



## Über die kroatische Zentrale für Tourismus

### Organisation und Aufgaben

KROATISCHE ZENTRALE FUER TOURISMUS ist eine nationale Tourismusorganisation, gegründet mit dem Ziel, dem kroatischen Tourismus Identität und Ansehen zu verleihen und diese zu fördern, eine gemeinsame Strategie und ein Promotionskonzept zu entwickeln, Werbetätigkeiten von gemeinsamen Interesse für alle im Tourismus tätigen Subjekte in Kroatien und im Ausland vorzuschlagen und durchzuführen und das Qualitätsniveau des gesamten Tourismusangebots in Kroatien zu verbessern.

Ihre wichtigsten **Aufgaben** sind die folgenden:

- das gesamte touristische Angebot der Republik Kroatien zu vereinen
- die Marktforschung für die Bedürfnisse des kroatischen Tourismus zu strukturieren und operativ durchzuführen
- Promotionspläne und -Programme für die Förderung der kroatischen Tourismusprodukte zu erarbeiten
- alle Tätigkeiten, die mit der Promotion des kroatischen Tourismusprodukts verbunden sind, zu strukturieren, durchzuführen und zu überwachen
- die Zweckmäßigkeit und Wirksamkeit der unternommenen Promotionsmaßnahmen zu überprüfen
- das kroatische Informationssystem im Tourismusbereich zu strukturieren
- die allgemeinen touristischen Informationstätigkeiten zu unternehmen
- alle Tourismugemeinden zu unterstützen und zu koordinieren, wie auch all die anderen Wirtschaftssubjekte und im Tourismus Tätigen, die unmittelbar oder mittelbar den Tourismus in Kroatien fördern, zu unterstützen
- touristische Vertretungen und Außenstellen im Ausland zu gründen, organisieren und deren Tätigkeiten zu überwachen
- mit den nationalen Tourismusorganisationen anderer Länder und spezialisierten internationalen und regionalen Tourismusorganisationen zu kommunizieren
- auf Grund der seitens der Tourismugemeinden der einzelnen Gespanschaften ausgestellten Berichte die Durchführung der in den Plänen und Programmen festgestellten Aufgaben, sowie die Rolle des die Tourismugemeinden umfassenden Systems zu analysieren und zu bewerten

- Maßnahmen und Aktivitäten zur Entwicklung und Förderung des Tourismus in touristisch unentwickelten Teilen der Republik Kroatien zu ergreifen

**Die Organe** der Kroatischen Zentrale für Tourismus sind das Parlament, der Tourismusrat, der Aufsichtsrat und der Vorstand. An der Spitze der Zentrale gibt es einen Direktor, während die Rolle des Vorstands durch den Tourismusminister ausgeübt wird.

Die kroatische Zentrale für Tourismus agiert nach dem jährlichen Arbeitsprogramm und Finanzplan. Diese werden im kroatischen Parlament, dem sogenannten Sabor verabschiedet. Sie erwirtschaftet ihre Einnahmen aus den folgenden Quellen: Kurtaxen, Mitgliedsbeiträgen, dem Staatsbudget und anderen Quellen. Der Verwaltungsdienst der Kroatischen Zentrale für Tourismus ist das zentrale Büro mit dem Sitz in Zagreb, Iblerov trg 10/IV, welches für die Fach- und Verwaltungsaufgaben zuständig ist.

Im Unterschied zu anderen im Tourismussektor tätigen nationalen Organisationen, die sich mit der Förderung des einheimischen Tourismus befassen, übt die Kroatische Zentrale für Tourismus eine wichtige Funktion aus, da sie die Entwicklung des Tourismus in allen Teilen Kroatiens fördert. Mit Ihrer Tätigkeit, unterstützt sie die touristische Entwicklung der touristisch unentwickelten Gebiete, in dem Finanzmittel für Manifestationen, touristische Initiativen, touristische Gemeinden und Produkte in den touristisch unentwickelten Gebieten, sowie für die Tätigkeit der Tourismusgemeinden jährlich durch öffentliche Ausschreibungen vergeben werden.

In diesem Rahmen unterstützt sie finanziell Vergnügungs- und Sportevents, sowie andere Manifestationen, welche auf die Verbesserung der touristischen Produkte abzielen und die Entwicklung eines erkennbaren Images in Hinblick auf den kroatischen Tourismus und das Land als Ganzes anstreben. Die Manifestationen werden nach bestimmten Kriterien ausgewählt, während die Entscheidung über die Wahl der Manifestation und Höhe der Fördermittel vom Tourismusrat auf Vorschlag des für die Manifestationen zuständigen Beirats getroffen wird. Die Kroatische Zentrale für Tourismus hat eine unterstützende Rolle, mit dem Ziel das Gesamtangebot der Reiseziele zu verbessern und zu erweitern, in dem, mit einem Teil der gesammelten Kurtaxen, welche auf ein Sonderkonto der kroatischen Zentrale für Tourismus einbezahlt werden, Projekte und Programme für die Entwicklung und Verbesserung der touristischen Infrastruktur, sowie für die Entwicklung von neuen Tourismusprodukten und Verbesserung des Tourismusangebots in den einzelnen Reisezielen, traditionelle Veranstaltungen und Events und Bildungsprogramme in touristisch unentwickelten Gebieten auf diese Art und Weise mitfinanziert werden. Darüber hinaus bietet die Zentrale Unterstützung an die touristischen Gemeinden in den touristisch unentwickelten Gebieten in Form von Programmen, welche auf die Umsetzung der gesetzlichen Aufgaben und Verbesserung des Tourismusangebots und der Aufenthaltsbedingungen in bestimmten Destination abzielen. In diesem Sinne werden auch

verschiedene Bildungsprogramme angeboten, welche die touristische Gastfreundschaft fördern und die Infrastruktur des Systems der Tourismusgemeinden in den unentwickelten Gebieten weiter ausbauen sollten.

### **Preisverleihungen und Projekte**

Die kroatische Zentrale für Tourismus ist für die Durchführung von folgenden Projekten und Preisverleihungen zuständig, mit dem Ziel, den Besten Anerkennung zu zollen, und all diejenigen, die an der Tourismusindustrie beteiligt sind dazu zu bewegen Ihr Bestes zu leisten, um gleichermaßen anerkannt zu werden:

- EDEN-Preis – ausgezeichnete europäische Reiseziele
- Der Mensch als Schlüssel zum Erfolg
- Der kroatische Tourismuspreis – die jährlich verliehene Auszeichnung „Anton Štifanić“ und die Auszeichnung für das Lebenswerk
- Auszeichnung für herausragende Leistungen und Erfolge im Tourismus

### **Eden-Preis – Ausgezeichnete Europäische Reiseziele**

Mit dem Ziel, das europäische Netzwerk der schönsten Reiseziele ins Leben zu rufen, dem nachhaltigen Tourismus Rechnung zu tragen und die neuen, nicht traditionellen Reiseziele zu promovieren hat die Europäische Kommission im Jahr 2006 in den Mitgliedsländern, 2006. das Pilotprojekt zur Wahl der ausgezeichneten europäischen Reiseziele namens EDEN – Ausgezeichnete Europäische Reiseziele, gestartet. Seine Ziele sind Förderung des europäischen Tourismus, Bewusstseinsbildung über die Vielfalt und Qualität des europäischen Tourismusangebots, Förderung von Ländern und Regionen, weniger Saisonalität und Förderung von weniger entwickelten touristischen Reisezielen unter dem Slogan „Entdecken Sie die versteckten Schätze Europas“. Darüber hinaus sollte in den ausgewählten Regionen das Modell des nachhaltigen Tourismus verfolgt werden. In jedem am Projekt beteiligten Land findet jedes Jahr eine Auswahl zu einem bestimmten. In Kroatien ist die kroatische Zentrale für Tourismus mit ihrem System der Tourismusgemeinden in Zusammenarbeit mit dem Tourismusministerium dazu zuständig. Auf Vorschlag der Europäischen Kommission und mit dem Ziel das EDEN-Projekt und ausgezeichnete Reiseziele auf der nationalen Ebene zu fördern, wählen die beteiligten Staaten ihre eigenen Botschafter. Die kroatische Botschafterin beim Projekt EDEN ist Frau Lidija Komes, die als Journalistin im kroatischen Radio tätig ist. Sie befasst sich schon seit Jahren mit umweltverbunden Themen und trägt mit ihrem Engagement Erkennbarkeit des Projekts EDEN und Förderung des kroatischen Tourismus bei. Alle Reiseziele messen eine Absichtserklärung, bzw. eine Deklaration über das europäische Netzwerk der ausgezeichneten Reiseziele im Bereich des nachhaltigen Tourismus unterzeichnen, wodurch sie sich zur gegenseitigen Zusammenarbeit und Wissensaustausch im Bereich der Tourismusentwicklung verpflichten. Angesichts des EDEN-Projekts wurden in Kroatien bislang die folgenden Reiseziele zu Gewinnern gewählt: Sveti Martin na Muri, Đurđevac – die

Stadt Picoka, Nationalpark Sjeverni Velebit (Nordvelebit), Nin und Pustara Višnjica bei Slatina.

Das Hauptthema bei der EDEN-Auswahl 2012./2013 war „die Zugaenglichkeit der touristischen Angebote“. Dem entsprechend sollte der Tourismus für alle zugänglich sein, bzw. die touristischen und anderen Dienstleistungen sollten zugänglich und an die einschlägigen Zielgruppen mit Sonderbedürfnissen angepasst werden. Dazu zählen Menschen mit Behinderungen, alte Menschen und Familien mit Kleinkindern.

### **Der Mensch als Schlüssel zum Erfolg**

Mit diesem Programm sollen die Wichtigkeit und die Rolle von Einzelpersonen, die dazu beitragen, das Bild Kroatiens als qualitativ hochstehende touristische Destination mitzutragen, und somit einen Beitrag zum Erfolg des gesamten kroatischen Tourismus leisten, hervorgehoben werden, indem diese namentlich genannt werden. Die Ziele dieses Programms sind es, die freundschaftlichen Beziehungen zwischen Gastgebern und Touristen zu stärken sowie die Qualität der Dienstleistungen zu steigern, was direkte Auswirkungen auf die erhöhte Zufriedenheit der Gäste, die Rückkehr der Gäste, die Mund-zu-Mund-Bewerbung sowie die Pflege eines positiven Images des kroatischen Tourismus hat.

Die Mitarbeiter/innen des Jahres werden in 24 Kategorien gewählt: Reiseorganisator/in, Agenturmitarbeiter/in, Mitarbeiter/in im Tourismusverkauf und -marketing, Touristische/r Animateur/in, Touristenführer/in, Rezeptionist/in, Kellner/in, Koch/Köchin, Mitarbeiter/in in einem Hotelbetrieb, private/r Vermieter/in, Gastgeber/in in einem touristisch-bäuerlichen Haushalt, Zollbeamter/Zollbeamtin, Polizist/in, Inspektor/in, Mitarbeiter/in eines Schifffahrtsunternehmens, Mitarbeiter/in einer Luftfahrtgesellschaft, Fahrer/in, Taxifahrer/in, Verkäufer/in, Mitarbeiter/in aus dem Bereich Gartenbau, Reinigungskraft, Rettungsschwimmer/in an Stränden und Pools, Mitarbeiter/in in anderen Dienstleistungsbereichen und Mitarbeiter/in in Tourismusverbänden.

2014 wird zudem zum ersten Mal der "Anerkennungspreis für das Lebenswerk im Tourismus" verliehen, der an langjährige touristische Mitarbeiter/innen im Ruhestand geht, die durch ihren professionellen Umgang mit Gästen sowie ihre Arbeitshaltung für ihre Arbeitskollegen und -kolleginnen zu einem Vorbild geworden sind, und die mit ihrem persönlichen Beispiel gezeigt haben, dass der Mensch der Schlüssel zum Erfolg im Tourismus ist.

### **Der kroatische Tourismuspreis – die jährlich verliehene Auszeichnung „Anton Štifanić“ und die Auszeichnung für das Lebenswerk**

Die Kroatische Zentrale für Tourismus verleiht jedes Jahr die Auszeichnung "Anton Štifanić" sowie den kroatischen Tourismuspreis für das Lebenswerk. Der Namensgeber der Auszeichnung "Anton Štifanić" war ein kroatischer Tourismusangestellter und einer jener Menschen, die den Tourismus in Istrien mitprägten. Štifanić gilt als der "Vater" der Ferienanlage Plava Laguna in Poreč, die er in 20 Jahren Arbeit gemeinsam mit seinen Mitarbeitern zu einem der bedeutsamsten touristischen Unternehmen im damaligen Jugoslawien machte. Die Auszeichnungen werden Gruppen oder Einzelpersonen verliehen, die einen außerordentlichen Beitrag zur Weiterentwicklung und Bewerbung des kroatischen Tourismus geleistet haben. Dadurch soll jenen Anerkennung für ihren Fleiß zuteilwerden, für die der Tourismus nicht nur Arbeit und Existenzsicherung bedeutet, sondern die im Tourismus eine professionelle Herausforderung und Lebensaufgabe gefunden haben. Außerdem soll die Vernetzung des öffentlichen und des privaten Sektors gefördert werden. Der

Tourismuspreis wird als Auszeichnung für das Lebenswerk sowie als jährlich verliehene Auszeichnung "Anton Štifanić" in den Kategorien Einzelperson und Unternehmen, Einrichtung oder Vereinigung verliehen.

### **Auszeichnung für herausragende Leistungen und Erfolge im Tourismus**

Eine Aktion, die die Kroatische Zentrale für Tourismus in Zusammenarbeit mit dem Netzwerk der Tourismusverbände durchführt, umfasst drei prestigeträchtige Auszeichnungen: "Touristisches Ereignis des Jahres", „Kulturelle Sehenswürdigkeit des Jahres“ und „Innovation des Jahres“.

Die Auszeichnung "Touristisches Ereignis des Jahres" wird für ein Ereignis verliehen, das ein Best Practice-Beispiel in der touristischen Industrie in Bezug auf alle Aspekte des geschäftlichen Handelns ist und somit ein Beispiel für weitere Ereignisse und für die gesamte touristische Industrie darstellt. Für diese Kategorie können sich Unternehmen bewerben, die Ereignisse auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene organisieren und durchführen. Das Ereignis, mit dem sie sich bewerben, muss attraktiv sein und einen Wiedererkennungswert haben. Es muss sich zudem um eine Ereignis oder Festival handeln, das an einem Wochenende oder während der Woche stattfindet, bzw. um mehrere Ereignisse, die während eines Monats oder einer Saison stattfinden, und eine größere Besucheranzahl (10 000 und mehr) sowie ein strukturiertes Programm vorweisen können.

Die Auszeichnung „Kulturelle Sehenswürdigkeit des Jahres“ wird für kulturelle touristische Sehenswürdigkeiten auf regionaler/nationaler Ebene verliehen, die zum touristischen Erleben einer Destination beitragen. Für diese Auszeichnung können sich touristische Sehenswürdigkeiten aus dem Kulturbereich bewerben, die zu den ausgeschilderten Besuchszeiten besichtigt werden können und die jährlich über 20 000 Besucher verzeichnen. Es darf sich dabei jedoch nicht um Ereignisse handeln.

Die Auszeichnung „Innovation des Jahres“ wird einem touristischen Unternehmen oder einer Organisation verliehen, deren Innovationen ein touristisches Erlebnis, ein touristisches Produkt oder eine IT-Lösung im Bereich Tourismus betreffen. Für diese Auszeichnung können sich Unternehmen oder Organisationen aus der Tourismusindustrie bewerben, bzw. Organisationen oder Unternehmen, deren Produkt, Dienstleistung oder Erlebnis deutlich zum gesamten Erleben einer touristischen Destination auf lokaler, regionaler oder nationaler Ebene beitragen.

### **Die Kroatische Zentrale für Tourismus in den sozialen Netzwerken**

Die Kroatische Zentrale für Tourismus ist in praktisch allen sozialen Netzwerken präsent: Facebook, Twitter, Foursquare, Instagram, Youtube und Google +.

**Die Facebook-Seite** der Kroatischen Zentrale für Tourismus hat über 1 300 000 Nutzer. Die größte Gruppe der Nutzer kommt aus den wichtigsten Herkunftsmärkten: Deutschland, Italien, Österreich, Ungarn, Polen, Slowakei, der Tschechischen Republik, Slowenien, Frankreich und Großbritannien. Mit dem Überschreiten der 1,3 Millionen-Grenze bei den Nutzern der Facebook-Seite „Love Croatia“ rückt Kroatien immer näher an die Spitze der touristischen Organisationen in diesem Netzwerk und nimmt den überzeugenden sechsten Platz vor Portugal, Spanien, der Schweiz und Italien sowie hinter Australien, den USA, Großbritannien, Neuseeland und Mexiko ein. Aufgrund detaillierter Pläne wird weiterhin eine qualitative Kommunikation aufrechterhalten und an einem konstanten Zufluss von neuen potenziellen Gästen in diesem sozialen Netzwerk gearbeitet.

**Das Twitter-Profil** der Kroatischen Zentrale für Tourismus zählt über 11 200 Nutzer. Es informiert die Nutzer über das kroatische Tourismusangebot und beantwortet allfällige Anfragen und Bemerkungen von potenziellen Gästen.

Auf **Google+** verfolgen über 9 289 Nutzer die Aktivitäten der Kroatischen Zentrale für Tourismus. Im Rahmen der Möglichkeiten dieses Netzwerks informiert die Kroatische Zentrale für Tourismus über Motive aus der allgemeinen Werbung mittels Fotos, Videos und Textinhalten.

Das **Instagram-Profil** der Kroatischen Zentrale für Tourismus wird mithilfe von Fotos von Nutzern aktualisiert. Es wurde der Hashtag #lovecroatia kreiert, über den die Nutzer ihr Einverständnis geben, dass ihre Fotos, die während ihren Reisen in Kroatien entstanden sind, von uns erneut geteilt werden dürfen. Um die Nutzer zur Teilnahme zu animieren, werden täglich mehrere Fotos von Nutzern veröffentlicht, und einmal wöchentlich wird das schönste Foto gewählt, welches auf den Profilen der Kroatischen Zentrale für Tourismus veröffentlicht wird. Das Profil verfügt zurzeit über mehr als 9 800 Nutzer und zählt ca. 40 800 #lovecroatia-Fotos.

Auf der **Youtube**-Plattform, auf der Videoinhalte geteilt werden können, verfügt die Kroatische Zentrale für Tourismus über 3 aktive Kanäle für den englischen, den deutschen und den italienischen Sprachraum. Auf diesen Kanälen werden alle Werbevideos der Kroatischen Zentrale für Tourismus veröffentlicht. Insgesamt zählen diese drei Kanäle über 3 300 Abonnenten. Alle Inhalte wurden von über 4 300 000 Besuchern gesehen.

Seit Beginn des Jahres 2013 ist die Kroatische Zentrale für Tourismus auch im sozialen Netzwerk **Pinterest** präsent. Im Einklang mit den Entwicklungen und den Trends in diesem Netzwerk kreiert die Kroatische Zentrale für Tourismus Pinnwände mit Themen über die wichtigsten touristischen Produkte: Gastronomie, Kultur, Camping, Tauchen usw.

Im sozialen Netzwerk **Foursquare** kreiert die Kroatische Zentrale für Tourismus attraktive touristische Locations mit zahlreichen nützlichen Informationen, Anregungen und Fotos. Die Nutzer dieses sozialen Netzwerkes können die Informationen zu von ihnen gewählten Locations sehen und ihre Eindrücke mit Freunden teilen. Zudem kann sich die Kroatische Zentrale für Tourismus mit ihrem Profil bei unterschiedlichen Locations anmelden und so die Aufmerksamkeit der Nutzer auf eine bestimmte Location oder ein Ereignis ziehen, das in diesem Moment an einem bestimmten Ort abgehalten wird.

