

Storymapping African Descent

Evaluatieverslag



februari 2018

IDLEAKS
vraag maar raak


MANO A MANO
PRODUÇÕES

 inger
the world

INHOUDSOPGAVE

1. INTRODUCTIE

- 1.1. Introductie
- 1.2. Korte samenvatting project
- 1.3. Doelstelling project
- 1.4. Rapport structuur

2. OUTPUT EN PROCES

- 2.1. Afrispectives (online storymap)
- 2.2. Africadelic (festival)
- 2.3. Educatieve toolkit
- 2.4. Onverwachte output

3. EFFECT EN IMPACT

- 3.1 Evaluatiemethodes
- 3.2 Afrispectives
- 3.3 Africadelic
- 3.4 Factoren voor succes
- 3.5 Barrières voor succes

4. CONCLUSIE

- 4.1 Geleerde lessen
- 4.2 Duurzaamheid en toekomstperspectief

1. INTRODUCTIE

1.1. INTRODUCTIE

In het kader van het 'Decennium voor mensen van Afrikaanse afkomst' uitgeroepen door de Verenigde Naties, hebben Stichting IDleaks, Mano a Mano Produções (Otinieel Silva) en Ginger the World (Saskia de Wildt), een project uitgevoerd dat actie onderneemt op het vlak van bewustwording en het tegengaan van vooroordelen, negatieve beeldvorming en stereotypering. Door inspirerende initiatieven uit Afrika en de Afrikaanse gemeenschap in Nederland op een vernieuwende wijze voor het voetlicht te brengen, dragen wij bij aan het creëren van bewustwording over de diversiteit van het Afrikaanse continent en de Afrikaanse cultuur, waarmee vooroordelen, negatieve beeldvorming en stereotypering worden tegengegaan. Middels de online storymap 'Afrispectives', het festival 'Africadelic' en een educatieve toolkit voor het voortgezet onderwijs, bieden wij een podium voor de rijkdom van het Afrikaanse culturele erfgoed en maken wij dit toegankelijk en zorgen wij dat dit onder een breed publiek wordt verspreid.

1.2. KORTE SAMENVATTING PROJECT

Het project bestaat uit drie met elkaar verbonden onderdelen (1) de online storymap; [Afrispectives](#) (2) het sociaal-cultureel evenement Africadelic en (3) een educatieve toolkit die de inhoud van de storymap toegankelijk maakt voor leerlingen uit het voortgezet onderwijs.

Het eerste onderdeel, de online storymap Afrispectives, laat op één website een palet aan multimediale verhalen vanuit het Afrikaanse perspectief zien. Bezoekers kunnen deze verhalen door middel van het aanklikken van plaatsen op de kaart of via het intypen van keywords op een zoekbalk lezen en bekijken. Deze website vormt de basis voor de twee andere onderdelen van het project.

Het tweede onderdeel beslaat het sociaal cultureel festival Africadelic. Bezoekers konden genieten van muziek, dans, theater en debat, waardoor uitwisseling en begrip tussen Nederlanders met en zonder Afrikaanse roots kon ontstaan. Africadelic is een viering van wat Afrika op cultureel gebied te bieden heeft. Tijdens het onderdeel 'State of the Continent' van het festival in Paradiso werd een selectie van de verhalen en beelden van de storymap op een aantrekkelijke manier gepresenteerd en was er ruimte voor debat en dialoog.

Het derde en laatste onderdeel is een educatieve toolkit. De toolkit maakt inspirerende verhalen uit de online storymap toegankelijk voor leerlingen uit het voortgezet onderwijs. Gecombineerd met lesopdrachten en een docentenhandleiding kan de informatie uit de storymap worden ingezet door onderwijsprofessionals en trainers om bewustzijn te creëren over Afrikaanse culturen, en om assumpties, vooroordelen en stereotypering tegen te gaan.

1.3. DOELSTELLING PROJECT

Het doel van dit project is het vergroten van bewustwording en tegengaan van vooroordelen, negatieve beeldvorming en stereotypering door middel van het faciliteren van ruimte en podia voor inspirerende culturele initiatieven vanuit Afrika en de Afrikaanse diaspora. We brengen de culturele rijkdom van Afrika binnen en buiten Nederland vanuit het eigen (Afrocentrisch) perspectief voor het voetlicht, zodat Nederlanders meer inzicht krijgen, en de diaspora in Nederland meer ruimte krijgt om verhalen uit te wisselen. De drie met elkaar verweven onderdelen (de Afrispectives storymap, het Africadelic festival en de educatieve toolkit) bieden een inkijk in Afrika en Afrikaanse culturen vanuit het eigen perspectief.

1.4. RAPPORTSTRUCTUUR

Het rapport van ons project volgt de uitgezette evaluatiecriteria zoals opgesteld door het Ministerie. Dit houdt in dat wij eerst het proces en de output van de drie projectonderdelen uiteenzetten, aan de hand van de volgende punten:

Proces

1. Wat is het totale bereik geweest van het project?
2. Welke doelgroepen zijn er bereikt? (welke niet?)
3. Zijn de beoogde resultaten daadwerkelijk bereikt?
4. In hoeverre hebben de ingeschatte risico's tot problemen geleid en hoe is daarmee omgegaan?
5. Op welke wijze was geborgd dat er voldoende affiniteit of kennis was over de doelgroep of samenwerking met zwarte maatschappelijke organisaties?
6. (Optioneel voor de partijen die dat zelf willen aandragen in de evaluatie: verhouding tussen zwarte en witte personen die betrokken waren bij de uitvoer van dit project)?**
7. Hoe is de afstemming verlopen met evt. betrokken partners in de uitvoer?
8. Heeft de uitvoer binnen het geplande tijdsbestek plaatsgevonden?

**Wordt niet meegenomen als doorslaggevend criterium voor succes in de eindevaluatie.

Vervolgens bespreken we de effecten/impact van elk programmaonderdeel aan de hand van de volgende punten:

Effect/Impact

1. Wat was de mate van actieve deelname uit de beoogde doelgroep?
2. Is de bewustwording van het thema bij de bereikte doelgroep toegenomen?
3. Is er meer handelingsbekwaamheid gecreëerd bij de doelgroep?
4. Zijn de lessen doorgecommuniceerd door ex-deelnemers (bijvoorbeeld richting andere personen uit de doelgroep) of door de uitvoerder zelf (bijvoorbeeld richting gemeenten)?

De duurzaamheid en het toekomstperspectief, en de geleerde lessen vormen het afsluitende gedeelte van dit rapport.

2. OUTPUT EN PROCES

2.1. Output en proces Afrispectives

AFRISPECTIVES STORYMAP

Afrispectives is een online platform waar verhalen (foto's, video's, audio, blogs etc.) rondom geschiedenis, erfgoed, identiteit, creativiteit en solidariteit voor en door mensen met Afrikaanse *roots* gedeeld kunnen worden. De primaire doelgroep bestaat uit de Afrikaanse gemeenschap in Nederland. De secundaire doelgroep bestaat uit Nederlanders van niet Afrikaanse afkomst met interesse in Afrikaanse cultuur en verhalen. Het platform vormde de inhoudelijke basis van het programmaonderdeel 'State of the Continent' en werd tevens feestelijk gelanceerd op 25 mei tijdens Africadelic in Paradiso. Hieronder tonen we drie van die verhalen in een notendop, met een link naar de storymap waar ze terug te vinden zijn.

The other calendar

Emmanuel Agyekum is de initiatiefnemer van *The Other Calendar*, een kalender die zwarte rolmodellen uit Nederland portretteert in de geest van beroemde en minder beroemde historische figuren uit Afrika. Met als doel om meer zichtbaarheid en positiviteit te creëren. In zijn forensenbestaan komt Emmanuel dagelijks langs het World Trade Centre, waar het hem opviel dat hij de enige zwarte man in pak was. Emmanuel over *The Other Calendar*: "In this way we get to know both our brothers and sisters, as well as our shared history."

Link Afrispectives: <http://bit.ly/2tMeurq> Meer informatie op <http://theotherc.nl/>

Otto en Hermien Huiswoud

New Urban Collective bereidt een tentoonstelling voor over Otto en Hermien Huiswoud. In de geschiedenisboeken krijgen zij maar weinig aandacht, terwijl Otto en Hermien een belangrijke rol speelden in de emancipatie van de zwarte gemeenschap in Nederland. Ze behoorden tot de eerste generatie Caribische marxisten, die een direct verband zagen tussen racisme en imperialisme en de vrijheidsbewegingen in de Cariben. Tussen 1954 en 1961 was Otto voorzitter van 'Ons Suriname' en was een belangrijke factor in het bij elkaar brengen van de Surinaamse gemeenschap in Nederland. Hij werd een leider in de strijd voor meer gelijkheid tijdens de *civil rights movement*.

Link Afrispectives: <http://bit.ly/2tbEuil> Meer informatie over New Urban Collective op <http://nucnet.nl/>.

We zijn er

Ivan Barbosa maakte de prijswinnende videoclip 'We zijn er' bij het gelijknamige nummer van Typhoon. De video die op de Kaapverdische Eilanden werd opgenomen, een plek die een belangrijke rol speelde in de Trans-Atlantische slavenhandel, volgt een traditionele verhaallijn van een tot slaaf gemaakt, jong en verliefd koppel dat niet samen kan zijn vanwege de omstandigheden. Voor veel Nederlandse Kaapverdianen is de video ook een eerste kennismaking met beelden van hun voorouderlijke thuisland. Ivan was de eerste van zijn generatie die terugging naar het eiland waar zijn grootmoeder vandaan was gehaald, hij omschrijft de ervaring als "finding your ground".

Link Afrispectives: <http://bit.ly/2vwFSL6> Video 'We zijn er': <https://youtu.be/7gnDXW60LX8>

Ook de programmering van het Africadelic concert volgde de rode draad van de verhalen die te vinden zijn op de Afrispectives websites. Zo werd het verhaal van presentatrice Tania Cristina door haarzelf live gepresenteerd als introductie van de hoofdact 'Bitori' uit Kaapverdië en werden de achterliggende verhalen van de artiesten benadrukt voor en tijdens elke performance. Momenteel telt de Afrispectives storymap 55 verhalen, verspreid over het continent, de Caribische eilanden en Nederland.

HET PROCES

De volgende promotie strategieën zijn ingezet om bovenstaande resultaten te bereiken;

- 1) Betaalde advertenties op Facebook ter promotie van de website en de facebookpagina van Afrispectives (met als doelgroep mensen van Afrikaanse afkomst, zowel op het continent, in het Caribisch gebied en in Nederland).
- 2) Twee freelance online marketeers van Afrikaanse afkomst; Beylula Yosef (Eritrea) en Julia Chanda Zvobgo (Zimbabwe) die gebruik hebben gemaakt van o.a. social influencers om bekendheid te genereren voor het platform, zelf content (blogs en video's) hebben geproduceerd en dagelijks relevante content hebben gedeeld met onze online achterban.
- 3) Een proactieve aanpak om verhalen te verzamelen vanuit onze netwerken en te delen op de Afrispectives storymap.

De volgende strategieën zijn ingezet om het platform vorm te geven, op een wijze die de doelgroep zoveel mogelijk zou betrekken in het proces;

- 4) Een vijftal groepsdiscussies en brainstorms met betrokken leden uit de Afrikaanse en Afro-Caribische gemeenschap voor en na de lancering van Afrispectives. Deze discussies zijn bepalend geweest voor de vormgeving en keuzes in de creatie van het platform en de curatie van de verhalen. Ook is er veel gediscussieerd over de rol van IDleaks en Ginger the World als witte, uitvoerende partners. De uitkomsten hiervan waren zeer nuttig voor het gehele project en als onderdeel van een bredere gaan discussie hier buiten. Dit wordt verder besproken in paragraaf 4.1.
- 5) Vele persoonlijke, één-op-één dieptegesprekken met verschillende prominente leden uit de Afrikaanse gemeenschap gevoerd door Saskia de Wildt (Nederland) en Otiniel Silva (Angola). Deze gesprekken waren enerzijds ten behoeve van het verzamelen van verhalen voor de storymap. Anderzijds hebben deze gesprekken over een periode van drie maanden er ook voor gezorgd dat er vertrouwen en een sterker draagvlak voor het project is ontstaan. Dit is gebleken uit de medewerking en online steun van opiniemakers en voortrekkers uit onze beoogde doelgroep tijdens onze online campagne, verder toegelicht in sectie 3.
- 6) Naar aanleiding van de eerste brainstormsessies is er een tijdelijk online platform opgezet met meer informatie over ons project, onze vacatures, een aanmeldknop voor de volgende brainstorm en feedback, alsook een mogelijkheid om verhalen aan te leveren. Dit ter info en bevordering van de samenwerking met de Afrikaanse en Afro-Caribische gemeenschap in Nederland.

Aangezien er is een vroeg stadium is besloten dat de content voor het Afrispectives platform afkomstig zou zijn van een expliciet eigen; d.w.z. Afrikaans of Afro-Caribisch perspectief en publiek, hebben we als projectpartners besloten dat het van belang is om met zoveel mogelijk mensen uit deze doelgroep te werken. Dit is gedeeltelijk op vrijwillige basis gebeurd, met name dankzij University of Colour en New Urban Collective - en gedeeltelijk via betaalde opdrachten zoals onze grafische vormgeving door Palace of Notions en de online promotie waarbij de *content*, *tone of voice* en curatie werd bepaald door Beylula Yosef en Julia Chanda Zvobgo. Saskia de Wildt van Ginger the World heeft als coördinator en als faciliterend producent aan het begin van het project de inhoudelijke regie nadrukkelijk overgedragen aan haar collega's om zo het Afro-perspectief te waarborgen.

TIJDLIJN

De oorspronkelijke lancering van het platform, oorspronkelijk gepland in februari, in het projectvoorstel, is gewijzigd naar 25 mei. Dit is besloten in overeenstemming met alle projectpartners vanwege de verwachting dat de lancering veel meer bereik zou genereren tijdens een lancering bij Africadelic. Omdat hierdoor het platform bijna 4 maanden later dan oorspronkelijk gepland publiekelijk bekend is gemaakt zijn er minder verhalen verzameld dan vooraf was voorspeld. Daarentegen is er wel meer tijd beschikbaar gekomen voor het ontwerp en de uitvoering van de website, als wel strategische beslissingen in de uitvoering van het platform die de kwaliteit van Afrispectives ten goede zijn gekomen. Hoewel de promotie periode van het platform is ingekort, is die buitengewoon succesvol gebleken en hebben we onze voorspellingen ver overstegen. In plaats van het van geschatte bereik van 10.000 mensen, hebben wij er volgens onze online statistieken meer dan 90.000 bereikt. Dit aantal is nog steeds sterk groeiende.

2.2. Output en proces Africadelic

Het jaarlijkse evenement Africadelic laat bezoekers kennis maken met de hedendaagse culturele rijkdom van Afrika. Dit jaar werd op 25 mei - de internationale dag van Afrika, in het kader van het Decennium voor mensen van Afrikaanse afkomst, het evenement opnieuw georganiseerd in Paradiso. Op het programma stonden kunst, muziek dans en debat, en was aantrekkelijk voor zowel Nederlanders mét, als zonder Afrikaanse roots.

PROGRAMMA

De programmering van Africadelic 2017 was als volgt:

STATE OF THE CONTINENT: PITCHES & DEBAT (BOVENZAAL)

17.00 - 17:05	Malique Mohamud
17:05 - 17:15	Videoboodschap minister Asscher
17:15 - 17:25	University Of Colour
17:25 - 17:35	New Urban Collective
17:35 - 17:50	Alphonse Muabi
17:50 - 18:00	IDleaks, Mano A Mano, Ginger the World
18:00 - 18:15	Art e Mais
18:15 - 18:25	Emmanuel Agyekum
18:25 - 18:40	Ivan Barbosa
18:40 - 18:50	ZAM Magazine
18.50 - 19:00	Lancering Afrispective

AFRICADELIC LIVE IN CONCERT (GROTE ZAAL)

Tijd	Wie
19:20 - 19:30	Storymapping African Descent
19:30 - 20:05	Rajae
20:05 - 20:15	5 O'Clock
20:15 - 21:25	Africa Descent Story Model Tania Cristina
20:30 - 21:15	Bitori
21:15 - 21:30	Nossa Kizomba
21:45 - 22:45	Batida

AFTERPARTY (BOVEN ZAAL)

Tijd	Wie
23.00	KC the Funkaholic
24.00	Dj Joenes
01.00	Boddhi Satva
02.30	Kumasi

HET PROCES

De volgende promotie strategieën zijn ingezet om bovenstaande resultaten te bereiken;

- 7) Advertenties op Facebook (waarbij zowel breed is ingezet op mogelijk geïnteresseerde mensen, mensen van Afrikaanse afkomst, wereldmuziekliefhebbers, als wel specifieke liefhebbers van bepaalde programmaonderdelen)
- 8) Ambassadeurs, artiesten/deelnemers en partners zijn ingezet voor *word-of-mouth* door eigen flyers voor iedere artiest en een promo package voor partners.
- 9) Blogartikelen op Ticket to the Tropics om wereldmuziekliefhebbers die onbekend zijn met Africadelic en het programma, te enthousiasmeren om het festival te bezoeken.

Er is een postercampagne gedaan in Amsterdam, waarbij gekozen is voor een combinatie van een binnen campagne bij culturele adressen en studentencafés en een buitencampagne in frames in de binnenstad. Daarnaast zijn mailingen met posters gedaan naar specifieke adressen, zoals platenzaken, Afrikaanse winkels, etc. in Amsterdam en Rotterdam. Ook is er geflyerd en zijn er posters opgehangen bij vergelijkbare events in Paradiso en Amsterdam. Ook is er ingezet op free publicity, waarbij vooral de lancering van het Afrispectives platform naar voren is geschoven als 'nieuwshaakje' voor Africadelic in zijn geheel. Paradiso heeft daarnaast ook direct mailings verstuurd naar kaartkopers van Africadelic 2016 en Ticket to the Tropics heeft mailings verstuurd naar haar bestand van ruim 500 wereldmuziekliefhebbers.

VERHOUDING ZWART/WIT

Met uitzondering van de Paradiso medewerkers hebben 40 mensen betaald gekregen voor hun werk aan het Africadelic evenement. Hiervan waren er 25 van Afrikaanse afkomst. Van de 109 vrijwilligers waren er 53 van Afrikaanse afkomst.

TIJDLIJN

Het evenement heeft plaatsgevonden op de geplande datum van 25 mei 2017.

2.3. Output en proces educatieve toolkit

TOOLKIT

Aangezien de uitvoering vertraging heeft opgelopen (zie proces voor toelichting) is de definitieve evaluatie hiervan als supplement bij dit verslag aangeleverd.

PROCES

De volgende strategieën zijn ingezet om de toolkit vorm te geven;

- 1) In het vooronderzoek van deze educatieve toolkit is er in opdracht van IDleaks gekeken naar het imago van 'het Afrikaanse continent en de culturen' en de (onbewuste) beïnvloeding hiervan, onder 14 tot en met 16 jarigen van het VMBO-

theoretische leerwegniveau. Het onderzoek is uitgevoerd door Eva Kros, stagiaire van IDleaks, als onderdeel van haar afstudeeronderzoek (HBO Communicatie).

- 2) Ter voorbereiding van deze educatieve toolkit is er door middel van een marktonderzoek gekeken naar de organisaties die al educatieve toolkits en lespakketten aanbieden omtrent de thematiek van Afrika en beeldvorming.
- 3) De toolkit is ontwikkeld in 2 fases. In de eerste fase is er gewerkt aan de toolkit door IDleaks in samenwerking met het bedrijf 'Voor Beeld'. Tijdens dit proces heeft het vooronderzoek en marktonderzoek plaatsgevonden en is een conceptversie met 10 voorlopige opdrachten gerealiseerd. Na interne evaluatie bleek dat de conceptversie nog teveel vanuit het witte perspectief was geschreven, waarna is besloten om voor de tweede fase een projectcoördinator van Afrikaanse afkomst aan te trekken. Zie supplement voor de evaluatie van deze tweede fase.

TIJDLIJN

De ontwikkeling van de toolkit heeft een vertraging opgelopen ten opzichte van de tijdsindeling in het initiële projectvoorstel. Deze vertraging heeft drie oorzaken gehad. Als eerste is de ontwikkeling van de toolkit uitgesteld tot Afrispectives zijn definitieve vorm had gekregen. Deze tijd is de toolkit ten goede gekomen, omdat we daardoor beter hebben kunnen inspelen op de behoeftes en wensen van de community. De tweede reden van vertraging is gerelateerd aan het wisselen van projectcoördinator om zo het Afro-perspectief te waarborgen bij het ontwikkelen van de toolkit. De derde reden komt voort uit het feit dat het ontwikkelen van een toolkit van hoogwaardige kwaliteit die van toegevoegde waarde is aan het huidige onderwijs meer tijd kost dan IDleaks vooraf heeft ingeschat.

2.4. Onverwachte output

Vanwege de inductieve aard van ons project is er veel ruimte geweest binnen het project voor het verwerken van *community* input. Deze input is gerealiseerd door- en heeft geleid tot de volgende onverwachte output:

De vele brainstorms, de meer persoonlijke één-op-één aanpak en het opzetten van een tijdelijk online feedback platform ten behoeve van Afrispectives, waren niet beschreven in het oorspronkelijke projectvoorstel. Ook het vooronderzoek en het marktonderzoek dat hebben plaatsgevonden in de voorbereiding van de educatieve toolkit, waren niet opgenomen in het voorstel. Dit heeft ervoor gezorgd dat wij beter geïnformeerd waren over de wensen van de Pan-Afrikaanse gemeenschap voor Afrispectives en op de hoogte waren van wat er al wordt aangeboden op het gebied van educatieve toolkits rondom dit onderwerp. De extra activiteiten hebben in een later stadium van het project zich ook vertaald in extra output, namelijk een sterker draagvlak voor Afrispectives.

3. EFFECT EN IMPACT

3.1. EVALUATIE METHODES

Om de effecten en de impact van ons project te meten hebben wij de volgende instrumenten ingezet:

- Rapportages van de focusgroep discussies, aan het begin, tijdens en aan het einde van het project.
- Eén-op-één evaluerende gesprekken. Met name rondom het Africadelic evenement en het Afrispectives platform.
- Social media- en websitestatistieken, om ons bereik en online community engagement continu te meten en tussendoor te kunnen sturen op een groter bereik en betrokkenheid.

3.2 AFRISPECTIVES

BEREIK

Sinds de lancering van het Afrispectives platform, hebben wij een groot aantal mensen weten te bereiken via onze online promotie. Onze (betaalde) facebook promotie heeft **een online bereik van ruim 90.000 mensen** opgeleverd en **7553 vaste volgers** van onze facebookpagina waar wij dagelijks relevante content en verhalen van de site delen.

Naast deze directe promotie van het platform hebben wij ook geprofiteerd van de promotie-resultaten van het Africadelic evenement, omdat die dit jaar in het teken stond van de Afrispectives verhalen. Gedetailleerde resultaten van die promotie kunt u hieronder vinden, maar dit komt neer op een direct bereik van **59.611 mensen** en een indirect bereik van **200.000 mensen** via de kanalen van Paradiso en Ticket to the Tropics.

IMPACT

Het Afrispectives platform heeft tot doel om een verbreding en verdieping te bieden ten opzichte van de eenzijdige, vaak stereotyperende beeldvorming van Afrikaanse landen en mensen van Afrikaanse afkomst. IDleaks staat voor het creëren van ruimte voor het eigen perspectief en verhaal. Omdat dit ook centraal staat binnen het concept van Afrispectives, hebben wij gekozen om het eigen perspectief en de wensen van de verhalenvertellers centraal te stellen bij het ontwikkelen van Afrispectives.

Er zijn aan de start, tijdens het creatieproces en vlak voor de lancering van Afrispectives in totaal vijf bijeenkomsten georganiseerd ten behoeve van community input. Respectievelijk op 28 januari, 25 februari, 5 maart, 4 april en 30 april.

De eerste brainstorm in januari, resulteerde in een helder plan van aanpak voor het platform, waarin de positie van de projectpartners als faciliterende partijen werd beschreven en het proces van het verzamelen van verhalen werd verduidelijkt. Uit deze brainstorm kwam ook sterk de behoefte van een expliciete ruimte voor en door mensen van Afrikaanse afkomst naar voren. Wat een van de kernwaarden van het platform is geworden.

Ondanks het feit dat er veel scepsis bestond rondom de niet-Afrikaanse afkomst van de projectpartners IDleaks en Saskia de Wildt aan de start van het project, hebben de vele meetings, de één-op-één gesprekken en ondersteuning van Otiniel Silva voor de lancering van het platform hun vruchten afgeworpen en geleid tot steun van de Afrikaanse en Afro-Caribische community. Deze steun herleiden wij uit het feit dat de meest kritische en radicaal activistische mensen en actieve groepen zoals o.a. University of Colour, New Urban Collective en Jerry Afriye als wel jonge leiders en community influencers als Beylula Yosef en Emmanuel Agyekum hun verhalen hebben gedeeld op het platform en hebben meegewerkt aan Africadelic. Ook online hebben deze mensen ons project ondersteund door content onder hun achterban te delen en te promoten.

3.3 AFRICADELIC

BEREIK

Aantal bezoekers Africadelic;

State of the Continent (lancering Afrispectives storymap)	177
Live in concert betalend publiek	341
Gastenlijst	234
Vrijwilligers	<u>109</u>
Totaal aantal bezoekers	861

Africadelic is gepromoot via de online kanalen van Paradiso, Ticket to the Tropics (het subbrand van Paradiso voor wereldmuziek) Mano a Mano Produções, en IDleaks, met het volgende bereik:

FB - Post & event - bereik	23.925
FB - Videoboodschap Minister Asscher - bereik	19.569
FB - Betaalde advertenties	16.117
Totaal online bereik	59.611

Het programma is drie keer meegenomen in de wekelijkse nieuwsbrief van Paradiso (86.000+ abonnees), waarbij het een keer met een nieuwsitem is uitgelicht. Daarnaast is Africadelic ook meerdere keren meegenomen in de *Ticket to the Tropics* nieuwsbrief (500 wereldmuzikfans). Daarnaast stond het programma met uitgebreide tekst en beeld op de Paradiso website (ruim 200.000 bezoekers per maand).

Het effect van promotionele output zoals beschreven in vorige sectie heeft zich vertaald verschillende partijen die het evenement hebben bezocht; NRC | Pop Magazine Heaven | ZAM Magazine | Written In Music | Afro Magazine | Radio Mais (Angola). Deze interesse van de media heeft zich vertaald in de volgende online artikelen:

- <http://www.popmagazineheaven.nl/afrika-dag-paradiso>
- <https://www.nrc.nl/nieuws/2017/05/26/de-muziek-groovet-op-de-internationale-dag-voor-afrika-10221086-a1560506>
- <http://www.writteninmusic.com/world/bitari-hoogtepunt-africadelic-in-paradiso/>
- <http://afromagazine.nl/agenda/africadelic-2017>
- <https://whattheeve.nl/event/448688/171>
- http://socialisme.nu/blog/agenda/1679/Africadelic_2017
- <https://www.podiuminfo.nl/concert/206915/Africadelic/Paradiso/>
- <https://www.zammagazine.com/engage/events/473-zam-at-africadelic-2017>
- http://www.dafrique.nl/component/option,com_eventlist/Itemid,4/id,3637/view/details/
- http://www.rushhour.nl/event_detail.php?idxEvent=3510
- <http://werkgroepcaraibischeletteren.nl/verhalen-uit-afrikaans-perspectief-tonen-een-krachtig-afrika/>
- <http://www.afrikacentrale.nl/afrika-agenda.htm>

IMPACT

Het platform State of the Continent (lancerend Afrispectives storymap) is goed bezocht met 177 bezoekers en leek specifiek publiek te trekken. De stem die werd geboden aan mensen van Afrikaanse afkomst was enerzijds confronterend gezien de moeilijkheden die maatschappelijk (nog) worden ervaren, maar vooral ook hoopvol om te zien hoe alle nieuwe initiatieven mensen met een Afrikaanse afkomst maatschappelijk op de kaart zet.

De sfeer tijdens het evenement in Paradiso was bijzonder. Het publiek was zeer gemêleerd en heel enthousiast, verplaatste zich door het pand zoals dat gebruikelijk is bij een festival en ontmoette elkaar in de entreehal waar restaurant Kilimanjaro Afrikaans hapjes aanbood. Er was een positieve, uitgelaten buzz. In die zin is de strategie om te focussen op het concept (meerdere korte programmaonderdelen, deels tegelijkertijd in verschillende ruimtes, met naast muziek ook dans, performance, kunst) en de sfeer zeker geslaagd.

3.4 FACTOREN VOOR SUCCES

SAMENWERKING PARTIJEN

Hoewel de samenwerking tussen de uitvoerende partners een goede afstemming nodig had met betrekking tot de taakverdeling, leverde het uiteindelijk enorm veel op voor alle betrokkenen. Iedere partner kon zijn eigen expertise en bijdrage leveren, met de bijbehorende publieksgroepen, waardoor het uiteindelijke resultaat en bereik meer dan de som der delen was. Hierbij mag ook de steun van het Ministerie niet ongenoemd blijven. De videoboodschap van Minister Asscher die werd vertoond tijdens Africadelic heeft veel bijgedragen aan de support voor het project, waar wij erg dankbaar voor zijn.

COMMUNITY SUPPORT

De extra tijd die werd vrijgespeeld door het uitstellen van de lancering van Afrispectives en de expliciete keuze van de witte projectpartners om een faciliterende, in plaats van uitvoerende rol aan te nemen heeft positief bijgedragen aan de uiteindelijke vorm van het Afrispectives platform.

PROMOTIE

Tijdens de promotie van Afrispectives en Africadelic hebben wij gekozen voor een *community influencer* strategie, die zijn vruchten rijkelijk heeft afgeworpen. Wij hebben ons geschatte publieke bereik daardoor met een factor 10 kunnen vermenigvuldigen.

3.6 BARRIERES VOOR SUCCES

AFRICADELIC

Ondanks het grote online bereik van Africadelic was het bezoekersaantal van het evenement iets lager dan in 2016. Vorig jaar had Africadelic een grote naam op het programma staan, dit jaar is er bewust gekozen om het programma kleiner te houden en vooral in te zetten op het concept en de sfeer. Het bleek, meer dan verwacht, een uitdaging te zijn om het concept te verkopen aan potentiële bezoekers. Ook speelde het zomerse weer een rol: veel potentieel publiek koos ervoor om buiten te blijven.

AFRISPECTIVES

De vooraf ingeschatte technische barrières rondom Afrispectives, zoals het maken van een website die snel genoeg laadt in landen waar de connectie slechter is en ons bereik in Afrikaanse landen zijn relatief makkelijk opgelost door middel van het gebruik van de juiste servers. Het inzetten van gerichte facebook marketing heeft ons project een groot bereik gegeven, ook in Afrikaanse landen waar wij zelf nog geen bestaand netwerk hebben. Echter heeft ons brede bereik zich (nog) niet omgezet tot het vergaren van content op grote schaal. Het risico dat bereik niet direct tot content vergaring zou leiden hebben wij ook aangegeven in ons voorstel en is waar gebleken. Deze barrière zal in de toekomst door middel van een strategische marketing en herontwerp van het content formulier op de site worden aangepakt.

RACISME DISCUSSIE

Er is veel onvrede over de toekenning van een overgroot gedeelte van de projecten binnen de Nederlandse implementatie van het 'Decennium voor Mensen van Afrikaanse Afkomst' aan zogenoemde witte organisaties. Ondanks de belangrijke samenwerking met Otiniel Silva hebben IDleaks en Saskia de Wildt als witte projectpartners veel wantrouwen omtrent onze doelen ondervonden aan de start van het project. Een heersende opvatting is dat witte organisaties in de context van het Decennium vooral hun eigen belang voorop hebben staan

en slechts aan deze onderwerpen werken als er mogelijkheden tot financiering is. Daarbij speelt mee dat alle betrokken partners aan de start van het project nog weinig relevante en publiek geëngageerde connecties binnen het actieve Afro (Caribische) netwerk hadden, waardoor deze opvatting begrijpelijk werd versterkt.

Ook is een veelgehoorde kritiek op het toekenningsbeleid van het Ministerie, dat wit-privilege heeft meegespeeld in het selectieproces. Wij zijn ons hier bewust van geworden gedurende de discussie in de in 2017 rondom 'het decennium' en hebben ons ge-herpositioneerd door onszelf naar de achtergrond te verplaatsen. Getrouw de doeleinden van ons project gebruiken we de kansen die zijn ontstaan - en de platformen die zijn gecreëerd binnen dit project via de toekenning van het Ministerie, expliciet voor mensen van Afrikaanse afkomst. Dankzij een lang traject van ontmoetingen - met Otiniel Silva als verbinder tussen de verschillende culturen - waarin wij onze doelen hebben kunnen verduidelijken en het project hebben geopend voor input is er een basis van vertrouwen ontstaan. Dit is ten goede gekomen aan het resultaat en is essentieel gebleken voor draagvlak van het project.

4. CONCLUSIE

4.1 GELEERDE LESSEN

PROGRAMMA AFRICADELIC

Idealiter hadden we nog meer publiek willen trekken naar Africadelic in Paradiso. De strategie waar we dit jaar op hebben ingezet, meer focus op het concept en de sfeer en minder leunen op een grote naam en daardoor ook de entree laagdrempeliger kunnen houden, heeft minder goed uitgepakt dan gehoopt. Ook voor deze doelgroep blijkt het boeken van bekende en grote namen van belang om hen over de streep te trekken om een kaartje te kopen. Grote namen zijn belangrijk voor kaartverkoop, ondanks de hogere kosten.

WIT PRIVILEGE

De samenwerking tussen mensen van Afrikaanse afkomst en witte mensen zien wij als waardevol, belangrijk, effectief en nodig als we racisme effectief te lijf willen gaan. Samen weten en kunnen we meer. De samenwerking tussen IDleaks, Mano a Mano Produções en Ginger the World is geïnitieerd door Otiniel Silva (Mano a Mano Produções). Echter, ondanks dat het initiatief tot samenwerking vanuit de Afrikaanse projectpartner is gekomen bestaat de mogelijkheid dat we dit project mede dankzij het witte privilege van de 2 andere projectpartners toegekend hebben gekregen – en dat is ongemakkelijk. Wij zijn ons hier beter bewust van geworden gedurende de discussie die is opgelaaid in de afgelopen maanden en hebben ons geherpositioneerd door de witte projectpartners zoveel mogelijk naar de achtergrond te verschuiven en een faciliterende rol aan te nemen. Een van de geleerde lessen uit deze discussie, is om de kracht die spreekt uit de samenwerking tussen deze groepen van verschillende afkomst te waarderen, maar vooral ook als wit persoon om een stap terug te doen en ruimte te maken voor initiatieven uit de Afrikaanse gemeenschap.

4.2 DUURZAAMHEID EN TOEKOMSTPERSPECTIEF

Africadelic is een jaarlijks terugkerend evenement en de plannen om tot met 2024 samen te werken met Paradiso liggen op tafel. Met de geleerde lessen van de twee afgelopen edities zal het evenement voor hopelijk een nog groter en breder publiek het mogelijk maken om kennis met de hedendaagse culturele rijkdom van Afrika in aanmerking te komen.

Het Afrispectives platform, hoewel zeer geslaagd zoals opgezet binnen de kaders van dit project, is slechts een pilot. In de aankomende jaren hoopt Ginger the World het platform met aanvullende financiering en een eigen verdienmodel verder uit te bouwen tot zijn volle potentie. Wij willen het platform in de toekomst in meerdere talen aanbieden en in combinatie met storytelling workshops. Het platform zal ook in de toekomst een basis voor samenwerking vormen voor volgende edities van Africadelic en de educatieve activiteiten van IDleaks. Wij hopen uiteraard dat deze plannen financieel gesteund kunnen worden door het Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid.