,7%
Doorspoel toilet (tank):	3,2%

Water resources

De bron van water ligt voor 95,6% regionaal en wordt dus lokaal geregeld. Daarnaast wordt 3,8% uit een borehole gehaald. Het wordt geadviseerd om als toerist niet het water uit de kraan te drinken. De inwoners doen dit wel.

Transportatie

Vliegvelden

Zuid-Afrika **heeft** in totaal 566 vliegvelden, waarvan 144 geasfalteerde banen en 422 zonder geasfalteerde banen (CIA, 2018). Om naar Zuid-Afrika te kunnen vliegen moet er gevlogen worden op een internationaal vliegveld. De vliegvelden binnen Zuid-Afrika die internationale vluchten ontvangen zijn: Cape Town International Airport, Durban International Airport, Lanseria Airport, O.O. Tambo International Airport, Mmabatho International Airport, Kruger Mpumalanga International Airport, Polokwane International Airport en Pilanesberg International Airport (South Africa Travel Online, n.b.). Het vliegveld die het dichtste bij Ritchie ligt is Kimberley Airport. Dit vliegveld ligt in het midden van Zuid-Afrika. De airlines die hier op vliegen zijn: Airlink, South African Airways, South African Express en Fly Blue Crane.

Straten

De grote (snel)wegen zijn geasfalteerd. De straten in Ritchie bestaan voornamelijk uit zandwegen.

Openbaar vervoer

Zoals te lezen onder het kopje *Bereikbaarheid* zijn er twee bussen die beschikbaar zijn voor reizen naar Kimberley en/of Kaapstad. Er is geen treinplatform in de buurt van Ritchie. Tot slot is het mogelijk om gebruik te maken van een personentaxi of taxibussen.

Hospitality resources

Houding gemeenschap richting toerisme

Dit zal worden besproken bij de resultaten van het veldonderzoek.

Gastvrijheid en service trainingen

Momenteel zijn er geen gastvrijheid en service trainingen die gegeven worden in Ritchie.

Toeristische informatieve loketten

In Ritchie bevinden en zich geen toeristische loketten voor informatie.

Bijlage XII: Transcript met codering

Toeristisch Ritchie

Ritchie, Zuid-Afrika, 16 april 2018, duration 16:27

Interviewer (IR): *Sasha van de Kamp*

Interviewee (IE): *Anoniem 1*

- 1 IR: Thank you for being here.
- 2 IE: You are welcome.
- 3 IR: As you know I'm doing a research for tourism in Ritchie and we are going to do an interview about
4 that to see what are the unique points and core qualities and also what we can develop. *Uhm* are you
5 okay with me recording this?
- 6 IE: *Ja*, no it's fine.
- 7 IR: Thank you so much. If anything is not clear, you can just ask or do you have any questions now?
- 8 IE: Nope.
- 9 IR: Already. Okay.
- 10 IE: I'll ask when I'm confused.
- 11 IR: Yes, good. So what are the core qualities of Ritchie?
- 12 IE: *Well Ritchie like uhm personally from my opinion they are rich in culture*
- 13 IR: *Hmmm*
- 14 IE: *And a lot of, you will see a lot of people will have many skills*
- 15 IR: Okay
- 16 IE: *But because they are not, they haven't had the opportunity to to develop them yet*
- 17 IR: Okay
- 18 IE: *It's just the thing waiting to be tapped in to if that makes sense.*
- 19 IR: Yeah *yeah* that does make sense. *Uhm* why is it that way you think?
- 20 IE: *Uhm* a lot of the youth they don't get the opportunity to just get out of the township and...
- 21 IR: Hmm
- 22 IE: ... do their own thing and no one pushes them and no one gets like they don't get the opportunity
23 to.
- 24 IR: *Ja*
- 25 IE: Like with, we got the school now
- 26 IR: *Hmmm*

 **sasha van de kamp**
1.1 Open code: Rijk aan cultuur

 **sasha van de kamp**
1.2 Open code: Mensen met vele vaardigheden

 **sasha van de kamp**
1.3 Open code: Geen kansen gehad voor ontwikkelen

 **sasha van de kamp**
1.4 Open code: Kansen aanpakken

27	IE: [That can be a training facility and we can push people to if they want to go study or if they just want to get out of Ritchie.]	 sasha van de kamp 1.5 Open code: Trainingscentrum
28		
29	IR: Ja	
30	IE: I mean a lot of people are just stuck here.	
31	IR: And by the school you mean the uh the...	
32	IE: Rainbow Project	 sasha van de kamp 1.6 Open code: Plaats trainingscentrum, Regenboog Project
33	IR: Rainbow Project ja	
34	IE: Ja that's going to be like the platform of training	
35	IR: Community based platform	
36	IE: Yes it's for the community	
37	IR: Ja	
38	IE: So I mean they should come here to train	
39	IR: Definitely	
40	IE: And learn more	
41	IR: Ja	
42	IE: So	
43	IR: Okay and what do you value most about the community and Ritchie?	
44	IE: What do I value the most? Uhm. How open people are actually. Like they are very... I come here and you think. I think the first thing I realised just living in Ritchie but like the farm land	 sasha van de kamp 1.7 Open code: Openheid mensen
45		
46	IR: Hmbhm	
47	IE: just be ja just in front of the township	
48	IR: Hmbhm	
49	IE: people here I have actually not get to know them. But people from the township they are far more friendlier they are more willing	 sasha van de kamp 1.8 Open code: Vriendelijk en welwillend
50		
51	IR: Okay	
52	IE: They are kind. They...	
53	IR: So they are open to new people?	 sasha van de kamp 1.9 Open code: Open voor nieuwe mensen
54	IE: Yeah. Yeah I mean. It's a bit... honestly I don't know my neighbours that well.	
55	IR: Hm.	
56	IE: And I've been here for two years. Hahaha.	
57	IR: Hahaha that's a shame.	
58	IE: Ja... that...	
59	IR: Okay so what would tourist find positive about your community and Ritchie? So they are open so that's one of the...	
60		
61	IE: Yes so obviously they are inviting for them and...	 sasha van de kamp 1.10 Open code: de gemeenschap is uitnodigend.
62	IR: Yeah.	
63	IE: It's rich in culture we just got to direct it in the right way so tourists can be like it could be a platform for them to come visit and...	 sasha van de kamp 1.11 Open code: rijk aan cultuur, platform voor toeristen.
64		
65	IR: Hmbhm	
66	IE: So I think...	
67	IR: Experience.	
68	IE: Yeah it all	
69	IR: It all. Yeah	
70	IE: Yeah yeah yeah so don't know if that answers your question. Haha.	
71	IR: Haha yes definitely even the next question because that would be like what would you like the share of the community and Ritchie. But that's then the cultures.	 sasha van de kamp 1.12 open code: delen van alle culturen, onbekend hoeveel
72		
73	IE: Yeah. The cultures. They are rich in	
74	IR: Yeah.	
75	IE: All of that.	
76	IR: Do you know uh how many cultures there is? In Ritchie?	
77	IE: Sadly no, I know there is like <u>koza</u> , <u>zulu</u> , there is <u>tswana</u> , English and Afrikaans	
78	IR: Yeah	
79	IE: And there is the Rasta side	
80	IR: Hm	
81	IE: That I love! Hahaha.	

82 IR: Ja, hahaha.

83 IE: I want to get to know about.

84 IR: Ja.

85 IE: But that is a few I know and there must be more

86 IR: Exactly

87 IE: There must be like a mixture, there must be huge.

88 IR: Ja. It is. Uhm what workforce does the community have that would help within tourism. So you

89 have all these different kind of cultures and people.

90 IE: Yeah.

91 IR: And they are open to new people, but are they also like willing to work for them.

92 IE: I'm pretty sure they would...

93 IR: What do you think of that

94 IE: ...they are willing because I mean lots of people are looking for work for to make a living.

95 IR: Hm.

96 IE: I mean a lot of people are just sitting here. The youth as well they come out of school and they don't

97 know where to go and what to do. They are stuck here and I mean all they do is drink then.

98 IR: Hmmm.

99 IE: And they are getting into the wrong stuff. If we can train them and put them in the right direction

100 it will help.

101 IR: Then it will help definitely.

102 IE: Yeah so there is a huge workforce here and it's just that I think people don't know what to do

103 IR: Yeah.

104 IE: Or where to go from here. I mean you think you don't any, you are stuck...

105 IR: Yeah or how to do it.

106 IE: What do you do, what can I do, ah we are depressed blablabla

107 IR: Yeah, exactly

108 IE: So that's where we got to, like the school is perfect for training

109 IR: Hm and uh within Ritchies legacy you talked about culturally is there also like uh an artistic uh

110 artistic way?

111 IE: Ja. I mean like I said people have skills in leatherwork, in painting, there is the paintings on the rocks

112 I think *anonymous* said earlier?

113 IR: Yeah, nearby the river.

114 IE: Yeah nearby the river.

115 IR: Yeah

116 IE: And I mean the history is like there is a lot of history that we don't know of in this area.

117 IR: Okay.

118 IE: There is the Boerenhistory, I honestly don't know much about.

119 IR: Yeah.

120 IE: But can find out obviously and ja there must be a huge legacy. Must have been a start man.

121 IR: So historically there is a big legacy

122 IE: yeah



sasha van de kamp

1.13 Open code: bereid te werken, zoeken juist werk.



sasha van de kamp

1.14 Open code: Willen wel werken, weten niet wat en hoe. Daarom belang trainingen.



sasha van de kamp

1.15 Open code: → Lederwerk → verven → tekeningen rotsen van de rivier



sasha van de kamp

1.16 Open code: Grote geschiedenis in het gebied



sasha van de kamp

1.17 Open code: Boerengeschiedenis.

123	IR: the <u>boerenwar</u> as well and	
124	IE: Yeah	
125	IR: Uh do the people of Ritchie, the ones who live in the townships know about that one	
126	IE: I honestly don't know like	
127	IR: Okay	
128	IE: I <u>they must have their story as well</u>	sasha van de kamps 1.18 Open code: Geschiedenis van de gemeenschap
129	IR: Yeah	
130	IE: That I don't know of	
131	IR: Exactly	
132	IE: There are two side to everything so.	
133	IR: That can also be involved and	
134	IE: Yeah	
135	IR: together with the culture. And what infrastructure does Ritchie have? As in accommodations,	
136	sports, places to eat, meeting rooms.	
137	IE: I think at this very moment we don't have. It's very basic	sasha van de kamps 1.19 Open code: basis <u>infrastructuur</u> , weinig aanwezig
138	IR: Okay	
139	IE: I actually just recently found out now that there is a place to stay down the road from where we	sasha van de kamps 1.20 Open code: → accommodatie, bed and breakfast → Klein restaurant → handvol winkeltjes
140	live.	
141	IR: <u>Hm</u>	
142	IE: 200 Rand a night. Apparently that's quit basic but you get your own space or your own <u>wendy</u>	
143	houses <u>kinda</u> thing <u>aaand</u> food wise I think we've just just opened a nice little place that has their own	
144	home brewed beer.	
145	IR: Oh okay	
146	IE: Which is awesome. And there is little restaurant and a handful of shops, but honestly it's bare	
147	minimum. I think still...	
148	IR: It's only for the people for here in town	
149	IE: Definitely yeah	
150	IR: And even they	
151	IE: They don't even visit that much I mean. I have just heard about the place so	
152	IR: Yeah and how do you think? Why is it that they even don't know about it? Is it bad marketing or?	
153	IE: Yeah definitely like the other that place what I told you about that brewery and ach the home	
154	brewed beer they...	
155	IR: Is it the KDBC? Something like that?	
156	IE: I don't know.	
157	IR: I have heard of it.	
158	IE: I haven't even heard of the name of the place	
159	IR: Yeah	
160	IE: Like <u>Pleun</u> said that there is a place just behind of the school	
161	IR: <u>Ja, ja</u> , I know that one	
162	IE: So they didn't market it properly, it looks beautiful there. Why wouldn't you put up a big sign at the	sasha van de kamps 1.21 Open code: slechte marketing
163	<u>main road or something.</u>	
164	IR: Yeah	
165	IE: Maybe they don't want so many people there but...	
166	IR: <u>Hahaha ja</u> , that would be bad business though <u>ja</u> ...	
167	IE: <u>Ja</u> , so <u>uhm</u> , I guess it is marketing as well	
168	IR: <u>Ja</u>	
169	IE: Like Ritchie is <u>kinda</u> in the middle of nowhere.	
170	IR: <u>Haha ja</u>	
171	IE: <u>Haha</u>	
172	IR: That's true	
173	IE: <u>Haha</u>	
174	IR: And <u>uhm</u> what will Ritchie look like within the 10 years, if the aspects you just told me about uh	
175	would be developed?	

176	IE: Uhm how I picture, I mean like if we could just tap in to this we could have festivals, we could have		sasha van de kamp
177	more markets, we could have better infrastructure, maybe we could even like I mean Zayin is		1.22 Open code: → Festivals → markten → betere
178	incorporating Permaculture and if we could fix housing and if we can help teach everyone how to		infrastructuur → Permacultuur → opknappen van
179	properly farm and they grow their own vegetables the right way and I mean, like we think of houses		huizen → Juiste manier van telen → Bio huizen
180	you have to pay for of the rest of your life. If we can go to the township and build their own proper		
181	biodegradable houses.		
182	IR: Yeah		
183	IE: Everyone could have one and if we can just uplift everyone. I'm pretty sure in ten years' time this		sasha van de kamp
184	place won't look the same.		1.23 Open code: Iedereen opliften
185	IR: Hm.		
186	IE: Tourist will... maybe it will be a hotspot.		sasha van de kamp
187	IR: Yeah, exactly.		1.24 Open code: Hotspot
188	IE: Maybe it will be... it won't just be the middle of nowhere, it will be like...		
189	IR: Haha		
190	IE: the place to be going to.		
191	IR: It's not going to Kimberley, it's going to Ritchie		
192	IE: Yeah		
193	IE: Exactly, because I, like Ritchie is in the middle. Like Capetown is there and then it's Ritchie and then		sasha van de kamp
194	there is Kimberley.		1.25 Open code: → ligging Ritchie, tussen Kimberley
195	IR: Yeah		en Kaapstad → Goed stoppunt.
196	IE: So you can just pop by, now this place is a dump.		
197	IR: Haha ja		
198	IE: But maybe it is a good stopping point.		
199	IR: That would be great. Uhm how would you attract the tourists to come that way then?		
200	IE: Uhm like I said festivals.		sasha van de kamp
201	IR: Hmhm		1.26 Open code: festivals
202	IE: Markets, uhm we'll have training at the school to start off with and like if we get all the people with		sasha van de kamp
203	their skills and we just help them forth with it then they can start training other people.		1.27 Open code: → Markt → Trainingen op school →
204	IR: Yeah definitely, so it's a chain reaction.		Train mensen, zodat zij anderen weer kunnen trainen
205	IE: Yes definitely and if we work together we can just fix things and make it work with all each other.		sasha van de kamp
206	IR: Yeah definitely.		1.28 Open code: → Kettingreactie generen →
207	IE: Because it's not just one person, it's for the community. So the community needs to work together		Samenwerken en samen dingen oplossen
208	for each other. Then things will start going.		sasha van de kamp
209	IR: And how do you think we can find the the...		1.29 Open code: Het is voor de community dus er
210	IE: Like the back...		moet worden samengewerkt.
211	IR: People.		
212	IE: Oh the proper		
213	IR: Like who's got the, who's going to start it.		
214	IE: Uhm for now I just getting to know everyone, but I know that there is usually there's people that is		sasha van de kamp
215	head of the sports, there is people that's doing the dancing, there's, I mean we just got involved now		1.30 Open code: → Hoofd van sport → Mensen die het
216	with Permaculture and...		dansen doen
217	IR: Yeah		
218	IE: ... I want to do, I also want to help with artside of things.		sasha van de kamp
219	IR: Hm.		1.31 Open code: Helpen op artistiek gebied
220	IE: And express yourself that kind of way, so if we could all just get together and stick to it.		sasha van de kamp
221	IR: Isn't it uhm that group also from the Youth development programm ?		1.32 Open code: → Jezelf uitten → Samenkomen en
222	IE: Yes they are, yeah definitely I think they are that the Youth Development		sasha van de kamp
			1.33 Open code: → Youth Development Group

223	IR: Yeah	
224	IE: Project.	
225	IR: Yeah exactly. And <u>uhm</u> as in profit. What kind of profit will it provide? Of course it will like attract	
226	tourists.	
227	IE: Yeah they can generate the money here.	 sasha van de lamp 1.34 Open code: Geld 880 60
228	IR: And then, you are talking about money. Is there any other profit you would like to see from it?	
229	IE: <u>Uhm</u> I have never been in it for the money but like...	
230	IR: Yeah that's why yeah	
231	IE: Like for me personally the gain that I would like have is to see everyone uplifted	 sasha van de lamp 1.35 Open code: Levensstandaard verhogen
232	IR: <u>Hmbm</u>	
233	IE: But if like profit wise I would love to see people in the township honestly I would love to just see	
234	them making a proper living and they'll be better off.	 sasha van de lamp 1.36 Open code: Mensen uit de townships een beter inkomen krijgen
235	IR: <u>Hmbm</u>	
236	IE: Just to make them feel that way too. Because I mean pretty sure they are sick and tired of the way...	 sasha van de lamp 1.37 Open code: De gemeenschap beter laten voelen
237	IR: They are living now...	
238	IE: they are treated as well.	
239	IR: Yeah	
240	IE: Uh they have profits that could be lifted somehow.	
241	IR: And <u>uhm</u> in this kind of projects who will be the stakeholders? Are there any government that we	
242	can...	 sasha van de lamp 1.38 Open code: Overheid een probleem vanwege corruptie en politieke wijze.
243	IE: That's a problem I think.	
244	IR: Okay	
245	IE: If you get the government involved trust me it's going to corruption, there's going to be politics, I	
246	even now we got the Rainbow project it's... Ton does the what is it called again?	 sasha van de lamp 1.39 Open code: Samenwerking verschillende instellingen lastig wegens verschillende wensen en behoeftes.
247	IR: Eye For Others?	
248	IE: Eye For Others and then there is another one.	
249	IR: Yeah Miracle of the Heart.	
250	IE: Miracle of the Heart. Those three I mean my honest opinion they don't work well together. The one	
251	wants this the other that, where is the funding going to come from?	
252	IR: Yeah	
253	IE: When are we going to start, how are we going to start, we want that, they want this and...	
254	IR: <u>Hm</u> , too much politics in that?	
255	IE: Too many politics man	
256	IR: Yeah	
257	IE: So nothing had started, nothing has ever, that's why I mean like for *Anonymous* and me, we don't	
258	want to be part in a political...	
259	IR: <u>Hmbm</u>	
260	IE: NGO or...	
261	IR: Exactly	
262	IE: So that's why	
263	IR: So you think it's, if I understand correctly, it's better to keep it within the community and	 sasha van de lamp 1.40 Open code: Organisatie binnen de gemeenschap houden en van daaruit groeien.
264	IE: Yes	
265	IR: As this small group, the Youth Development Group, you guys	
266	IE: Yes	
267	IR: And then from there on	
268	IE: If it could grow on from there and we can get sponsors outside somehow	
269	IR: Yeah	
270	IE: Like I know you are going to need the money, you are going to need the manpower, you going to	
271	need all those things to generate an income and to gene... and to get these things going, but I just feel	
272	like some of these NGO groups or whatever non-profit organisations are not really non-profit	
273	organisations <u>haha</u> if that makes sense.	 sasha van de lamp 1.41 Open code: Mankracht en geld nodig.
274	IR: <u>haha ja ja</u> . I can understand what you are saying.	
275	IE: And I mean they've been in it for a lot longer then we have and I wonder honestly but I haven't	
276	really seen much... or maybe I just haven't opened my eyes to see everything but this school itself it's	
277	been painted twice over and that's it...	
278	IR: <u>Ja</u>	

278	IR: Ja	
279	IE: There is nothing else of it.	
280	IR: Well like there could have been more of it.	
281	IE: Yes, yeah	
282	IR: Okay and uhm when the tourists come over how do you see the accommodation for them?	
283	IE: Something really different man.	sasha van de kamp 1.42 Open code: Compleet andere accommodatie, zoals legertenten of mensen laten verblijven op stukken land.
284	IR: Haha	
285	IE: Like even they have army tents or like we could set up on people's, on the properties. I mean like we have got huge land.	
286	IR: Hm	
287	IE: We could even have like wendy houses or little shantis or mudhouses	sasha van de kamp 1.43 Open code: → Wendy → houses → shantis, modderhuizen
288	IR: Hmhm ja	
290	IE: We could even get the tourists to come in and help finish them off. Not maybe build it because it is a lot of work and you know I'm pretty sure tourists are like ugh we are coming here for other things.	sasha van de kamp 1.44 Open code: Toeristen meehelpen met het afmaken van verschillende huizingen.
291	IR: Hm	
292	IE: But something like that, I mean I showed you videos of the the biodegradable houses	sasha van de kamp 1.45 Open code: Biologisch afbreekbare huizen, milieubewust
293	IR: Ja	
294	IE: And stuff.	
295	IR: Ja	
296	IE: So I see something like that.	
297	IR: That would be cool.	
298	IE: It will stay for a long time those homes, I mean it's for life.	
299	IR: Yeah exactly.	
300	IE: Because it goes back to the ground as well so	
301	IR: Hm	
302	IE: I would live in one of those!	
303	IR: Yeah! Definitely me too.	
304	IE: Haha	
305	IR: Haha you know that.	
306	IE: Go back man!	
307	IR: Yeah, sounds good. And for uhm places to eat what do you how do you see that?	
308	IE: That like I... I see because of all the cultures	sasha van de kamp 1.46 Open code: → Verschillende culturen in etensgelegenheden verwerken. → Traditionele maaltijden. → Afrikaans, Zulu, Xhosa, Tswana, Engels
309	IR: Hmhm	
310	IE: We should definitely bring in like the typical traditional meals of like everyone here I mean like the Zulu's eat something different the Xhosa's, the Tswana's, the Afrikaans people, English people, I'm still learning from like Afrikaans meals man. They make good stuff.	
311	IR: Yeah	
312	IE: Sooo I see like foodwise either I don't have huge restaurants, I don't see that, but I do see like a little maybe coffeeshops or	sasha van de kamp 1.47 Open code: → Geen grote restaurants, kleine koffieshops, iets kleins wat de cultuur highlights, zodat ervan geleerd kan worden.
313	IR: Yeah	
314	IE: maybe something small that, but it highlights their culture. So they can learn more as well.	
315	IR: Yeah definitely, so you think the best thing here is to focus on the cultures as the first step	sasha van de kamp 1.48 Open code: Belangrijkste eerste stap is de focus op cultuur.
316	IE: Yeah	
317	IR: And	

322 IE: Yeah because it makes people proud and it makes them work together.

323 IR: Show the community, let them show the world who we are.

324 IE: Yeah, exactly, yeah

325 IR: Sounds good. Okay thank you.

326 IE: You are welcome.

327 IR: That was a lot of information

328 IE: Hahaha

329 IR: But I can really... use.

330 IE: Hope it helps hahaha.

331 IR: Yeah yeah definitely. Uhm were all questions clear?

332 IE: Yes, ja man you pretty thorough like it wasn't hard to to answer incorrectly if that makes sense

333 IR: Yeah! You can never answer incorrectly

334 IE: Yeah yes, but I understood where, like what you were asking!

335 IR: Yeah, great thank you and uhm would you like to add anything or do you think I missed anything that you would like to...

337 IE: Don't think you missed anything or that I want to add...

338 IR: Or would you... like I have another idea spontaneous

339 IE: Hahaha come on brain work

340 IR: Hahaha

341 IE: Uhm I don't have anything at the moment but yeah I just uhm I just really want to be able to

342 help I think like something bigger out there and it's not about making money and it's sad because

343 some of the organisations... I'm learning now it's mainly about the money.

344 IR: Hmm

345 IE: Like even the school now they... or anything they say okay we are going to help the community

346 with this but if we have access to an amount of vegetables we need to sell it and we need to put

347 money back in. And like back in for what?

348 IR: Yeah

349 IE: Like if you have enough stuff to grow and you know there's people hungry and ooh like for

350 example like you know where the school is.

351 IR: Yeah

352 IE: There's that piece of land where all the wood ach all the trees they are cutting down

353 IR: Yeah on the other side

354 IE: Yeah

355 IR: Yeah

356 IE: They don't know what to do with that wood, but they need to take it all down right.

357 IR: Hmmm

358 IE: *Anonymous* had a freaking amazing idea. And he said he's... they are very long term, but they

359 help for the future and I mean that is what we are looking for as well.

360 IR: Yeah definitely

361 IE: But now the guy who owns the piece of land he is like no he wants to get rid of it lets burn it.

362 IR: Oooh

363 IE: So I was like no these guys out there...

364 IR: You could use it...

365 IE: You could sell the wood because if he wants money for it

366 IR: Yeah.

367 IE: or just give it to the community man they need to make a fire every night.

368 IR: Yeah...

369 IE: Open up the gates and say come and take it. I promise you within a week the stuff is going to be

370 gone.

371 IR: And do you know why they don't uh...



sasha van de kamp
 1.49 Open code: → deel uitmaken van een groter geheel → Het gaat niet om geld

372 IE: Because they can't bloody make up their minds.

373 IR: Hmm.

374 IE: And they can't all agree to one thing. It has to be one this thing and another and another. This
 375 one is not happy so this one is not going to do that and honestly...

376 IR: That's a shame.

377 IE: and it's about money

378 IR: Yeah

379 IE: I think.

380 IR: Yeah

381 IE: So and people, I don't know, we have got to learn to think outside of the system.

382 IR: ~~Um~~

383 IE: Think bigger than just yourself I think, I mean God put us on this planet to look after each other.

384 IR: Yeah definitely.

385 IE: I mean we are not doing that ~~baha~~...

386 IR: ~~baha~~ no not yet. ~~So~~.

387 IE: ~~Baha~~ not yet but we are getting there.

388 IR: Getting there yeah.

389 IE: Yeah.

390 IR: Okay thank you again ~~bahaba~~

391 IE: You're welcome ~~baha~~.

392 IR: Nice adding though ~~baha~~.

393 IE: Thank you

394 IR: ~~Um~~ if I need any other information is it okay if I can contact you?

395 IE: ~~Ja~~ man of course. Definitely!

396 IR: Perfect, thank you so much.

397 IE: You're welcome.



sasha van de kamp
 1.50 Open code: Buiten het standaard systeem denken.



sasha van de kamp
 1.51 Open code: Niet alleen aan jezelf denken, maar ook aan een ander.

Bijlage XIII: Codeboom

Onderwerp	Axiale code	Open code	Fragment
Ritchie	Kernkwaliteiten/ sterke punten	• Cultuur • Inwoners Ritchie • Ligging Ritchie • School • Sport • Kerk/Christelijk • Visie van het land • Uitstraling bestemming • Jongerenprogramma's • Land, natuur en grondstoffen	• 1.1; 1.11; 1.12; 2.8; 4.8; 4.10; B05; B35; B70. • 1.2; 1.7; 1.8; 1.9; 1.10; 1.13; 3.1; 3.2; 3.3; 3.36; 4.1; 4.2; 4.3; 4.4; 4.5; 4.7; B02; B11; B57 • 1.25 • 2.1; 2.2. • 2.1; 2.2. • 2.2; 3.4; 4.10; B60. • 2.7; 2.9. • 2.9; B29. • 4.4. • B09; B10; B25; B27; B37; B111; B112.
	Nalatenschap	• Ambacht • Artistiek • Geschiedenis • Cultuur	• 1.15; B12. • 2.20; 3.14; B38. • 1.15; 1.16; 1.17; 1.18; 2.12; 3.11; 3.13; 4.5; 4.6; B01; B03; B04; B06; B07; B16; B19; B28; B31; B32; B36; B39; B40; B41; B74. • 4.8; 4.9; B05.
	Infrastructuur	• Accommodatie • Winkels • Eetgelegenheden • Verschillende kerken • Laptops en mobiel • Weinig aanwezig • Wildkwekerijen (game farms)	• 1.20; 3.17; 4.12. • 1.20; 3.14. • 1.20; 3.25; 3.26; 3.27. • 4.10; B129; B130; B131. • 4.11. • 1.19; 3.17; 4.12. • B26
	Kansen	• Ondernemerschap	• 2.3; 2.4; 2.5; 2.22; B134; B136; B137; B138; B139; B141; B142.
Ontwikkeling 10 jaar	Activiteiten	• Culturele activiteiten • Festivals • Markten • Huisvesting • Permacultuur	• 1.46; 1.47; 1.48; 2.8; 2.9; 2.11; 2.26; 2.27; 2.29; 2.30; 2.37; 2.38; 2.47; 3.5; 3.15; 3.16; 3.24; B20; B22; B46; B47; B48; B68; B69; B76; B82; B84; B85; B87; B88; B107. • 1.22; 1.26; B55; B56; B89. • 1.22; 1.27; B58; B61; B62; B63; B64; B89. • 1.22; 1.44; 2.10; 3.22; 3.23; B77; B108. • 1.22.

		• Toerist rondleiden • Ouderwetse activiteiten/ spellen • Flora, fauna, wild-life • Workshops	• 3.6; 3.8; 3.9; 3.18; 3.30; 3.34; 4.5; B15; B20; B75. • 2.25; 4.15; 4.16. • B13; B14; B23; B25; B54. • B118.
	Faciliteiten	• Accommodatie • Eetgelegenheden • Regenboog Project • Transport • Openbare gebouwen • Museum • Betere infrastructuur	• 1.42; 1.43; 1.45; 2.23; 2.26; 3.17; 3.19; 3.20; 3.21; 4.12; 4.13; 4.14; B43; B44; B45; B97; B98; B99; B100; B101; B102; B103; B104; B105; B106. • 1.46; 1.47; 2.28; B86. • 1.6; B91; B92; B93; B115; B125; B126; B127. • 2.24; 2.25; B78; B79. • 3.46; 4.18; 4.19; B117; B124; B128; B132. • 3.31; 3.32; 3.33; 3.35. • 1.22; B34; B42.
	Onderhoud	• Gemeenschap • Kwaliteiten • Mineralen	• 1.40; 2.21; 3.10; 3.11; 3.37; 4.20; 4.24; B18; B90. • 1.30; 2.31; 2.33; 3.14; 3.36. • 2.13; B59.
	Managing	• Gemeenschap • Jongeren • Managementteam	• 1.40; 2.41; 2.46. • 3.38; 4.22; 4.24; 4.25; 4.26; 4.27. • 1.30; 2.32; 3.39; B81; B82.
	Stakeholders	• Youth Development Program • Overheid • Verschillende instellingen samen laten werken lastig • Gemeenschap • Ouderen • Business Forum	• 1.33; 2.44. • 1.38; 3.43; 3.44. • 1.39. • 1.40; 2.22; B73; B121; B122; B123. • 2.21; 2.42; 4.20; 4.21; B71; B72; B119; B120. • 3.45.
	Benodigdheden	• Training/scholing • Samenwerken • Mindset • Financiële middelen	• 1.5; 1.14; 1.27; 2.6; 2.17; 2.43; 3.11; 3.12; 3.40; 3.41; 3.42; 4.22; 4.23; 4.31; B113; B114; B116; B133; B135; B143. • 1.28; 1.29; 1.41; 2.18; 2.34; 2.35; 2.36; 3.37; B94; B140. • 1.50; 2.15; 2.17; 2.38; 2.39. • 1.41; 3.20; 4.28; 4.29.

		• Omgeving • Opknappwerk	• 2.14; 2.15; B30; B49; B50; B51; B52; B66. • B07; B08; B65; B67; B95; B96.
	Doel	• Betere leefomstandigheden • Samenkomen • Milieubewust • Geld • Jezelf uiten • Bewaking geschiedenis en kennis • Ritchie deels als Kimberley • Mindset	• 1.23; 1.35; 1.37; 3.28; 3.29; 4.29; B145. • 1.24; 1.32; 1.49; 1.51; 2.16; 2.22; 2.34; 4.17; B16; B17; B18. • 1.45; 2.13; B109; B110; B144. • 1.34; 1.49. • 1.32; B33. • 2.45; 2.46; B83. • 3.28. • 1.32; 2.19; 2.34; 4.30; B21.

Bijlage XIV: Potjie kos



(Ons Gaan Braai, n.b.)

Bijlage XV: Wendy house



(Condo, n.b.)

Bijlage XVI: Sacred geometry gardening



(Pinterest, n.b.)

Bijlage XVII: Onderbouwing scoren adviesopties

Criteria 1: Sluit het advies aan bij de opdrachtgever?

Optie 1: Er worden hier vijf punten gescoord, omdat deze optie direct aansluit bij de missie en visie van SEFO. Er wordt ingespeeld op de wens om de Westerse en Afrikaanse wereld samen te brengen. In deze optie wordt er een directe link gelegd tussen verschillende culturen uit Ritchie en de toerist. Naast dat het inspeelt op de missie en visie sluit het ook aan bij het doel om de gemeenschap onafhankelijk te maken van kennis en inzet van SEFO. Dit wordt bereikt door het opzetten van een toerisme commissie, die verantwoordelijk zal zijn voor het managen en onderhouden van het toeristische product.

Optie 2: Hier worden vier punten gegeven. Hier is één punt minder gescoord, omdat bij deze optie de focus niet op cultuur ligt, maar op geschiedenis. Dankzij dat de gemeenschap volledig wordt betrokken bij het uitvoeren van de activiteiten en de tours wordt er wel rekening gehouden met de eerder genoemde missie en visie. Bij deze optie geldt hetzelfde als bij optie één over het gestelde doel van SEFO om de gemeenschap onafhankelijk te maken, omdat ook bij deze optie een toerisme commissie wordt opgezet.

Optie 3: De onderbouwing voor de vier gegeven punten is hetzelfde als bij optie twee, alleen is hier het onderwerp ecologie.

Criteria 2: Is het advies organisatorisch haalbaar?

Optie 1: Vanwege dat bij deze optie de meeste inspanning geleverd moet worden om het mogelijk te maken, wordt er drie punten gegeven. De optie is namelijk wel organisatorisch haalbaar, maar heeft meer tijd nodig dan de andere opties om het op te zetten. Bij deze optie zijn bijna alle stakeholders inwoners van Ritchie. Er gaat dus veel tijd zitten in het vinden van de juiste personen voor de juiste activiteiten. Zodra de juiste personen gevonden zijn, moeten de activiteiten en aspecten op de juiste manier vormgegeven worden, ook dit zal de nodige tijd opeisen. Ondanks dat er veel tijd zit in het opzetten van deze optie, is het niet onmogelijk of onhaalbaar.

Optie 2: In deze optie komen aspecten voor die al bestaan en zo kunnen worden meegenomen in het opzetten van het advies. Ook bij deze optie zit het meeste tijd in de juiste personen vinden voor het begeleiden van activiteiten en de tour. Tevens moet er een storyline komen, waarin de tijdlijn duidelijk wordt weergegeven van de geschiedenis van Ritchie en de Boerenoorlog. Omdat bij deze optie er al bestaande aspecten meegenomen kunnen worden, maar er wel de juiste personen moeten worden gevonden en er een storyline moet komen, worden er vier punten gescoord.

Optie 3: Evenals in optie twee zitten hier aspecten in die al bestaan en dus niet ontwikkeld hoeven te worden. Ook in deze optie moeten er veel stakeholders benaderd worden om het advies mogelijk te maken. Zo zal er naast dat er gidsen geworven moeten worden, er ook contact moeten worden gelegd met Sunny Weather voor de mogelijkheden van rondleidingen. Dit geldt ook voor de lokale boeren. Ook voor deze optie is er daarom gekozen om vier punten te geven.

Criteria 3: Sluit het advies aan bij community based toerisme?

Optie 1: Hier zijn vijf punten gescoord. Dit heeft te maken met dat in vergelijking met de andere twee adviesopties dit advies zo goed als volledig aansluit bij community based toerisme. Er wordt bij deze optie de focus gelegd op het culturele en het menselijke aspect. Zoals te lezen in paragraaf 4.1 is binnen community based toerisme dit waar de toerist het meest naar opzoek is.

Optie 2: Deze adviesoptie scoort vier punten, omdat het onderwerp geschiedenis grotendeels aansluit op waar de CBT toerist naar opzoek is. In paragraaf 2.2.2 is te lezen dat de CBT toerist graag meer wil leren over de gastgemeenschap. Bij deze optie geldt dat er minder directe focus is op de gemeenschap, maar meer op de ontstaansgeschiedenis van de gemeenschap en de geschiedenis van de omgeving. Dankzij dat de uitvoering van de tour door de gemeenschap wordt gedaan en de geschiedenis verteld gaat worden door de ouderen, wordt er toch gezorgd dat de link tussen de gemeenschap en de toerist vergroot wordt.

Optie 3: Bij deze optie geldt bijna hetzelfde als wat bij optie twee geschreven staat en scoort ook vier punten. Het verschil is dat hierbij er een workshop wordt ontwikkeld wat ontwikkeling voortbrengt in de gemeenschap. Zoals te lezen in paragraaf 6.1 wordt er niet alleen geprobeerd rekening te houden met het economische, sociale en ecologische welzijn, maar dat er ook het doel is om deze aspecten te bevorderen.

Bijlage XVIII: PDCA-cyclus uitleg

De PDCA-cyclus zorgt ervoor dat er eerst een plan (**Plan**) gemaakt wordt voor de resultaten die bereikt hopen te worden. Daarna kan de uitvoering (**Do**) plaatsvinden. Vervolgens wordt er gekeken naar welke resultaten behaald zijn en of het de resultaten behaalt die opgesteld waren (**Check**). Tot slot wordt er bijgestuurd om zo alsnog de resultaten te bereiken die als eerst opgesteld zijn of om de nieuw gestelde resultaten te kunnen bereiken (**Act**) (Passioned Group, n.b.).

