

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA



IZVRŠENJE PROGRAMA RADA TURISTIČKE ZAJEDNICE OTOKA KRKA ZA 2025. GODINU IZVJEŠĆE



Krk, veljača 2026.

krkoutdoor
Najbolja pustolovina.



TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

REZULTATI TURISTIČKOG PROMETA U 2025. GODINI

Turistički promet u 2025. godini praćen je putem E-visitor-a, informatičkog sustava koje je uvela Hrvatska turistička zajednica u 2016. godini u cilju povezivanja turističkih zajednica i objedinjavanja statističkih podataka u standardiziranoj formi putem interneta. E-visitor omogućava prijavu i odjavu turista, te praćenje kretanja turista na području djelovanja turističkih zajednica.

Turistička zajednica otoka Krka koristi podatke iz E-visitora za izvještaje u statističke svrhe.

Podaci su obrađivani za potrebe dnevnih, mjesečnih i kumulativnih podataka, a obrađivani su zasebno podaci za kategorizirani i nekategorizirani smještaj.

Posebno su se pratili podaci smještajnih jedinica ukupno i zasebno po destinacijama na otoku Krku.

Promatrajući tijek prometa dinamički kroz određena razdoblja, u 2025. g. koristeći E-visitor uspoređivali su se podaci sa prethodnom godinom, koja je za otok Krk bila uspješna.

Također smo se usporedbe radi, uspoređivali i sa 2023. godinom.

Razdoblje siječanj - lipanj 2025.

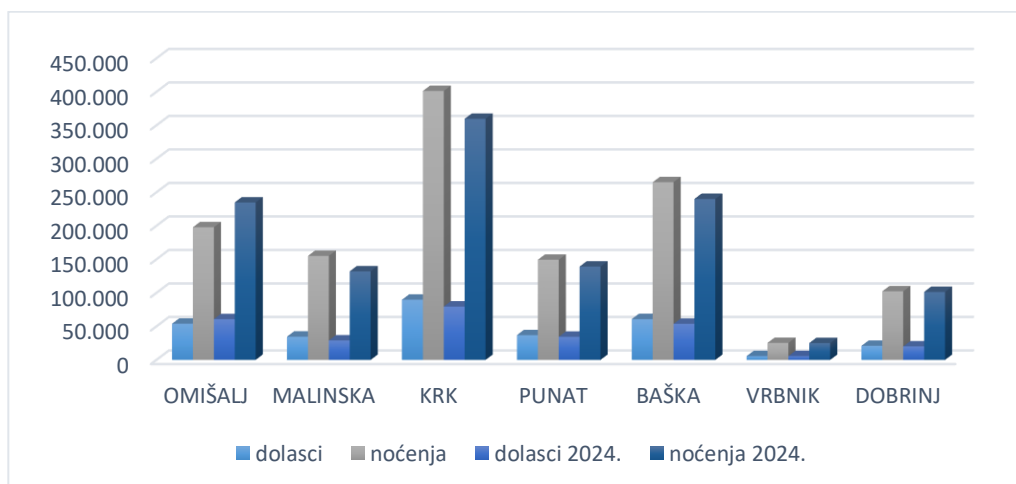
Razdoblje prvih šest mjeseci 2025. godine završila je dobrim rezultatima . Ostvareno je više od 303 tisuće dolazaka i 1.296 miliona noćenja , što je više za 6,87% u dolascima i za 5,17% više u noćenjima u odnosu na 2024. godinu. Najbolje su bili popunjeni obiteljski smještaj i hoteli. Najveće povećanje ima obiteljski smještaj za 13,55% u dolascima i 9,14% u noćenjima, a hoteli sa 18,04% u dolascima i 14,95% u noćenjima , a kampovi su imali manji broj dolazaka za 7,21% u dolascima i 4,76% u noćenjima. U lipnju je **kamp u Njivicama (Aminess Style Camping Atea Resort bio privremeno zatvoren zbog preuređenja) !**

Emitivna tržišta koja su najviše bila zastupljena u pred sezoni su Njemačka (31,81%), Austrija (15,24%), Slovenija (14,20%), Poljska (5,06%), a koje su zajedno držale 66% ukupnog prometa u noćenjima .

Domaći gosti u predsezoni su ostvarili odlične rezultate i to za 31% više u dolascima i 33% više u noćenjima.

Marina Punat je ostvarila u tom razdoblju 18% više u dolascima i 22% u noćenjima u odnosu na 2024. godinu.

Dolasci i noćenja u razdoblju siječanj - lipanj 2025. po mjestima i usporedba noćenja sa 2024.



TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Srpanj i kolovoz 2025.

	Dolasci	Indeks 25/24	Noćenja	Indeks 25/24
Domaći	36.395	104,33	177.787	106,91
Strani	434.558	97,09	2.713.664	96,54
UKUPNO	470.953	97,62	2.891.451	97,11
UKUPNO 2023.	476.323			
Indeks 25/23		98,87		97,35

Vrste objekata	01.07.-31.08.2025.		01.07.-31.08.2024.		Indeks 2025/2024	
	dolasci	Noćenja	dolasci	Noćenja	Indeks dolazaka	Indeks noćenja
Smještaj u domaćinstvu	255.712	1.668.329	266.653	1.716.085	95,89	97,22
Kampovi	131.178	801.020	135.342	855.146	96,92	93,67
Hoteli	79.564	391.028	77.042	377.224	103,27	103,65
Ostalo *	4.499	31.074	3.420	28.903	131,54	107,51
Ukupno	470.953	2.891.451	482.457	2.977.358	97,62	97,11

Izvor: E visitor

Za razliku od predsezone, glavna sezona donijela je manji broj dolazaka za 2,38% i manji broj noćenja za 2,89%.

Od smještajnih jedinica jedino su hoteli sa povećanim brojem dolazaka i to 3,54% u dolascima i 3,65% u noćenjima, a obiteljski smještaj i hoteli su imali manja ostvarenja i to za 4,11% u dolascima i 2,78 u noćenjima, a kampovi 3,08% u dolascima i 6,33% u noćenjima, a dijelom je posljedica i zatvoren kamp u Njivicama zbog preuređenja.

Trend manjih ostvarenja u dolascima i noćenjima za isto razdoblje je bio i 2023. godine.

Rujan 2025.

U rujnu su ostvareni odlični rezultati od 120.308 dolazaka (+11,06%) i 688.071 noćenja (+9,11%). Najviše dolazaka je ostvareno u obiteljskom smještaju 44,56%, u kojem je ostvareno za 5% više dolazaka i 2,90% više noćenja u odnosu na 2024. godinu.

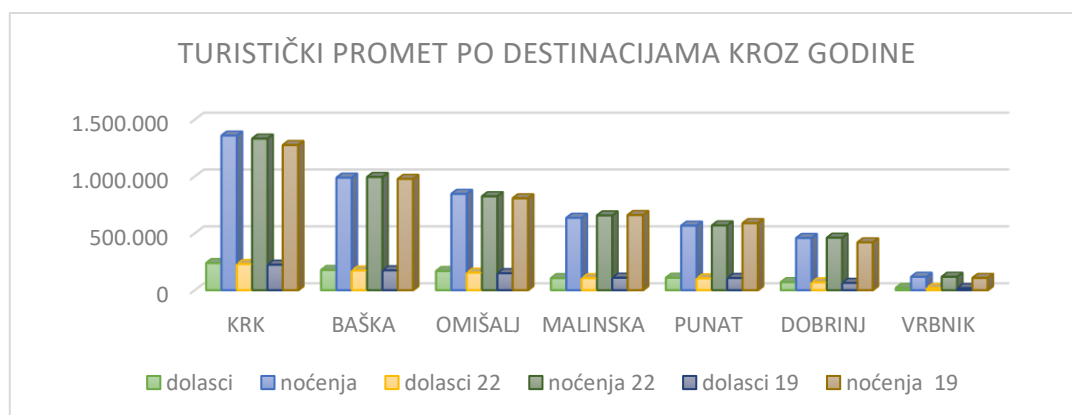
Ostali smještajni kapaciteti: kampovi su bili zastupljeni sa 36% i imali su +17,7% u dolascima a u noćenjima +19%, hoteli su bili zastupljeni sa 18,66% te su imali +9,14% u dolascima, a u noćenjima +6,37% u odnosu na 2024. godinu.

Najveći broj gostiju boravio je u gradu Krku koji ima učešće 28,62%. Ostvarenja u dolascima su veća za 11,51%, a u noćenjima 14%. Slijedi Baška sa učešćem od 21,20% te također ima povećanje u dolascima za 14%, i u noćenjima za 12,10% a na trećem mjestu je Općina Omišalj sa učešćem od 17,36% te ima povećanje u dolascima za 10%, a u noćenjima +5,51%.

Nijemci su i dalje vodeći i po broju dolazaka i po broju noćenja i njihovo učešće je 43%, te ih je došlo više za 9% a ostvarili su za 12% više noćenja u rujnu u odnosu na 2024. godinu. Na drugom su mjestu u rujnu bili Austrijanci sa 16%, a imaju povećanje od 8% u dolascima i u noćenjima za 6% u odnosu na 2024. godinu.

Domaći gosti imaju trend rasta gdje su po broju dolazaka u plusu za 14%, a u noćenjima su na razini 2024. godine, a njihovo učešće u rujnu je bilo 3,49%.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA



Izvor: TZ otoka Krka E visitor

Listopad 2025.

U listopadu je ostvaren daljnji rast i broja dolazaka i noćenja. Ostvareno je 34.436 dolazaka (+10,21%) i 144.152 noćenja (+6,47%). Svi smještajni kapaciteti bilježe rast, izuzev hotela koji bilježe blagi pad u noćenjima (-2,2%).

Kampovi bilježe najveći rast, +16% u dolascima i +19% u noćenjima, a imaju i najveće učešće od 41%.

Obiteljski smještaj također bilježi rast u dolascima za 5,93%, a noćenja su na razini 2024. godine, a imaju učešće od 23,63% u ukupnim rezultatima.

U listopadu najveći broj dolazaka i noćenja ostvarili su Nijemci (učešće 51%), te imaju porast i u dolascima (+5,19%) i u noćenjima za 2,21%, a slijede Austrijanci i Slovenci sa učešćem od 11,80%, s time da gosti iz Austrije imaju blagi pad, a Slovenci porast i u dolascima i noćenjima.

Domaći gosti i dalje rastu i u dolascima i u noćenjima i to za 40% u dolascima i 37% u noćenjima.

Studeni 2025.

U studenom su se većina objekata zatvorila, pa su i rezultati bili nešto slabiji u odnosu na 2024. godinu. Ostvareno je 4.202 dolazaka (-1,34%), a odnos domaćih i stranih je bio takav da su strani turisti ostvarili veći broj dolazaka i to za 6,4%, a manje je bilo domaćih (-17%). Ostvarena noćenja su 15.266 (-14,79%), a noćenja je ostvareno manje i domaćih i stranih.

U studenom je najviše ostvareno u kampovima (učešće 41,81%), te smještaju u domaćinstvu (učešće 31,46%), a u hotelima je učešće bilo 26,72%.

U studenome su prevladavali Nijemci (zastupljeni 27,24%), te slijede Slovenci (zastupljeni sa 20,29%), Austrijanci sa učešćem od 9,66% i domaći gosti su zastupljeni sa 1,71%.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Razdoblje siječanj- prosinac 2025.

U razdoblju siječanj- prosinac 2025.g. ukupno je na otoku Krku ostvareno 942.857 dolazaka i 5.065.168 noćenja, a što je za 3,10% više dolazaka i 1,12% noćenja u odnosu na 2024. godinu.

Prema vrsti smještaja najviše je ostvareno u smještaju u domaćinstvu 50,95% a ostvareno je 430.273 dolazaka (+2,58 %) i 2.580.690 noćenja (+0,38%), slijedi smještaj u kampovima koji je zastupljen sa 31,03%, a ostvareno je 291.005 dolazaka i 1.571.584 noćenja, a hoteli su zastupljeni sa 17,06% i boravilo je 212.899 gostiju a koji su ostvarili 864.218 noćenja. Kampovi su ostvarili nešto manji broj dolazaka i noćenja u odnosu na 2024. godinu (indeks -1,89%), dok su hoteli ostvarili +10,94 % u dolascima, te +7,45% u noćenjima .

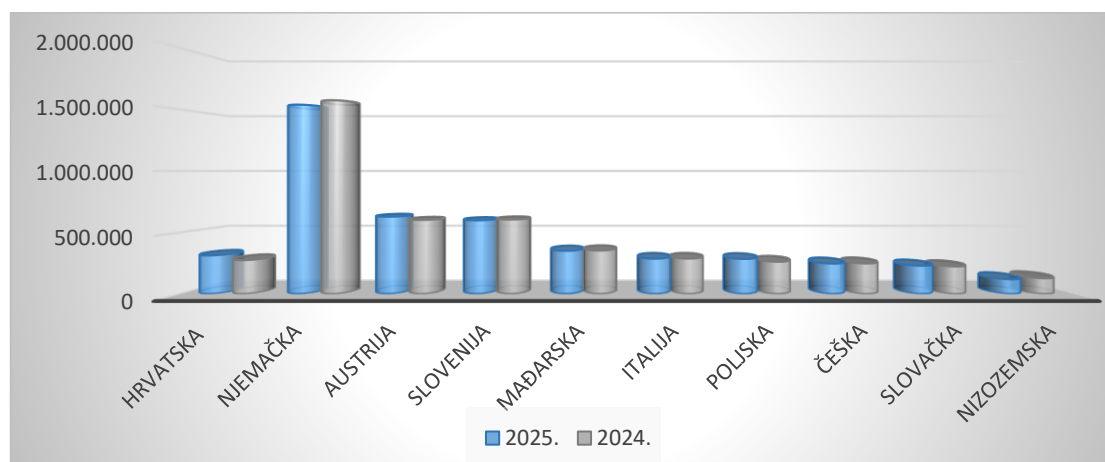
Top tržišta su i dalje Njemačka, zastupljena s gotovo 30,36%, slijedi Austrija sa 12,40%, a na trećem mjestu je Slovenija sa učešćem od 11,81%. Njemačka ima pad u odnosu na 2024. godinu i u dolascima i u noćenjima za 2,12%. Austrija ima povećanje i u dolascima i u noćenjima za 6,67% , odnosno za 4,40% , a Slovenija je u dolascima na razini 2024. godini a u noćenjima je za 1,13 % manje. Ostale zemlje kao što su Poljska i Slovačka imaju povećanje od 3 do 13%.

Domaće tržište je u porastu za 16% u dolascima i 14% u noćenjima i ostvareno je 84.914 dolazaka i 313.301 noćenja .

Po organizaciji dolazaka, najviše gostiju je došlo individualno 78%, a preko agencija 22,00%.

Ostvareni statistički rezultati u 2025. godini su po rezultatima očekivani uz pretpostavku da bi bili još bolji da jedan kraći period nisu kampovi imali odstupanja zbog radova na podizanju kvalitete (kampovi u Njivicama) , pa možemo zaključiti da je i 2025. godina bila dobra i kvalitetno odrađena turistička godina.

Ostvarena noćenja 1.1 -31.12.2025. po tržištima u usporedbi sa 2024.g.



Izvor: E- visitor 07.01.2026.

U **Marini Punat** su ostvareni rezultati u dolascima veći za 15%, a u noćenjima za 17%, a ukupno je ostvareno 18.190 dolazaka i 114.301 noćenja.

U **Zračnoj luci Rijeka** promet putnika je bio 160.249 u dolascima i odlascima , a što je za 10% veći u odnosu na 2024. godinu.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Djelovanje turističke zajednice otoka Krka

Turistička zajednica otoka Krka djeluje od 16.6.1992. godine prema odredbama Zakona, te je u 2022. godini obilježila svoj neprekidni tridesetogodišnji rad.

Bila je to prva turistička zajednica u Hrvatskoj koja je objedinila sve turističke zajednice na otoku Krku, upravo u cilju stvaranja zajedničke promocije i aktivnosti na razini otoka.

Određene promjene doživjela je 1996. godine, a najveće promjene za TZ otoka Krka su proizašle zakonom o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N.152/08), kada je financiranje otočne turističke zajednice prepušteno dogovoru zainteresiranih strana, u ovom slučaju svih lokalnih samouprava i grada Krka sa pripadajućim turističkim zajednicama.

Financiranje TZ otoka Krka definira Statut (članak 63. Statuta TZ otoka Krka) a koji je na snazi od 26.02.2013. godine.

2015. godine ponovo su potaknuti prijedlozi za izmjenom paketa zakona od strane Ministarstva turizma, sa primjenom od 01.01.2016.godine, no do izmjena paketa zakona nije došlo.

Novi zakoni koji su doneseni (N.N. 52/19) Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma, zakon o turističkoj pristojbi i zakon o turističkoj članarini u turističkim zajednicama stupili su na snagu 01.01.2020. godine i TZ otoka Krka krenula je shodno zakonu u nove izbore za tijela turističke zajednice, Skupštinu, Turističko vijeće i predsjednika.

Ono što je važno za istaknuti je to da je TZ otoka Krka našla uporište u zakonu u članku 71. te na taj način osigurala daljnji opstanak i funkcioniranje.

Novi Statut TZ otoka Krka uz dobivenu suglasnost Ministarstva turizma i sporta objavljen je u Službenom glasilu PGŽ broj 30 /07. rujna 2020. godine, a Skupština je na izbornoj sjednici 05. listopada 2020. godine potvrdila mandat članovima Skupštine i Turističkom vijeću za 2020. godinu.

7.10. 2024. godine održana je Izborna Skupština gdje su izabrani novi članovi Skupštine, na period od 2024.-2028. godine, predsjednik i članovi Turističkog vijeća se i dalje biraju na period od godine dana.

U 2025. godini pokrenuta je izrada Plana upravljanja i izračun prihvatnog kapaciteta za otok Krk uz sudjelovanje svih lokalnih samouprava kao i lokalnih turističkih zajednica.

Potpisan je sporazum o udruživanju sa svim lokalnim turističkim zajednicama od TZO Omišalj, TZO Malinska-Dubašnica, TZG Krka, TZO Punat, TZO Baška, TZO Vrbnik i TZO Dobrinj.

Cijeli posao prema provedenom natječaju odradili su Institut za turizam i agencija STHS d.o.o. iz Zagreba (Sustainable Tourism and Hospitality Solutions). Dokument od strateškog značenja za cijeli otok, kao i za pojedine destinacije na otoku biti će zgotovljen u prvom kvartalu 2026. godine, uz prethodno javno savjetovanje i podrške svih JLS-ova.

Kod definiranja godišnjih aktivnosti TZ otoka Krka vodilo se računa, a posebno se pratilo

- Nacionalni plan razvoja otoka 2021-2027.
- Strategija održivog turizma do 2030. godine (Ministarstvo turizma i sporta, strategija u donjašnju)
- ostvarene rezultate i aktivnosti u prethodnim godinama
- stanje na emitivnim tržištima sa prognozama za slijedeća razdoblja
- aktivnosti ostalih TZ članica na otoku Krku (programme rada otočnih turističkih zajednica)
- kvalitetu postojećih smještajnih jedinica i njihovu daljnju raspoloživost, te mogućnost otvaranja objekata (hotelskih i drugih) koja su bila zatvorena prethodnih godina
- stanje u gospodarskom okruženju otoka, ali i države kao i globalno okruženje

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

TZ otoka Krka u 2025. godini usmjerila je svoje potencijale i aktivnosti na ciljeve koja su i ostvarena :

- ✚ Zadržala je status najposjećenije subregije u PG županiji i otoka na Jadranu (35% učešća u prometu PGŽ)
- ✚ Razvijala je projekte od značaja za rast i razvoj u pred i po sezoni uz daljnji rast kvalitete (razvoj outdoora, zajedničke aktivnosti promocije, razvoja kulturnih i zabavnih programa i promocije, edukacije i sl.
- ✚ Povećan je stupanj korištenja kapaciteta u pred i posezoni (zajedničke aktivnosti)
- ✚ Nastavila je s aktivnostima na kvalitetnijoj suradnji privatnog i javnog sektora (udruženi programi)
- ✚ Poticala je na daljnje unapređenje kvalitete smještajnih kapaciteta i sadržaja u okviru ponude nositelja smještaja
- ✚ Radila je na zakonskim dokumentima za izradu Plana upravljanja i pokazatelja prihvatnog kapaciteta otoka Krka

Ciljeve je ostvarila uvažavajući odredbe zakona o TZ , provodeći aktivnosti po odlukama Turističkog vijeća, Skupštine , uz stalni nadzor Poslovnog odbora.

Za svoje programe dobila je suglasnost TZ Kvarnera, a za zakonitost poslovanja potvrdu Ministarstva turizma koja je u 2025. godini i provela nadzor poslovanja TZ otoka Krka.

AKTIVNOSTI TURISTIČKE ZAJEDNICE OTOKA KRKA PO VRSTAMA I PROGRAMIMA

Turistička zajednica otoka Krka ima slijedeće zadaće , a koje definira Zakon o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma i Statut TZ otoka Krka:

1. Razvoj proizvoda
 - 1.1. Sudjelovanje u planiranju i provedbi ključnih investicijskih projekata javnog sektora i ključnih projekata podizanja konkurentnosti destinacije na otoku Krku
 - 1.2. Koordinacija i komunikacija s dionicima privatnog i javnog sektora u destinaciji otok Krk
 - 1.3. Razvojne aktivnosti vezane uz povezivanja elemenata ponude u pakete i proizvode – inkubatori inovativnih destinacijskih doživljaja i proizvoda
 - 1.4. Razvoj događanja u destinaciji i drugih motiva dolaska u destinaciju za individualne i grupne goste
 - 1.5. Razvoj ostalih elemenata turističke ponude s fokusom na cjelogodišnju ponudu destinacije otok Krk
 - 1.6. Praćenje i apliciranje, samostalno ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave i drugim subjektima javnog i privatnog sektora, na natječaje za razvoj javne turističke ponude i infrastrukture kroz sufinanciranje iz nacionalnih izvora, fondova Europske unije i ostalih izvora financiranja
 - 1.7. Upravljanje kvalitetom ponude u destinaciji otok Krk
 - 1.8. Strateško i operativno planiranje razvoja turizma ili proizvoda na destinacijskoj razini te po potrebi organizacija sustava upravljanja posjetiteljima
 - 1.9. Sudjelovanje u izradi strateških i razvojnih planova turizma na području destinacije otok Krk
 - 1.10. Upravljanje javnom turističkom infrastrukturom na području otoka Krka
 - 1.11. Sudjelovanje u provođenju strateških marketinških projekata koje je definirala Hrvatska turistička zajednica

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

2. Informacije i istraživanja

2.1. Izrada i distribucija informativnih materijala

2.2. Stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnim stranicama destinacije otoka Krka i profilima društvenih mreža

2.3. Osnivanje, koordinacija i upravljanje turističkim informativnim centrima

2.4. Suradnja sa subjektima javnog i privatnog sektora u destinaciji radi podizanja kvalitete turističkog iskustva, funkcioniranja, dostupnosti i kvalitete javnih usluga, servisa i komunalnih službi na području destinacije otok Krk.

2.5. Planiranje, izrada, postavljanje i održavanje sustava turističke signalizacije, samostalno i ili u suradnji s jedinicom lokalne samouprave

2.6. Operativno sudjelovanje u provedbi aktivnosti sustava E visitor i ostalim turističkim informacijskim sustavima sukladno uputama regionalne turističke zajednice i Hrvatske turističke zajednice kao što su : jedinstveni turistički informacijski portal te evidencija posjetitelja i svih oblika turističke ponude na otoku Krku.

3. Distribucija

3.1. Koordiniranje s regionalnom turističkom zajednicom u provedbi operativnih marketinških aktivnosti

3.2. Priprema, sortiranje i slanje podataka o turističkoj ponudi na području destinacije otok Krk u regionalnu turističku zajednicu i Hrvatsku turističku zajednicu

3.3. Priprema destinacijskih marketinških materijala sukladno definiranim standardima i upućivanje na usklađivanje i odobrenje u regionalnu turističku zajednicu

3.4. Pružanje podrške u organizaciji studijskih putovanja novinara i predstavnika organizatora putovanja u suradnji s regionalnom turističkom zajednicom te u suradnji s Hrvatskom turističkom zajednicom

3.5. Obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom

4. Praćenje razvoja i održivost turizma

4.1. Praćenje održivosti razvoja turizma na razini destinacije

4.2. Izrada izračuna prihvatnog kapaciteta na razini destinacije

4.3. Prikupljanje, praćenje i analiza podataka iz javno dostupnih izvora i službenih evidencija javnopravnih tijela o pokazateljima održivosti i drugih podataka vezanih uz turizam i utjecaj turizma na druge djelatnosti te o raspoloživoj infrastrukturi, suprastrukturi i socio-demografskim pokazateljima

4.4. Dostavljanje podataka iz točke 4.3. ovog članka putem integriranog informacijskog sustava turizma

4.5. Prikupljanje i čuvanje podataka koji nisu dostupni putem integriranog informacijskog sustava turizma

4.6. Dostavljanje podataka iz točke 4.5. ovog članka Ministarstvu u elektroničkom obliku pogodnom za strojno čitanje podataka najkasnije 30 dana prije roka za objavu vrijednosti pokazatelja

5. Upravljanje destinacijom

5.1. Izrada plana upravljanja destinacijom

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

5.1.1. Provodi javno savjetovanje o prijedlogu izrađenog plana upravljanja destinacijom te na drugi primjeren način osigurava sudjelovanje lokalnog stanovništva u postupku donošenja plana upravljanja destinacijom, sukladno propisu kojim se uređuje pravo na pristup informacijama

5.1.2. Donosi odluku o upućivanju prijedloga plana upravljanja destinacijom na usvajanje predstavničkim tijelima jedinica lokalne samouprave za čije područje se plan donosi

5.1.3. Usvojeni plan upravljanja destinacijom objavljuje na mrežnim stranicama turističke zajednice

5.2. Integrirano upravljanje destinacijom na temelju plana upravljanja destinacijom

5.2.1. Upravlja destinacijom kroz razvoj turističkih proizvoda, koordinaciju s ostalim dionicima u osiguravanju infrastrukture, kao i razvoj ljudskih potencijala, uz prethodnu analizu stanja i potreba destinacije, postojećih elemenata destinacije, osobito razine digitalizacije, pristupačnosti i održivosti te identificiranje potencijala na kojima se može graditi razvoj.

5.2.2. Okuplja i koordinira dionike i marketinške potpore, a radi osmišljavanja i razvoja proizvoda

5.3. Upravljanje turističkim tokovima

5.3.1. Izrada plana dolaska posjetitelja na lokaciju s prijedlogom plana razgleda i vremena trajanja

5.3.2. Izrada plana rasporeda i dinamike uplova i opskrbe brodova na kružnom putovanju

5. 5.3.3. Izrada plana rasporeda i dinamike dolazaka autobusa i iskrcaja putnika na frekventnim turističkim mjestima

6. 5.3.4. Provodi druge mjere u skladu sa zadaćama turističke zajednice propisanim odredbama Zakona o turizmu i odredbama Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma

7. 5.4. Suradnja s jedinicama lokalne i područne (regionalne) samouprave

8. 5.4.1. Osigurava podatke za donošenje odluka o upravljanju razvojem održivog turizma

9. 5.4.2. Predlaže mjere za razvoj destinacije

10. 5.4.3. Predlaže mjere za smanjenje preopterećenosti komunalne infrastrukture i turističkih atrakcija

11. 5.4.4. Predlaže donošenje odluka na temelju plana upravljanja destinacijom

12. 5.4.5. Predlaže mjere upravljanja turističkim tokovima

13. 5.4.6. Pruža drugu stručnu podršku u okviru propisanih zadaća

14. 5.5. Suradnja s tijelom državne uprave nadležnim za turizma u razvoju turističke

15. politike

16. 5.6. Podrška drugim tijelima državne uprave u poslovima od značaja za razvoj destinacije.

Pored zadaća iz stavka 1. ovog članka, TZ otoka Krka na čijem se području ostvaruju više od 1.000.000 komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i slijedeće zadaće vezane uz marketing:

1. Odnosi s javnošću
2. Stvaranje, održavanje i redovito kreiranje sadržaja na mrežnoj stranici i profilima društvenih mreža
3. Definiranje smjernica i standarda za oblikovanje turističkih informativnih materijala

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

4. Uspostavljanje marketinške infrastrukture temeljene na informatičkim tehnologijama
5. Provođenje aktivnosti strateškog i operativnog marketinga (branding destinacije, online i offline aktivnosti, mrežne stranice i profili društvenih mreža, sajmovi, studijska putovanja, prezentacije, partnerstva, sponzorstva i sl.
6. Koordinacija i provedba udruženog oglašavanja na lokalnoj razini
7. Obavljanje i drugih poslova propisanih ovim Zakonom ili drugim propisom

Zajednica sudjeluje u provedbi programa i akcijama Turističke zajednice Primorsko-goranske županije kao i lokalnih turističkih zajednica otoka Krka od zajedničkog interesa za sve subjekte u turizmu s područja otoka i Županije.








TZ otoka Krka je izradila plan i program rada prema utvrđenoj novoj metodologiji i uputama za izradu godišnjeg programa rada, a koji je dostavljen od Ministarstva turizma i sporta u studenom 2020. godine.

Prije toga, TZ otoka Krka je koordinirala proračun i program sa direktorima Turističkih zajednica i jedinicama lokalnih samouprava kroz Polazne odrednice plana i programa za 2025. godinu (rujan 2024. godine), gdje su odrednice plana bile polazna točka za izradu Godišnjeg programa rada i financijskog plana.

PLANIRANI PRIHODI

Plan prihoda u 2025. godini bio je planiran u iznosu od 427.260,06 €, u listopadu 2025. je izvršena izmjena plana, pa su prihodi planirani na iznos od 488.964,07 a sa 31.12.2025. realizirani su prihodi od **490.881,30 €**.

Prema Statutu TZ otoka Krka (od 07.09.2020.), članak 58. definira izvore prihoda za TZ otoka Krka a to su:

-  *prilozi turističkih zajednica*
-  *prilozi općina i Grada Krka*
-  *priloga Hrvatske turističke zajednice*
-  *Priloga TZ Kvarnera*
-  *priloga PG županije*
-  *dragovoljnih priloga*
-  *prilozima gospodarstva za pojedine aktivnosti definirane programom rada*

Prilozi turističkih zajednica i lokalnih samouprava rješava se potpisanim ugovorima za razdoblje od jedne godine prema usvojenim programima i aktivnostima TZ otoka Krka.

Ključ financiranja TZ otoka Krka baziran je na prihodima turističke pristojbe i članarine naplaćene u 2023. godini (neto prihodi TZ).

REALIZACIJA PO ZR €	2021.	2022.	2023.	Indeks 23/22
TURISTIČKA PRISTOJBA	1.410.019,50	2.036.618,12	2.116.083,19	103,90
TURISTIČKA PRISTOJBA NAUTIKA	142.560,60	144.551,05	127.437,03	88,15
TURISTIČKA ČLANARINA	182.139,53	271.695,29	401.544,45	147,79
UKUPNO	1.734.719,60	2.452.864,46	2.645.064,67	107,84

Izvor: dostavljeni podaci TZ / svibanj 2024.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Od 2020. godine s novim Zakonom o TZ i Zakonom o T.P u prihode TZ ulaze i prihodi od turističke pristojbe nautike NN 42/20, članak 10 , 20

TURISTIČKE ZAJEDNICE	UKUPAN IZNOS TP I TČ uplaćene u 2023 godini	%	Usporedba udjela 23/22	Indeks
TZO Omišalj	457.475,84	17,29	+0,15	108,81
TZO Malinska-Dubašnica	398.263,42	15,06	-0,85	102,04
TZ Grada Krka	714.122,69	27,00	+0,98	111,91
TZO Punat	338.308,98	12,79	-0,24	105,86
TZO Baška	446.594,61	16,88	+0,12	108,62
TZO Vrbnik	60.006,51	2,27	+0,07	104,32
TZO Dobrinj	230.292,62	8,71	-0,09	106,72
Ukupno:	2.645.064,67			107,83

Za 2020. godinu Vlada RH donijela je nova pravila u određivanju visine boravišne pristojbe (prema zakonu o turističkoj pristojbi (N.N. 52/19 i 71/19) prema kojoj se prijedlog visine turističke pristojbe spušta na razinu lokalne turističke zajednice ,a Županijska skupština donosa visinu turističke pristojbe paušal i po noćenju .Iznimno za 2020. godinu donesena je do kraja rujna 2019. godine, na temelju prijedloga turističkog vijeća turističke zajednice, a za 2021. i daljnje godine na temelju prijedloga skupštine TZ, ali u pravilu županijska Skupština mora donijeti visinu (najveću i najmanju visinu) do kraja siječnja tekuće godine za slijedeću godinu.

Za 2025. godinu Odluka o visini turističke pristojbe, uz prethodno mišljenje lokalne turističke zajednice donijeta je na 23. sjednici Skupštine Primorsko- goranske županije, održanoj 14.prosinca 2023. godine

TZ	Razdoblje	Hoteli / po noćenju / €	Kampovi /noćenju/ €	Paušal u domaćinstvu €	Vlasnik nekomercijalnog smještaja/ paušal /€
OMIŠALJ	1.4.-30.9.	2,10	1,99	62,00	18, 16 (2. član), 9 svaki slijedeći
	Ostalo razdoblje	1,70	1,30		
MALINSKA-DUBAŠNICA	1.4.-30.9.	2,00	1,99	60,00	20,20, 10
	Ostalo razdoblje	1,50	1,30		

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

GRADA KRKA	1.4.-30.9.	1,90	1,90	60,00	17,17,10
	Ostalo razdoblje	1,30	1,30		
PUNAT	1.4.-30.9.	1,80	1,80	60,00	25,25,12
	Ostalo razdoblje	1,50	1,30		
BAŠKA	1.4.-30.9.	2,20	1,99	63,00	18,18,10
	Ostalo razdoblje	1,30	1,30		
DOBRINJ	1.4.-30.9.	2,00	1,99	62,00	18,18,10
	Ostalo razdoblje	1,50	1,30		
VRBNIK	1.4.-30.9.	2,00	1,99	60,00	18,18,10
	Ostalo razdoblje	1,50	1,30		

Do siječnja 2026. godine, na razini otoka, a prema obrađenim podacima u e-visitoru, ostalo je dugovanje po pitanju turističke pristojbe u iznosu od **367.250,76 €**, ali je ostvarena i pretplata u iznosu od **103.141,47€**. Broj obveznika ima 17.696, a broj objekata je 20.990 sa 122.320 ležajeva (komercijalnih i nekomercijalnih).

Na temelju planiranih prihoda za TZ otoka Krka određeni su iznosi po **JLS i TZ**.

Struktura raspodjele prihoda za 2025. godinu bila je slijedeća

1.JEDINICE LOKALNIH SAMOPUPRAVA

1	2	4	5	7	8	7	8
Prihodi JLS	Prihodi za admin troškove €	25/24	Prihodi za programe u €	25/24	Ukupno €	25/24	Udio %
Grad Krk	11.078,74	109,69	26.622,00	119,26	37.700,74	116,29	27,00
Općina Omišalj	7.094,49	106,64	17.047,95	115,95	24.142,44	113,05	17,29
Općina Baška	6.926,26	106,47	16.643,69	115,76	23.569,95	112,87	16,88
Općina Malinska-Dubašnica	6.179,47	100,06	14.849,16	108,79	21.028,63	106,08	15,06
Općina Punat	5.248,05	103,77	12.610,95	112,82	17.859,00	110,00	12,79

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Općina Dobrinj	3.573,92	104,64	8.588,06	113,76	12.161,98	110,9 2	8,71
Općina Vrbnik	931,44	102,55	2.238,22	111,50	3.169,66	108,7 1	2,27
Ukupno:	41.032,37	105,72	98.600,03	114,94	139.632,40	112,0 7	100,0 0

Izvor: TZ otoka Krka

TURISTIČKE ZAJEDNICE

1	2	4	5	7	8	7	8
Prihodi TZ	Prihodi za admin troškove €	25/24	Prihodi za aktivnosti €	25/24	Ukupno €	25/24	Udio %
TZ Grada Krka	15.440,78	110,71	36.828,51	119,48	52.269,29	116,74	27,00
TZ Općina Omišalj	9.887,82	107,63	23.583,89	116,15	33.471,71	113,49	17,29
TZ Općina Baška	9.653,35	107,46	23.024,64	115,96	32.677,99	113,31	16,88
TZ Malinska-Dubašnica	8.612,53	100,99	20.542,12	108,99	29.154,65	106,50	15,06
TZ Općina Punat	7.314,36	104,73	17.445,80	113,01	24.760,16	110,43	12,79
TZ Općina Dobrinj	4.981,08	105,60	11.880,60	113,96	16.861,68	111,35	8,71
TZ Općina Vrbnik	1.298,17	103,50	3.096,33	111,69	4.394,50	109,14	2,27
Ukupno:	57.188,09	106,69	136.401,89	115,14	193.589,98	112,51	100,00

Izvor: TZ otoka Krka

Ključ financiranja TZ otoka Krka baziran je na prihodima turističke pristojbe i članarine naplaćene u 2023. godini (neto prihodi TZ).

Ukupni prihodi od jedinica lokalnih samouprava i turističkih zajednica otoka Krka

	ADMIN TROŠKOVI	25/24	AKTIVNOSTI	25/24	%
JLS	41.032,37	105,72	98.600,03	114,94	42
TZ	57.188,09	106,69	136.401,89	115,14	58
UKUPNO	98.220,46	106,28	235.001,92	115,05	100

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

REKAPITULACIJA REALIZIRANIH PRIHODA U 2025. GODINI

Planirano	€	Real/plan	%
JLS	139.632,40	100,00	28,44
TZ	193.589,98	100,00	39,43
Van ugovorne aktivnosti	89.490,86	102,43	18,23
Prihodi TZ Kvarnera IHTZ-a	6.539,73	111,45	1,33
Prihodi od gospodarstva	5.036,85	100,00	1,03
Ostali prihodi	3.081,76	77,75	0,63
Fond za udružene TZ	30.000,00	100,00	6,11
Preneseni prihodi	23.509,72	100,00	4,80
UKUPNO PRIHODI	490.881,30	100,39	100,00

Proračun TZ otoka Krka za 2025. godinu je usvojen na 2. sjednici Skupštini 16.12.2024. godine, a izmjene Programa i plana TZ otoka Krka donesen je na 5. sjednici Skupštine TZ otoka Krka 18.12.2025. godine, pa se izvršenje plana i programa uspoređuje sa usvojenim izmjenama plana i programa.

Planirani zadaci prema aktivnostima su slijedeći

1. ISTRAŽIVANJE I STRATEŠKO PLANIRANJE

Obuhvaća aktivnosti :

Izrada strateških/operativnih/ dokumenata

1.1. Izrada strateških/operativnih/komunikacijskih dokumenata (Plan upravljanja i izračun prihvatnog kapaciteta otoka Krka

1.1. Ankete za izradu plana upravljanja

Predviđeni troškovi 59.000,00 €

Realizirani troškovi 54.522,78 €

Turistička zajednica otoka Krka, sukladno odluci Turističkog vijeća TZ otoka Krka donesenoj na prvoj sjednici održanoj u listopadu 2024. godine, pokrenula je izradu strateških dokumenata – Plana upravljanja te Izračuna prihvatnog kapaciteta otoka Krka (s pripadajućim separatima za svaku jedinicu lokalne samouprave), a prema Zakonu o turizmu koji je stupio na snagu 1.1.2024. godine (N.N.156/23) .

Nakon provedenog natječaja, Turističko vijeće TZ otoka Krka je na drugoj sjednici, održanoj u prosincu 2024. godine, donijelo odluku da izradu navedenih dokumenata povjeri Institutu za turizam iz Zagreba te STHS d.o.o. (Neda Telišman Košuta).

Kako bi se zadovoljila zakonska forma, potpisan je sporazum o udruživanju svih lokalnih turističkih zajednica otoka Krka, koje su ujedno uz TZ otoka Krka i nositelji cjelokupnog programa izrade te financijski pokrivaju troškove projekta u dvije proračunske godine – 2025. i 2026. Turistička zajednica otoka Krka, kao nositelj projekta, preuzela je obvezu provedbe i financiranja svih potrebnih istraživanja, sukladno smjernicama i metodologiji propisanoj od strane Ministarstva turizma i sporta.

Ministarstvo turizma i sporta dostavilo je smjernice za izradu Plana upravljanja i Izračuna prihvatnog kapaciteta, koje obuhvaćaju sljedeće cjeline:

- Informacije o destinaciji

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

- Analizu stanja
- Analizu resursne osnove
- Potencijale za razvoj i podizanje kvalitete turističkog proizvoda
- Pokazatelje održivosti na razini destinacije
- Izračun prihvatnog kapaciteta
- Smjernice i preporuke za dionike razvoja
- Popis projekata
- Mjerenje napretka i izvješće o provedbi
- Zaključak

Paralelno je Ministarstvo turizma i sporta donijela i Pravilnik o metodologiji izračuna prihvatnog kapaciteta te Pravilnik o metodologiji izrade Plana upravljanja destinacijom (N.N. 112/24).

TZ otoka Krka je u proljeće 2025. potpisala ugovore s Institutom za turizam i STHS d.o.o. te započela izradu dokumenata prema propisanoj metodologiji.

Do kraja rujna 2025. godine provedene su sljedeće aktivnosti:

- TZ otoka Krka uputila je više od 30 dopisa različitim institucijama i tijelima:
 - o komunalnim poduzećima (Ponikve d.o.o.) – podaci o otpadu i potrošnji vode
 - o HEP-u – podaci o potrošnji električne energije
 - o MUP-u – podaci o sigurnosti, pritužbama i remećenju javnog reda i mira
 - o Državnom inspektoratu , broj podnesenih prijava od buke
 - o Jedinicama lokalne samouprave – podaci o projektima, komunalnoj infrastrukturi i strateškim dokumentima
 - o Županijskim lučkim upravama, veličina i struktura kapaciteta vezova
 - o Ministarstvu financija – podaci o fiskaliziranim računima u vršnim razdobljima
 - o lokalnim TZ-ima – podaci o turističkoj infrastrukturi, programima rada i broju posjetitelja u vršnim danima
 - o lokalnim TZ-ima za Google analitiku
 - o Javnoj ustanovi „Priroda“ – podaci o zaštićenim područjima otoka Krka

Svi prikupljeni podaci dostavljeni su Institutu za turizam i STHS d.o.o. na daljnju obradu.

U međuvremenu su provedena i istraživanja:

- Istraživanje stavova lokalnog stanovništva o turizmu (agencija IPSOS, 402 ispitanika) – rezultati su dostavljeni svim lokalnim TZ-ima i JLS-ovima početkom listopada 2025.
- TOMAS Hrvatska 2025./2026. – Stavovi i potrošnja turista u Hrvatskoj s posebno alociranim uzorkom za otok Krk , a konačni rezultati očekuju se u 2026. godini).
- Anketiranje jednodnevnih posjetitelja provedeno je u suradnji s lokalnim TZ-ima i studenticama angažiranim tijekom ljeta; ukupno je anketirano 351 posjetitelj na području svih sedam JLS otoka Krka. Izvješće je dostavljeno svim lokalnim TZ-ima, a naknadno će biti dostavljena i JLS.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Tijekom rujna 2025. provedeni su i intervjui s dionicima – predstavnicima hotelskih kuća, turističkih agencija, iznajmljivača, kao i načelnicima općina i gradonačelnikom grada Krka te direktorima TZ-a

Sastanci su obuhvatili sljedeće teme:

- prijedloge projekata za uvrštavanje u Plan upravljanja
- SWOT analizu destinacije
- pitanja okoliša i održivosti

U prosincu je održan završni sastanak sa svim relevantnim dionicima, na kojoj su razmotreni pokazatelji održivosti, prihvatni kapacitet dok će se prioritetni projekti za uključivanje u Plan upravljanja predstaviti u 2026. godini nakon dodatnih konzultacija i sastanaka s lokalnim čelnicima na otoku Krku.

Cijela 2025. godina bila je posvećena prikupljanju i analizi podataka, organizaciji istraživanja i provedbi anketiranja, sve u skladu s metodološkim smjernicama Ministarstva turizma i sporta.

Prema planu, Institut za turizam i STHS d.o.o. trebali bi dovršiti izradu Plana upravljanja i Izračuna prihvatnog kapaciteta do ožujka 2026. godine, nakon čega slijedi javna rasprava, usvajanje dokumenata na sjednicama turističkih i gradskih i općinskih vijeća te njihova provedba i obvezno godišnje izvješćivanje o napretku od strane lokalnih TZ-a.

Plan upravljanja i Izračun prihvatnog kapaciteta izrađuju se za razdoblje od četiri godine te su obvezni za sve lokalne turističke zajednice otoka Krka, budući da se, prema indeksu turističke razvijenosti, nalaze u skupini visoko razvijenih destinacija.

1.1.3. Strateške i kreativne usluge u području oglašavanja u suradnji sa studiom Conex

RAZVOJ BRENDA KRK OUTDOOR 2021.-2025.

Polazeći od koncepta održivog i uravnoteženog razvoja turizma na otoku Krku, brendiranje i razvoj outdoor destinacije nova je inicijativa i poželjna marker atrakcija u ponudi otoka sa snagom motiva dolaska posebice u pred i posezoni.

Imajući viziju daljnjeg razvoja ponude i u sinergiji sa gospodarstvom, a vodeći računa i o interesima i potrebama gostiju, kao i trendovima u turizmu, a usklađujući se sa strateškim dokumentima, TZ otoka Krka u suradnji sa turističkim zajednicama i jedinicama lokalnih samouprava krenula u izradu strategije razvoja brenda outdoor ponude, u 2021. godini.

Udruženim sredstvima svih dionika (JLS i TZ), podržani od Ministarstva turizma i sporta za cijeli projekt, sredstvima fonda za udružene TZ, izrađena je strategija koja je predstavljena u rujnu i listopadu (JLS) 2021. godine.

Postavljeni ciljevi projekta

Ciljevi razvoja brenda Krk outdoor definira se za razdoblje 2021. -2025. i derivirani su iz vizije te predstavljaju skup operativnih i detaljnih zadataka čije je ostvarenje potrebno poticati i mjeriti.

Za 2025. godinu predviđeni su i ostvarene su aktivnosti :

1.1.3. Strateške i kreativne usluge u području oglašavanja Krk outdoor ponude / brenda (Istraživanje i strateško planiranje) - **10.000,00 €**

Realizirani troškovi : **9.750,00 €**

- Kreativni koncept kampanje
- Oblikovanje grafička priprema svih oglasa /plakata/ animacija
- Odnosi s medijima, PR tekstovi, lobiranja, intervjui i dr.

WEB portal – Krk outdoor (Komunikacija i oglašavanje)

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

- Izrada/programiranje web portala i punjenje dodatnim sadržajima
- Odrađene kampanje oglašavanja kroz cijelu 2025. godinu sa dostavljenim izvješćima

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Institut za turizam, STHS d.o.o. ,Ipsos agencija Studio Conex, Jedinice lokalne samouprave, turističke zajednice, vanjski suradnici za outdoor , TZ Kvarnera
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, Fond za udružene TZ
Planirani rashodi :	69.000,00 €
Realizirani rashodi do 31.12.2025.	64.272,78
Indeks realizacija/plan	93,15%
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

2. PODRŠKA RAZVOJU TURISTIČKOG PROIZVODA

Obuhvaća aktivnosti :

2.3. Podrška razvoju turističkog proizvoda

2.3.3. podrška za 4ISLAND MTB RACE IRONMAN

2.3.5. Podrška programu CRO RACE 2025.

2.3.6. Podrška programu JUMP2 KRK

2.3.8. Podrška utrci GRANFONDO

2.3.3. 4ISLAND MTB RACE IRONMAN 4 ISLANDS MTB STAGE RACE

- **Predviđeni troškovi 13.500,00€**
- **Realizirani troškovi 13.500,00€**

4 Islands MTB utrka je brdsko biciklistička utrka s jedinstvenim doživljajem vožnje u samo 5 dana na 4 različita kvarnerska otoka: Krk, Cres Lošinj, Unije. Baška je osam godina bila domaćin prve etape koja se održavala svake godine (izuzev 2020. zbog pandemije Covid19). Utrka je namijenjena svim brdskim biciklistima, a kako je utrka vrlo atraktivna i svjetski jaka jer se sudjelovanje na utrci boduje te i u istoj sudjeluju biciklisti iz cijeloga svijeta, medijski je dobro pokrivena.

Osnovni cilj je promocija brdskog biciklizma kao rekreacije, hobija, sporta, i stila života, a dodatni i važan cilj je i promocija hrvatskih otoka (Krk, Cres Lošinj i Unije od 2025. godine) kao i biciklističkih destinacija te unapređenje cikloturizma kao alternativnog oblika turizma.

I ove je godine utrka uključivala više stotina natjecatelja iz 30-tak zemalja svijeta, a koji su u pet dana prošli cca 290 km i 6.000 m visinskog uspona.

Od 2022. godine se osim Baške, kao podrška u financiranju uključuje TZ otoka Krka sa svim ostalim pripadajućim turističkim zajednicama.

Novi ugovor o sufinanciranju je ponovo potpisan 2024.godine i obvezuje do 2028. godine.

I u 2025. godini dobili smo besplatnu startninu za dva teama, a koje smo iskoristiti za promociju outdoor.

4Island je uspješno realiziran i u 2025. godini, kao deseto izdanje održao se od 15.-19. travnja 2025. godine.

2.3.5. Podrška programu CRO RACE 2025.

Predviđeni troškovi – 2.000,00 €

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Realizirani troškovi - 2.000,00 €

Međunarodna biciklistička utrka CRO Race održala se 10. put za redom u Hrvatskoj od 30.9.-5.10.2025. u šest etapa diljem Hrvatske na ruti dugačkoj gotovo 1.000 km. Utrka je u 4 kraljevskoj etapi obuhvatila i po treći put otok Krk sa startom u gradu Krku i ciljem u Labinu ukupno 190 km.

Cro Race je biciklistički program koji ima značaj za cijelu Hrvatsku jer ju i pozicionira u jednu značajnu ciklo turističku destinaciju.

Promocija ide u 190 zemalja svijeta i značajno doprinosi profiliranju Hrvatske u turizmu kao poželjne destinacije.

U organizacijskom dijelu iza projekta stoji Vladimir Miholjević i tehnički direktor Luka Mišović, a etapno su za otok Krk bile uključene sve turističke zajednice i Grad Krk.

2.3.6. Podrška atletskom programu JUMP2Krk 2025.

Planirani troškovi 1.000,00 €

Realizirani troškovi 1.000,00 €

Treći po redu međunarodni miting Jump2Krk u organizaciji Atletskog kluba Krk, pod pokroviteljstvom Grada Krka i TZG Krka, održan je uspješno i u 2025. godini, pa je TZ otoka Krka sudjelovala sa malim prilogom kao podrška programu.

2.3.8. Podrška utrci Granfondo, start iz Punta

Planirani troškovi 3.500,00 €

Realizirani troškovi 3.500,00 €

Granfondo utrka je međunarodna biciklistička utrka, koju organiziraju Hoteli Punat d.d. (Falkestainer Punat), Hrvatski biciklistički savez i Granfondo World Tour, a održala se 26.4.2025. godine u ukupnoj dužini od 82 km, uz sudjelovanje više od 500 biciklista.

Podršku utrci dale su sve lokalne TZ, kroz zajedničko plaćanje preko TZ otoka Krka

NOSITELJ AKTIVNOSTI	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Turističke zajednice, HTZ, TZ Kvarnera, , 4Island MTB Race , CRO Race , Agencija Livingstone, Hoteli Punat, Atletski klub Krk , Infinity sport i dr.
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, turističke zajednice
Planirani rashodi	20.000,00 €
Realizirani rashodi do 31.12.2025.	20.000,00€
Indeks realizacija/plan	100%
Vrijeme aktivnosti :	Kroz godinu

3. KOMUNIKACIJA I OGLAŠAVANJE

Shodno odredbama članka 32. Zakona o turističkim zajednicama i promicanju hrvatskog turizma (N.N.52/19 i 42/20) lokalne turističke zajednice koje ostvaruje više od milion komercijalnih noćenja godišnje mogu izvršavati i slijedeće aktivnosti vezane uz marketing (branding destinacije, off i online komunikacije, sajmove, oglašavanja , profili društvenih mreža i dr). Aktivnosti koje se provode su slične aktivnostima regionalne turističke zajednice .

Koristeći tu mogućnost TZ otoka Krka uvrštava slijedeće aktivnosti :

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

3.2. Ogllašavanje destinacijskog brenda , turističke ponude i proizvoda

3.3. Odnosi s javnošću, globalni i domaći PR

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.5. Sajmovi i posebne prezentacije i poslovne radionice

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

3.8. Internetske stranice

3.9. kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

3.2. Ogllašavanje destinacijskog brenda, turističke ponude i proizvoda obuhvatilo je slijedeće aktivnosti:

3.2.1. ON LINE KOMUNIKACIJE

Planirani troškovi 80.551,00€

Realizirani troškovi 77.468,79 €

Za potrebe marketinga i promocije otoka Krka potrebno je permanentno ulagati u oglašavanja (programi, aplikacije i ostalih aktivnosti).

Vodilo se računa o objavama na društvenim mrežama s rezultatima statistike.

Jedna je od strategija koja je usmjerena ka podizanju organske posjećenosti stranice za Internet tražilice kroz povećanje ranga na rezultatima pretraživanja za ciljane ključne riječi.

3.2.1.1. Insula Cultura, oglašavanje FB, češko tržište

Planirani troškovi 3.300,00 €

Realizirani troškovi 2.500,00 €

TZ otoka Krka pokrenula je u 2021. godinu FB grupu na češkom jeziku za goste s tog emitivnog tržišta - grupa „*Dovolena na Krku tipy a zanimovosti*“ s ciljem pružanja aktualnih i zanimljivih turističkih, gastronomskih i kulturnih informacija tijekom boravka gostiju na otoku Krku.

Zadovoljni rezultatima u prethodnim godinama, razvijali smo kampanju i u 2025. godini.

Pokrenuta FB kampanja imala je slijedeće rezultate :

- Ukupan doseg: 701.618 jedinstvenih korisnika.
- Ukupne impresije: 1.540.262
- Ukupan broj klikova na link: 908
- Ukupni svi klikovi: 6.641 – što ukazuje na visoku razinu angažmana s vizualnim i tekstualnim sadržajem oglasa.

3.2.1.2. On line oglašavanje KG MEDIA

Planirani troškovi 37.500,00 €

Realizirani troškovi 37.499,99 €

TZ otoka Krka predvidjela je nastavak suradnje sa KG Media. Kampanja se postavila na ciljano tržišta.

Kampanja se provodila kroz cijelu godinu, u periodu kada se planiraju CPC Network Mreže portala, gdje je TZ otoka Krka zakupila Premium pozicije na portalima. Svi oglasi (klik na oglas) su usmjereni na web stranicu otoka www.krk.hr. Plaćanje je usmjereno na klik na oglas, generirane impresije koje nisu rezultirale klikom na oglas generirale su dodatnu, besplatnu vidljivost oglasa.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Vrsta oglasa bili su oglasi sa kombinacijom slike i teksta, native oglasi i custom display banneri i TIK TOK oglašavanje.

Ciljana tržišta bila su: južna Njemačka, Austrija,, sjeverna Italija, Slovenija

Finalno izvješće :

Platforma: TikTok Ads

Vrsta kampanje: Reach

Cilj kampanje: generiranje doseg a i vidljivosti za odabrane video kreative prema ciljanoj publici na TikTok društvenoj mreži

Trajanje: veljača-prosinac 2025.

Geo target: Austrija, južna Njemačka (Badebn-Württemberg, Bavarska, Falačko Porajnje i Hessen

Ciljani položaji/web stranice : Travel, news i lifestyle položaji

Odredišna stranica:

<https://krk.hr/de/>

Ostvareni parametri:

Pojavljivanje oglasa 1.921.524

Ctr 1,08%

Klikovi na oglase 20814 (Target 20.000 klikova)

Top 10 položaja/web stranica na kojima je ostvareno najviše klikova s njemačkog tržišta

- <https://www.seen.de/>
- <https://www.tz.de/>
- <https://www.discount-reisen-angebote.de/>
- <https://www.main-echo.de/>
- <https://www.express.de/>
- <https://www.focus.de/>
- <https://www.chip.de/>
- <https://www.mopo.de/>
- <https://www.n-tv.de/>
- <https://www.rtl.de/>

Top 10 položaja/web stranica na kojima je ostvareno najviše klikova s austrijskog tržišta

- <https://www.oe24.at/>
- <https://www.krone.at/>
- <https://www.urlaubsguru.at/>
- <https://www.tripadvisor.at/>
- <https://www.nachrichten.at/>
- <https://www.kurier.at/>
- <https://www.urlaubstracker.at/>
- <https://www.derstandard.at/>
- <https://www.all-inn.at/>
- <https://www.holidaycheck.at/>

3.2.1.3. Razvoj društvenih mreža

Planirani troškovi 6.000,00 €

Realizirani troškovi 6.000,00 €

Uključuje vođenje Facebooka, postavljanje newslettera, objave sadržaja, promocije, osmišljavanje aktualnih objava radi privlačenja ciljane publike.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Ugovor za operativno tehničku suradnju TZ otoka Krka u 2025. godini nastavilo je sa agencijom Livingstone (turizam, komunikacije i kultura), koja vodi društvene mreže, Facebook i Instagram.

Provedeno izvješće:

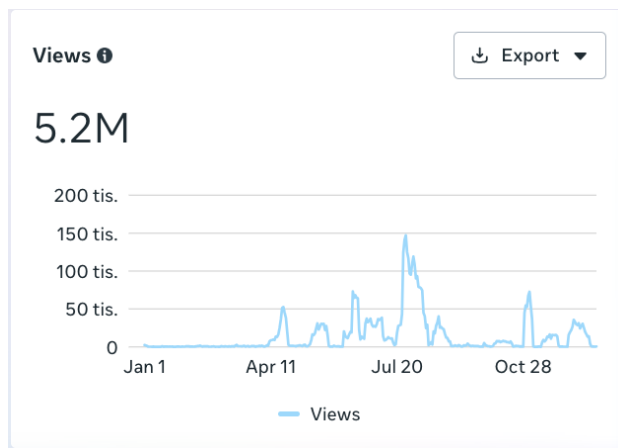
IZVJEŠTAJ ODRŽAVANJA ONLINE KOMUNIKACIJA

ZA TZ OTOKA KRKA

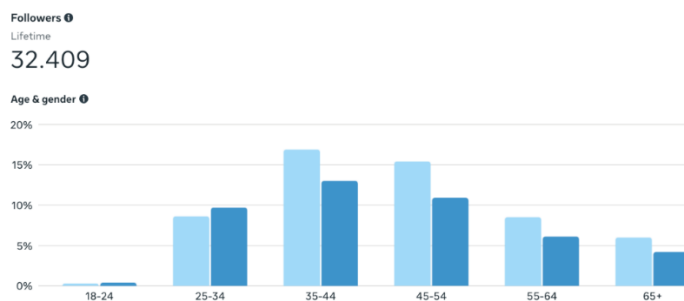
(pregled razdoblja: 1. SIJEČNJA DO 31. PROSINCA 2025.)

Facebook i Instagram stranica TZ otoka Krka dijele **naziv Visit Krk Island**, kako bi se pratio ovaj već ustaljeni trend u Hrvatskoj i svijetu. Kroz svu komunikaciju prezentira se i promovira i popratni **hashtag #VisitKrkIsland**, dok se još upotrebljavaju i #otokkrk i #krkisland.

Sadržaj (videozapisi, objave, priče i oglasi) Facebook profila Visit Krk Island u 2025. godini bio je reproduciran ili prikazan preko **5,2 milijuna puta**. Doseg iz organske ili plaćene distribucije sadržaja na Facebooku, uključujući objave, priče i oglase, brojio je preko **1,4 milijuna puta** korisnika.

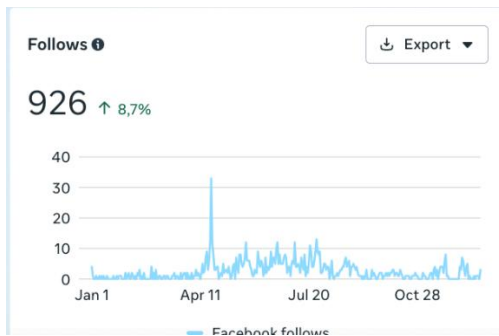


Broj lajkova Facebook stranice Visit Krk Island 31. prosinca 2025. godine **32.409 pratitelja**.



Facebook stranicu je u 2025. godini popratilo **926 novih korisnika**.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA



U razdoblju od 1.1.2025. do 31.12.2025. na **Facebook stranicu Visit Krk Island** postavljeno je ukupno **145 objava**. **Sve objave na društvenim mrežama pisane su dvojezično**. Objave na stranici bile su kombinacija **promotivno/vizualnih** te **promotivno/informativnih objava**. Svaki komentar i poruka na stranicama društvenih mreža pravovremeno (u roku od 24h) je dobio svoj odgovor i/ili reakciju (*like*).

PRIMJERI NEPLAĆENIH OBJAVA:

- 10.757 pregleda

Visit Krk island
Published by Ana Dujmovic · July 7 · 🌐

🏡 95 domaćina s otoka Krka ponosno nosi oznaku Vaš domaćin / Local Host!

U petak, 4. srpnja 2025., u Velikoj vijećnici Grada Krka održana je svečana dodjela oznaka kvalitete Vaš domaćin / Local Host iznajmljivačima iz svih sedam destinacija otoka Krka.

Ova oznaka dodjeljuje se domaćinima koji:

- ✅ gostima pružaju personalizirano i autentično iskustvo,
- ✅ promiču održivi turizam,
- ✅ poznaju i s ljubavlju dijele lokalnu baštinu,
- ✅ kontinuirano ulažu u kvalitetu i edukaciju.

Zahvaljujemo svim domaćinima na njihovom trudu, srdačnosti i profesionalnosti – upravo oni čine razliku i oblikuju doživljaj otoka Krka! 🌿

📖 Pogledajte atmosferu s dodjele – i postanite dio ove inspirativne mreže!
👉 Više informacija o projektu: www.htz.hr/hr-HR/projekti-i-potpore/vas-domacin

🏡 95 proud Local Hosts from the island of Krk!

On Friday, July 4th, 2025, a special ceremony was held in the City Hall of Krk to award the Your Host / Local Host quality label to private accommodation providers from all seven island destinations.

This label is awarded to hosts who:

- ✅ provide guests with a personalized and authentic experience,
- ✅ promote sustainable and responsible tourism,
- ✅ share deep knowledge of local heritage,
- ✅ continuously invest in quality and professional development.

A big thank you to all the hosts who bring warmth, excellence, and hospitality to the island of Krk – you are the true ambassadors of our destination! 🌿

📖 Take a look at the atmosphere from the event – and join the network of quality local hosts!
👉 Learn more: www.htz.hr/en/your-host

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

- 5.288 pregleda

Visit Krk island
Published by Ana Dujmovic · April 8 ·

Edukacija u znaku baštine i okusa
U sklopu projekta „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026.“ održana je edukacija u Puntu na otoku Krku, u organizaciji Turističke zajednice Kvarnera i Turističke zajednice otoka Krka.

Program se sastojao od teorijskog dijela, gdje su predstavljeni ciljevi projekta i važnost titule, te praktične radionice koju je vodio nagrađivani chef Zdravko Tomšić. Kuhari i ugostitelji su kroz pripremu jela nadahnutih baštinom težaka, glagoljaša i Frankopana, učili kako spojiti tradiciju s modernim pristupima.

Okupljeni turistički djelatnici otoka Krka razmjenjivali su znanja, ideje i okuse – jer samo zajedničkim snagama možemo graditi održivu, autentičnu gastronomsku budućnost.

📖 Svaki sudionik dobio je knjižicu s receptima kao poticaj za daljnji profesionalni razvoj.

🌿 Edukacije se nastavljaju, a Kvarner kroči prema europskoj prepoznatljivosti kao regija bogate gastronomske baštine.

Culinary education rooted in heritage
As part of the "Kvarner – European Region of Gastronomy 2026" project, a two-part educational program was successfully held in Punat on Krk Island.

The first part introduced the vision of the project and the value of the prestigious title, while the second featured a hands-on culinary workshop led by renowned chef Zdravko Tomšić. Chefs explored ways to creatively reinterpret traditional island dishes using local ingredients—rooted in the legacy of glagolitic script, Frankopans and hardworking islanders.

The event gathered representatives from the hospitality and tourism sectors of Krk Island and beyond, reinforcing the power of collaboration in preserving and elevating local food culture.

📖 Each participant received a recipe booklet to take new ideas into their kitchens.

🌿 Education continues as part of a larger effort to position Kvarner as a sustainable, authentic gastronomic destination in Europe.

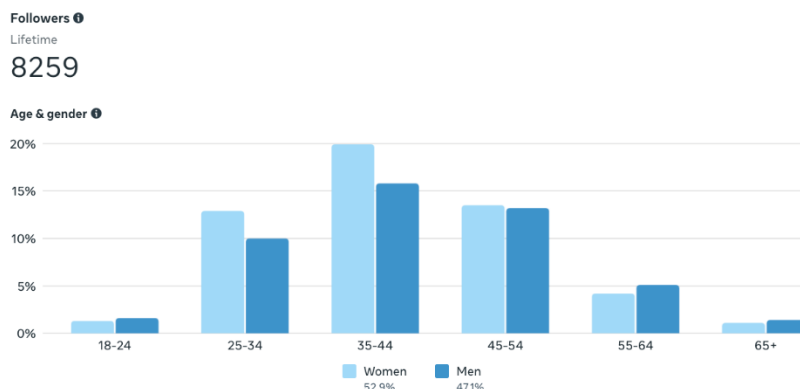


TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

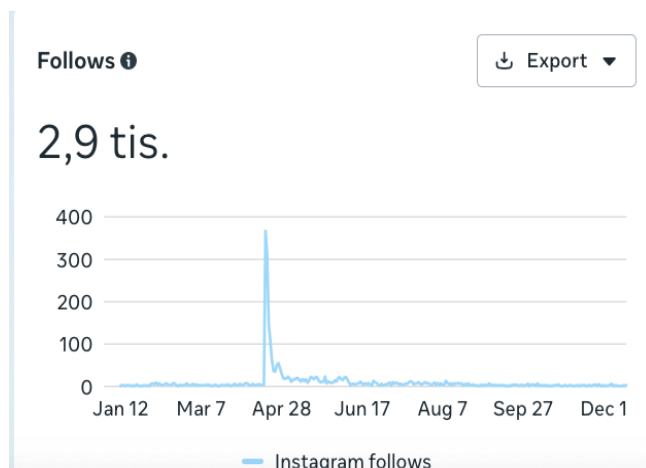
INSTAGRAM

U razdoblju od 1.1.2025. do 1.12.2025. na **Instagram stranici Visit Krk Island** postavljeno je ukupno **145 objava**.

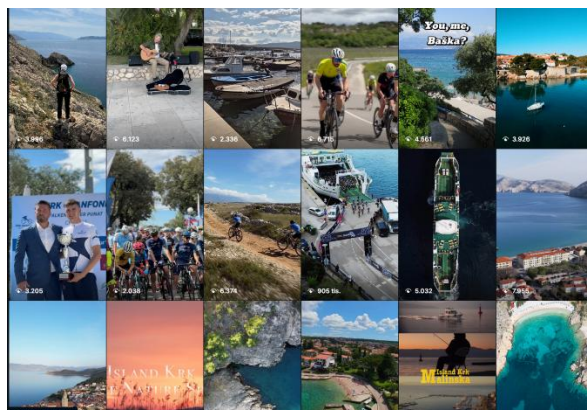
Broj pratitelja Instagram profila 31.12.2025. je **8259**.



Instagram stranicu je u 2025. godini popratilo **2900 novih korisnika**.



PRIMJERI INSTAGRAM OBJAVA:



TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Uz fotografije i videe koje su dio foto baze TZ otoka Krka, na društvenim mrežama **dijelili smo i fotografije i videe korisnika/pratitelja**, kroz objave na Instagram *story*-jima, koji se potom dijele i na Facebook *story*-jima.

U razdoblju od 1.1.2025. do 31.12.2025., na **Instagram stranici Visit Krk Island** podijeljeno je **preko 3000 story-ja**, koji su bili **kombinacija objava korisnika** (kao rezultat svakodnevnog praćenja ranije spomenutih hashtagova) i **originalnog sadržaja**.

PRIMJERI INSTAGRAM STORY-JA



NEWSLETTER:

Kao dio online komunikacije koristio se i Mailchimp račun Visit Krk Island za slanje newslettera. U razdoblju od 1.1.2025. do 31.12.2025. poslano je 17 newslettera. Baza pretplatnika broji **796 korisnika**. Izgled newslettera je standardiziran kako bi vizualno reflektirao knjigu standarda otoka Krka.

3.2.1.4. Oglašavanje on line /billboard za projekt outdoor

Planirani troškovi 14.000,00 €

Realizirani troškovi 11.968,86 €

Oglašavanje je odradio Studio Conex koji odrađuju projekt Outdoora ponude otoka Krka.

Oglašavanje je išlo u dva dijela, proljetni i jesenski dio, uz odrađen press za outdoor.

GOOGLE KAMPANJA KRK OUTDOOR

Prema prihvaćenoj ponudi, ugovornom obvezom sa Studio Conex u projektu brendiranja outdoor otoka Krka, odrađena je i kampanja KRK OUTDOOR .

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Kampanja je trajala kroz cijelu 2025. godinu, a bio je i predstavljen u Fondu za udružene TZ, koji je djelom i sufinancirao kampanju.

Cilj kampanje je izgradnja i jačanje svjesnosti o brandu te privlačenje korisnika na web stranicu: <https://www.krk-outdoor.hr>, te promocija događanja outdoor aktivnosti na otoku Krku.

Tip kampanje : video oglasi, s ciljem jačanja vidljivosti i emocionalnog povezivanja s brendom, te statični (display) oglasi, usmjereni na povećanje dosega i generiranja prometa prema web stranici

Rezultati su :

7.307900 impresija

237.721 interakcija

TOP 5 zemalja po dolascima i na web stranicu

R. BR.	TOTAL	120.250
1.	CROATIA	84.935 (70,63%)
2.	SLOVENIA	7,991 (6,65%)
3.	ITALY	7,312 (6,08%)
4.	HUNGARY	6,396 (5,32%)
5.	GERMANY	2,855 (2,37%)

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Primjeri oglasa

Krk Outdoor – Google kampanje

Oglasi:

Video ads

- Krk Bike Video Efficient reach - proljeće 2024
- Krk BIKE Video Efficient reach - proljeće

Krk Bike - proljeće 2024
500 km biciklističkih staza prikladni

+ 1 video

Ad	Status	Impressions	Cost	Avg. CPV
Enabled	Eligible	1,168,943	€456.11	€0.04

Video ads < 1 / 1 >

Ad - Visit Krk golden island
6.6K views

Za ljubitelje aktivnog odmora.
Najbliža destinacija za savršen aktivan odmor

Zatvori Otvori

Najbogatija outdoor ponuda.
Idealna destinacija za ljubitelje aktivnog odmora koju možete posjetiti kad god poželite

Otok Krk- raj za aktivan odmor
Idealna destinacija za bijeg od svakodnevnice kad god poželite

Najbliža outdoor destinacija.
Idealna destinacija za ljubitelje aktivnog odmora koju možete posjetiti kad god poželite

Krk Outdoor

Najbogatija outdoor ponuda.
Idealna destinacija za ljubitelje aktivnog odmora koju možete posjetiti kad god poželite

Krk Outdoor

Open

3.2.1.4.5. Oglašavanje FB, plaćene kampanje

Planirani troškovi 4.000,00 €
Realizirani troškovi 3.999,94 €

FB kampanje bile su usmjerene na pojedine manifestacije po interesu LTZ koje su se dodatno promovirale preko TZ otoka Krka .

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

FB oglašavanje je bilo podijeljeno na FB oglašavanje proljeće: Njivice outdoor weekend, Granfondo utrka, Sensa festival sira

FB oglašavanje ljeto: Krk Music Fest, Festival sladoleda, In vino veritas, Dobro Est Fest, Ribarski dan, Vrbenske užance, Dani vina

FB oglašavanje zima: Advent u Krku i u Dobrinju

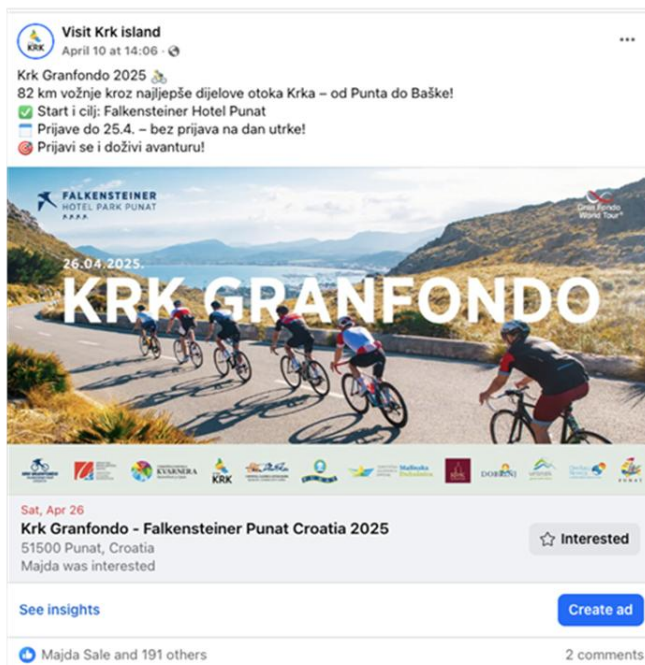
U nastavku slijede manifestacije lokalnih turističkih zajednica koje su se dodatno promovirale:

Promocija se vodila sa Facebook i Instagram stranica Visit Krk Island.

TZO Punat: OLIVE TOUCH (10.4. - 25.4.2025.)

Ad	Results	Reach	Frequency	Impressions	Clicks (all)	Link clicks
 Krk Granfondo 2025	232 Event Responses	50.881	2,66	135.399	1261	203

Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao odvesti korisnike na **Facebook event** Krk Grandfondo biciklističke utrke, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno **50,881 individualnih korisnika**, kojima su se u prosjeku oni prikazali dva do tri puta te je **broj impresija bio 135,399**. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo **232 korisnika**. Na objavama je izbrojeno **1261 klikova** korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).



The screenshot shows a Facebook event post from 'Visit Krk Island' dated April 10 at 14:06. The event is titled 'Krk Granfondo 2025' and is scheduled for Saturday, April 26, 2025. The description includes: '82 km vožnje kroz najljepše dijelove otoka Krka – od Punta do Baške!', 'Start i cilj: Falkensteiner Hotel Punat', 'Prijave do 25.4. – bez prijava na dan utrke!', and 'Prijavi se i doživi avanturu!'. The main image features cyclists on a scenic road with the text '26.04.2025. KRK GRANFONDO'. Below the image are logos of sponsors and partners, including Falkensteiner Hotel Park Punat, Krk, and others. At the bottom, it shows the event date 'Sat, Apr 26', the location 'Krk Granfondo - Falkensteiner Punat Croatia 2025', the address '51500 Punat, Croatia', and that 'Majda was interested'. There are buttons for 'See insights', 'Create ad', and 'Interested', and a comment count of '2 comments'.

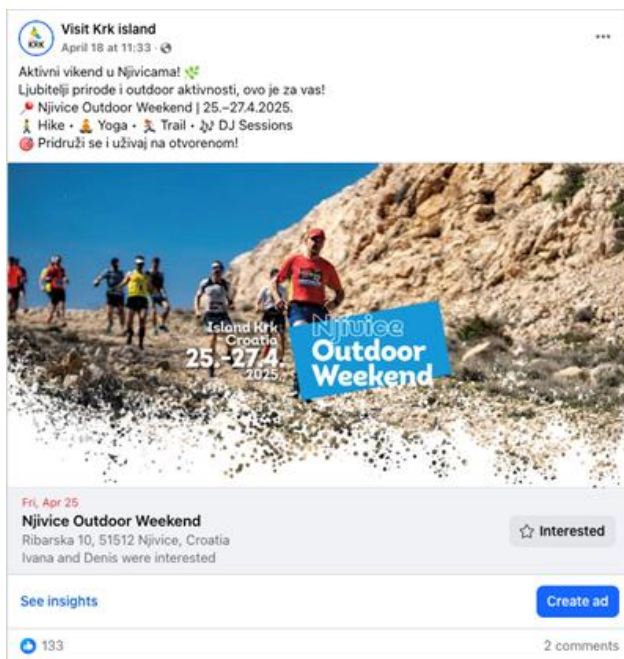
TZO Omišalj: Njivice Outdoor Weekend (18. - 24.4.2025.)

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

TZO OMIŠALJ :Njivice Outdoor Weekend 18.-24.4.2025.


Ad	Results	Reach	Frequency	Impressions	Clicks (all)	Link clicks
 Njivice Outdoor Weekend 2025	245 Event Responses	51.826	2,60	134.565	1392	

Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao odvesti korisnike na Facebook event Njivice Outdoor Weekend-a, u kojem su se nalazile sve informacije o pojedinačnim događanjima. Oglase je vidjelo ukupno 51,826 individualnih korisnika, kojima su se u prosjeku oni prikazali dva do tri puta te je broj impresija bio 134,565. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo 245 korisnika. Na oglasu je izbrojeno 1392 klikova korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).



Za sve provedene kampanje izrađeno je pet varijacija glavnog teksta oglasa. Za carousel kampanje izrađeni su individualni naslovi i opisi svake kartice carousela. Svaka kampanja zahtijevala je prilagodbu sadržaja kako bi se osigurao maksimalan učinak i relevantnost za ciljanu publiku. Posebna pažnja posvećena je optimizaciji tekstova kako bi se postigla visoka angažiranost i postigli željeni ciljevi.

TZO Malinska Dubašnica: Sensa (14.5. - 27.5.2025.)

 Sensa 2025 event	500 Event Responses	56.338	2,18	123.047	606	2301
--	------------------------	--------	------	---------	-----	------

Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao odvesti korisnike na Facebook event Sensa: Festival sira, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno 56,338 individualnih korisnika, kojima su se u prosjeku oni prikazali dva puta te je broj impresija bio 123,047. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo 500 korisnika. Na objavama je izbrojeno 2301 klik korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).

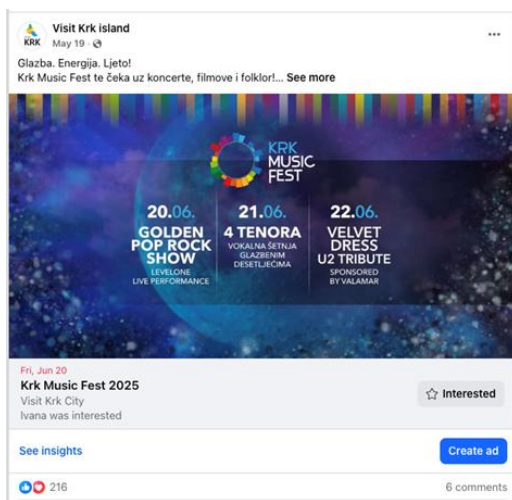
TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA



TZG Krka: Krk Music Fest (19.5. - 1.6.2025.)

	Krk Music Fest 2025 - Visit Krk Island	427 Event Responses	44.637	2,22	99.307	577	2106
---	--	------------------------	--------	------	--------	-----	------


Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao odvesti korisnike na Facebook event Krk Music Fest-a, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno 44,637 individualnih korisnika, kojima su se u prosjeku oni prikazali dva puta te je broj impresija bio 99,307. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo 427 korisnika. Na objavama je izbrojeno 2106 klikova korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove



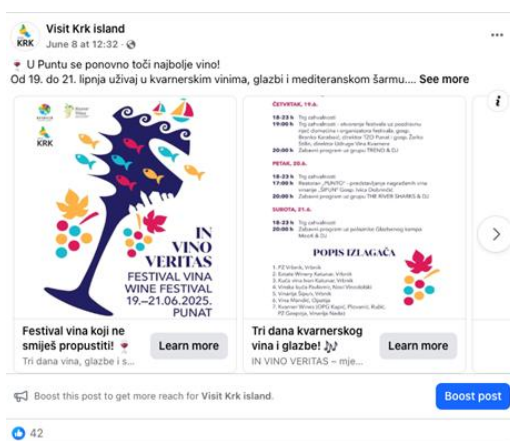
TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

TZO Puntat: In Vino Veritas (8.6. - 20.6.2025.)


TZO Puntat: In Vino Veritas (8.6. - 20.6.2025.)

Ad ↑	Results ↑↓	Reach ↑↓	Frequency ↑↓	Impressions ↑↓	Link clicks ↑↓	Clicks (all) ↑↓
 In Vino Veritas 2025 - Visit Krk Island	214.812 Reach	214.812	1,88	403.368	237	429

Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao prikazati oglas što većem broju korisnika, te ih osvijestiti o događanju. Oglas je vidjelo ukupno 214,812 individualnih korisnika, kojima su se u prosjeku oni prikazali jedan do dva puta te je broj impresija bio 403,368. Na objavama je izbrojeno 429 klikova korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).

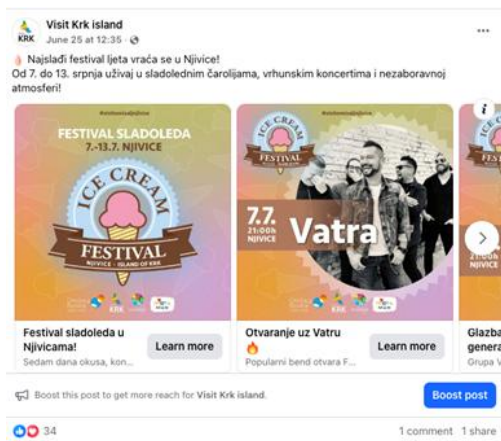


TZO Omišalj: Festival sladoleda (25.6. - 9.7.2025.)

Ad ↑↓	Results ↑↓	Reach ↑↓	Frequency ↑↓	Impressions ↑↓	Link clicks ↑↓	Clicks (all) ↑↓
 Festival sladoleda 2025 - reach	209.443 Reach	209.443	1,84	385.326	208	678

Promocija se vodila kroz carousel oglas koji je za cilj imao prikazati oglas što većem broju korisnika, te ih osvijestiti o događanju. Oglas je vidjelo ukupno **209,442 individualnih korisnika**, kojima su se u prosjeku oni prikazali jedan do dva puta te je **broj impresija bio 385,326**. Na objavama je izbrojeno **678 klikova** korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).

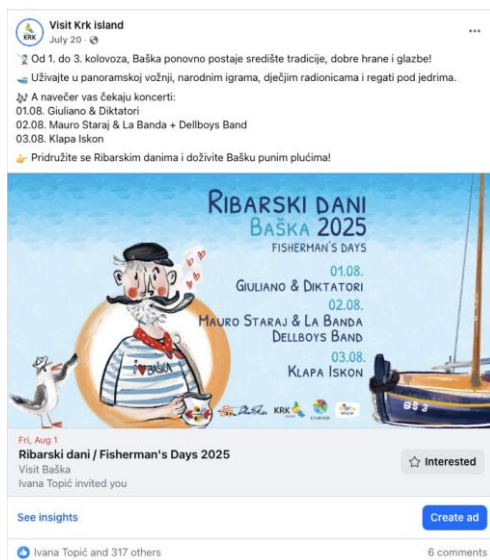
TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA



TZO Baška: Ribarski dani (20.7. - 31.7.2025.)

Ribarski dani 2025 - Visit Krk Island	484	49.756	2,88	143.427	721	3085
Event Responses						

Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao odvesti korisnike na **Facebook event Ribarski dani**, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno **49.756 individualnih korisnika**, kojima su se u prosjeku oni prikazali dva do tri puta te je **broj impresija bio 143.427**. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo **484 korisnika**. Na objavama je izbrojeno **3085 klikova** korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).



TZO Vrbnik: Dani vina (20.8. - 27.8.2025.)

20. Dani vina Vrbnik 2025	464	28.426	3,41	96.816	918	3081
Event Responses						

Promocija se vodila kroz oglas koji je za cilj imao odvesti korisnike na **Facebook event 20. Dani vina**, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno **28.426 individualnih korisnika**, kojima su se u prosjeku oni prikazali dva do tri puta te je **broj impresija bio 96.816**. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo 464 korisnika. Na objavama je izbrojeno **3081 klikova** korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA



Za sve provedene kampanje izrađeno je pet varijacija glavnog teksta oglasa. Svaka kampanja zahtijevala je prilagodbu sadržaja kako bi se osigurao maksimalan učinak i relevantnost za ciljanu publiku. Posebna pažnja posvećena je optimizaciji tekstova kako bi se postigla visoka angažiranost i postigli željeni ciljevi.

Promocija se vodila sa Facebook i Instagram stranica Visit Krk Island.

TZO Dobrinj: Advent u Dobrinju (3.12. - 20.12.2025.)

Ad T1	Results T1	Reach T1	Frequency T1	Impressions T1	Link clicks T1	Clicks (all) T1
Advent u Dobrinju 2025 event	156 Event Registrations	18.880	2,36	44.511	225	746
Advent u Dobrinju 2025 carousel	144.047 Reach	144.047	2,04	293.551	56	320
Results from 2 ads	— Multiple conversions	162.926 Accounts Center accs.	2,15 Per Accounts Center	338.062 Total	281 Total	1066 Total

Promocija Adventa u Dobrinju se vodila kroz dva oglasa. Prvi je oglas za cilj imao odvesti korisnike na Facebook event **Advent u Dobrinju**, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno **18,880 individualnih korisnika**, kojima se u prosjeku on prikazao dva puta te je broj impresija bio **44,511**. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo **134 korisnika**. Na oglasu je izbrojeno **746 klikova** korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).

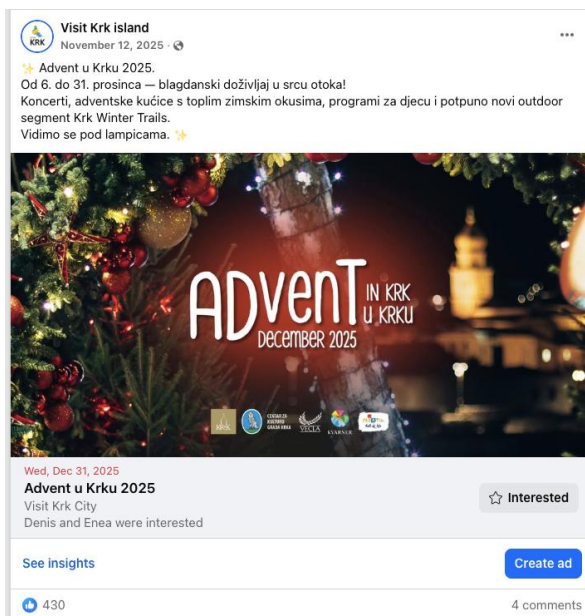


TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

TZG Krk: Advent u Krku (15.11. - 1.12.2025.)

Ad T1	Results T1	Reach T1	Frequency T1	Impressions T1	Link clicks T1	Clicks (all) T1
Advent u Krku 2025 Visit Krk Island	750 Event Responses	58.588	2,66	155.660	984	4156

Promocija Adventa u Krku se vodila kroz oglas koji za cilj imao odvesti korisnike na **Facebook event Advent u Krku**, u kojem su se nalazile sve informacije o događanju. Oglas je vidjelo ukupno **58,588 individualnih korisnika**, kojima se u prosjeku on prikazao dva do tri puta te je **broj impresija bio 155,660**. Na Facebook event je putem oglasa odgovorilo **750 korisnika**. Na oglasu je izbrojeno **4156 klikova** korisnika (reakcije, klikovi na fotografije, event, Facebook stranicu, linkove).



Za sve provedene kampanje izrađeno je pet varijacija glavnog teksta oglasa. Svaka kampanja zahtijevala je prilagodbu sadržaja kako bi se osigurao maksimalan učinak i relevantnost za ciljane publiku. Posebna pažnja posvećena je optimizaciji tekstova kako bi se postigla visoka angažiranost i postigli željeni ciljevi.

3.2.1.6. Oglašavanje u Abendzeitung München on line Advertorial

Planirani troškovi 4.751,00 €

Realizirani troškovi 4.500,00 €

Kao nastavak suradnje u 2025. godini oglašavali smo se u publikaciji Abendzeitung München, što je značajno za područje otoka Krka jer veliki broj Nijemaca dolazi na odmor iz pokrajine Bavorske.

Oglašavali smo se u tri termina za članak na platformi [abendzeitung.de /svibanj/](https://www.abendzeitung.de/svibanj/), lipanj rujan 2025.

Posebno smo se oglasili u PR člankom u magazine/tiskano izdanje/ Magazin Reisen und Trends (veljača 2025.) I Magazin Berge, Strand und Meer

Magazin je prodajni, a ukupni tisak je 165.000 primjeraka s otprilike 390.000 čitatelja, a dodatni doseg je tjedna on line prisutnost s više od 7,2 milijuna jedinstvenih korisnika, 20,66 milijuna pregleda stranica, procjena uspješnosti kampanje.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

3.2.1.7. Oglašavanje www.krk.hr

Planirani troškovi **500,00 €**

Realizirani troškovi **510,00€**

Izveštaj o oglasnoj kampanji za promociju web stranice krk.hr

Trajanje kampanje: 6. – 25. svibnja 2025.

Format oglasa: Facebook & Instagram carousel ad

Cilj kampanje: Povećanje posjeta web stranici www.krk.hr

Ciljana tržišta: Slovenija, Austrija, Hrvatska

Rezultati kampanje

- Ukupno klikova na poveznicu (link clicks): 972
- Doseg (reach): 54.166 korisnika
- Broj prikaza (impressions): 133.537
- Ukupna angažiranost (reakcije, komentari, dijeljenja, klikovi): 1.290

Kampanja koja je trajala od 6. do 25. svibnja 2025. generirala je ukupno 972 klikova na poveznicu prema web stranici krk.hr, što ukazuje na dobar interes korisnika za sadržaj oglasa. Oglas je prikazan 133.537 puta, a dosegnuo je 54.166 jedinstvenih korisnika, čime je postignut značajan doseg u ciljanim zemljama – Sloveniji, Austriji i Hrvatskoj. Ukupna angažiranost na objavi (uključujući reakcije, komentare, dijeljenja i klikove na pojedine elemente oglasa) bila je 1.290 interakcija, što dodatno potvrđuje da je oglas bio vizualno privlačan i sadržajno relevantan ciljanoj publici.

Rezultati kampanje ukazuju na relativno visoku razinu angažmana, s obzirom na broj klikova na poveznicu. Doseg od 43.012 ljudi ukazuje na dobru vidljivost među ciljanom publikom, dok frekvencija od 2,22 sugerira da su neki korisnici više puta vidjeli oglas, što je vrlo korisno za povećanje prepoznatljivosti – preveliki broj bi mogao dovesti do zasićenja.

 krk.hr 5/25	972 Link clicks	54.166	2,47	133.537	972	1290
---	--------------------	--------	------	---------	-----	------

3.2.1.8. Oglašavanje krkevents.com

Planirani troškovi **500,00€**

Realiziran troškovi **490,00€**

Izveštaj o oglasnoj kampanji – Krk Events (lipanj 2025.)

U lipnju 2025. provedena je Meta carousel oglasna kampanja za Facebook stranicu Visit Krk Island, s glavnim ciljem usmjeravanja korisnika na web stranicu krkevents.com. Kampanja je bila usmjerena na međunarodnu publiku, prvenstveno iz Hrvatske i Slovenije, s naglaskom na promicanje ljetnih događanja na otoku Krku – uključujući koncerte, kulturne večeri, radionice, obiteljski program i opću festivalsku atmosferu.

Kako bi se postigao što veći doseg i angažman, kampanja je bila pažljivo strukturirana i sadržajno raznolika:


- Korišten je carousel format s osam slajdova, a svaki vizual prikazivao je drugačiji aspekt događanja na otoku (večernji koncerti, kreativni programi, yoga, atmosfera s pozornica, itd.).

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

- Svaki slajd imao je vlastiti naslov i opis, osmišljen tako da bude univerzalan, emotivan i vizualno usklađen s prikazanom fotografijom – bez navođenja konkretnih datuma, čime se osigurala dugoročna primjenjivost.
- Pripremljeno je pet verzija primarnog teksta, kako bi se testirale različite formulacije poziva na akciju, emocionalnog tona i stupnja informativnosti. Svaka verzija bila je izrađena u skladu s copywriting pravilima za Meta oglašavanje, uključujući integraciju emotikona i kratke, jasne rečenice.

Rezultati kampanje:

- **Link klikovi (Results): 5.381**
- **Doseg (Reach): 71.051 korisnika**
- **Broj prikaza (Impressions): 151.975**
- **Frekvencija prikaza: 2,14 puta po korisniku**

Ad ↑↓	Results ↑↓	Reach ↑↓	Frequency ↑↓	Impressions ↑↓	Link clicks ↑↓	Clicks (all) ↑↓
 Krk Events 6/2025	5381 Link clicks	71.051	2,14	151.975	5381	10.679
Results from 1 ad ⓘ	5381 Link clicks	71.051 Accounts Center ac...	2,14 Per Accounts Cente...	151.975 Total	5381 Total	10.679 Total

Kampanja je ostvarila iznimno visoku stopu klikovnosti (CTR) od 7,03 %, što je daleko iznad prosjeka za turistički sektor i carousel format. Također, zabilježen je izuzetno nizak trošak po kliku (CPC) od samo 0,01 €, što upućuje na vrlo visoku isplativost oglašavanja u odnosu na uloženi budžet.

Osim brojčanih rezultata, kampanja je ocijenjena kao iznadprosječna (Above average) u svim ključnim kategorijama prema Meta sustavu ocjenjivanja:

- Kvaliteta oglasa (Quality ranking): Above average
- Stopa konverzije (Conversion rate ranking): Above average
- Angažman korisnika (Engagement rate ranking): Above average

To potvrđuje da je publika oglase doživjela kao relevantne, zanimljive i vizualno privlačne, s visokim stupnjem interakcije.

3.2.1.9. Hiking Croatia

Planirani troškovi 10.000,00€

Realizirani troškovi 10.000,00€

Radi se o naknadno dogovorenim on line postavi, radeni u suradnji sa svim lokalnim TZ, obilaskom terena i direktnom promocijom preko njihovih društvenih mreža. Svaka lokalna TZ dostavila je popis staza koja su promovirana društvenim mrežama FB, Instagramu, TIK TOK-u, Story i foto objave.

Kompletno oglašavanje protezalo se u travnju, svibnju i lipnju mjesecu.

Ukupno je sa svim objavama 2.756 401 pregleda, a ukupan broj pregleda (bez story-a po LTZ), TZO Malinska-Dubašnica 285.601, TZO Omišalj 964.015, TZO Dobrinj 384.238; TZG Krka 137.213, TZO Vrbnik 24.592, TZO Baška 185.041.

TZO Punat je prolongirao obilazak jer nije imao uređene staze.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Insula Cultura, KG Media, Livingstone, Hiking Croatia ,LTZ, TZ Kvarnera, Studio Conex, HTZ , ostale agencije za oglašavanje
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka
Planirani rashodi :	80.551,00 €
Realizirani rashodi do 31.12.2025.	77.468,79 €
Indeks realizacija/plan	96,17
Vrijeme aktivnosti:	Cijele godine

3.2.2.OFFLINE KOMUNIKACIJE

Planirani troškovi 15.795,00 €

Realizirani troškovi 15.381,10 €

TZ otoka Krka u suradnji sa turističkim zajednicama i gospodarstvom oglasila se u domaćim i stranim časopisima, magazinima , vodičima i ostalim tiskovnim materijalima.

3.2.2.3. Oglašavanje u tipTravel Magazin, digitalni interaktivni on line magazin

Planirani troškovi 2.000,00 €

Realizirani troškovi 2.000,00 €

Tip Travel magazin je on line magazin o turizmu i putovanjima, a koji je izašao krajem svibnja 2025. godine u tri izdanja, hrvatskom, engleskom i njemačkom. Magazin će biti promoviran godinu dana od izlaska, a kasnije nadopunjava novim turističkim pričama .

Praćen je u više od 140 zemalja svijeta putem vodeće svjetske platforme za digitalna izdanja, Issuu.com, IssuuiOS, Issuu Android aplikacije, te putem kanal medija, agencija, udruga u turizmu, a partnera Tip Travela.

Ove je godine u 32. izdanju Tip Travel on line magazine , a u sklopu predavljanja Kvarnera kao Europske regije gastronomije u 2026. godini, TZ otoka Krka je predstavila eno - gastronomiju otoka Krka.

On line izdanje je uz hrvatski , na engleskom i njemačkom jeziku , a promovira se i kroz Newsletter i Facebook magazine kao dodane vrijednosti .

Radi se o kvalitetnoj i atraktivnoj on line promociji destinacija , turističke ponude, proizvoda i brendova, a dostupan je brojnim čitateljima bez naknade .

Magazine je pozicioniran na Issuu.com , vodeću svjetsku platformu za digitalna izdanja s više od 45 mil publikacija i više od 100 mil korisnika, a preko FB na kojemu se promoviraju teme iz magazine , ima više od 64 tisuće fanova.

Top tržišta po čitanosti su SAD, Njemačka, Slovenija, Hrvatska, BIH, Velika Britanija, Austrija, Poljska , Češka, Italija, Mađarska, Francuska, Slovačka, Nizozemska, Švedska

Više na:

HR izdanje: <https://issuu.com/tiptm/docs/tiptravelmagazine031hr/1?fr=sNTk3Njc0NjY1OTI>

EN izdanje: <https://issuu.com/tiptm/docs/tiptravelmagazine031en/1?fr=sNDQ1OTc0NjY1OTY>

DE izdanje: <https://issuu.com/tiptm/docs/tiptravelmagazine031de/1?fr=sYWFkMjc0NjY1OTk>

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

3.2.2.4. Opće oglašavanje

Planirani troškovi	4.070,00€
Realizirani troškovi	4.815,59 €

Oglašavanje u slovenskim magazinima, novinama i priložima

U 2025. godini objavljeni su razni oglasi:

-DNEVNIK PROSTI ČAS/dopusti proljeće, ljeto, jesen, Uskrs, oglas i PR članak/više objava siječanj/svibanj
Prilog ODDIH-za sajam Alpe Adria 2025.-naklada 20.000 kom

Prilog NIKA/dopusti proljeće, ljeto, jesen, zima (objava svibanj- naklada 77.000 kom

Prilog Hrvaška (proljeće 2025.)- naklada 90.000 kom

3 gratis objave oglasa 6,7,8 mjesec

Prilog u novinama La voce del popolo

La voce del popolo je najdugovječniji dnevnik u Hrvatskoj, sa tradicijom duljom od 135 godina. Ujedno je i jedini dnevni list na talijanskom jeziku u Hrvatskoj. Osim u Hrvatskoj prodaje se i u Sloveniji (slovensko primorje) i u Italiji (Trst, Muggia, Monfalcone, Gorizia.

TZ otoka Krka oglasila se na 1 stranici , specijaliziranog priloga pred Uskrs, prilog Tutto Pasqua 12.4.2025.

3.2.2.5. Priprema oglasa

Planirani troškovi	2.500,00 €
Realizirani troškovi	1.450,51 €

U svrhu oglašavanja izdvojila su se i sredstva za pripremu banner, oglasa , tekstova i ostalog u svim oblicima oglašavanja.

3.2.2.6. APL MEDIA ASTA WORLDWIDE GUIDE 2025/2026.

Planirani troškovi :	2.500,00€
Realizirani troškovi	2.500,00 €

TZ otoka Krka predstavila je otok Krk oglasom u vodiču Worldwide destination gide/američkog udruženja putničkih agencija /American Society of Travel Adviser (ASTA), a vodič je izašao u veljači 2025. i biti će aktivan do ožujka 2026. godine.

Vodič uključuje 55.000 čitatelja + putničke agencije u USA.

Digital print se šalje svakom ASTA članu + newsletter direktno na 82.000 čitatelja +ASTA domaći i strani članovi

3.2.2.7. (i 3.2.1.6.)Oglašavanje u ABENDZEITUNG MÜNCHEN

Planirani troškovi :	3.625,00€
Realizirani troškovi :	3.625,00€

Highlight Advertorijal- Abendzeitung München digitalno oglašavanje

Kao nastavak suradnje u 2025. godini, nastavljeno je oglašavanje u publikaciji Abendzeitung München, , što je značajno za područje otoka Krka jer veliki broj Nijemaca dolazi na odmor iz pokrajine Bavarske prema Jadranu i otoku Krku.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Oglašavanje je vršeno u tri termina za članak na platformi Abendzeitung.de/svibanj/, lipanj, rujan 2025. godine.

TZ otoka Krka je objavila PR on line članak u Magazine (tiskano izdanje) Magazin Reisen und Trends (veljača 2025.) I Magazin Berge, Strand und Meer .

Magazin je prodajni, a ukupni tisak je 165.000 primjeraka s cca. 390.000 čitatelja, a dodatni doseg je četverotjedna on line prisustnost s više od 7,2 milijuna jedinstvenih korisnika, 20,66 milijuna pregleda stranica

3.2.3.0. Oglašavanje u Hrvatska SVET 24

Prilog HRVAŠKA 2025. dio je slovenskih novina SVET 24 , koji je tiskan u 170.000 primjeraka, a Novice Svet 24 u nakladi 48.000 primjeraka

Novice Svet24 dnevni je časopis koji čitatelju donosi aktualne i ekskluzivne vijesti iz domaće i strane politike, kronike ekonomije, sportske priče , priče sa estrade glazbe i zanimljiva putovanja.

Turistički prilog Hrvatska 2025. izašao je početkom travnja 2025., a otok Krk je bio posebno predstavljen na dvije stranice uz Primorsko-goransku županiju- Kvarner i Marinu Punat.

Ovogodišnja tema u prilogu Hrvatska 24 bila je najava Uskrsa i programa u destinacijama otoka Krka.

3.2.2.8.Oglašavanje u „Vikendholičari“

Planirani troškovi 1.100,00 €

Realizirani troškovi 990,00 €

U 2025. godini dogovorena je suradnja sa agencijom MAGOMA d.o.o. a u svezi objava na platformi Vikendholičari, na godišnjoj razini.

Dogovoren je srebrni paket, a koji je uključivao i upis V-točke (mjesta destinacije koje se mogu posjetiti ili su dostupni ili su to programi s pozivom na dolazak, te objave na FB, Instagram, linkedin Vikendholičara za objave.

Stranica FB Vikendholičara ima 19.000 + pratitelja

FB grupa Savjetnik za vikend putovanja by Vikendholičari 18.000 + članova

Instagram profil Vikendholičari 2.000 + pratitelja

Za područje otoka krka unijeto je 10-tak točaka od intertesa od ožujka do listopada 2025.

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	KG Media, TZ Kvarnera, ,LTZ, , Abendzeitung , portali , Tip Travel; Vikendholičari i dr.
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka,
Planirani rashodi :	15.795,00 €
Realizirani rashodi 31.12.2025.	15.381,10€
Indeks realizacija/plan	97,37%
Vrijeme aktivnosti	Prvi dio godine

3.3.Odnosi s javnošću, globalni i domaći PR

3.3.1. Studijska putovanja za predstavnike medija u suradnji sa TZ

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Planirani troškovi 3.200,00 €

Realizirani troškovi 3.385,10 €

TZ otoka Krka izdvojila je sredstva i za prihvataj novinara, medija, TV ekipa koja su posjetila otok Krk te su izdvojena sredstva za studijska putovanja za predstavnike medije u suradnji sa sustavom TZ.

U nastavku popis novinara u 2025. godini

Datum dolaska	Broj novinara	Zemlja dolaska	Časopis za koji pišu	Smještaju
7.4.2025.	2+1	USA	Lonley Planet, Decanter & Fausto	
11.4.2025.	6	Njemačka	A.R.T. Redaktionsteam	Vila Rova Malinska
14.4.2025.	1	Češka	IDNES, Mlada Fronta, Dnes, Pravo, GEO	
26.-28.4.2025.	3+vozač	Austrija, Engleska	Budapest@Beyond, Reisen, Kultur&Lifestyl	Hotel Malin Malinska
6.5.2025.	2+fotograf	Češka	Audi Magazin, Premium sport	Falkensteiner Park Punat
6.i 7.5.2025.	1	Francuska	Portal Routard. com	Maritime - Krk
7.i 8.5.2025.	1	Hrvatska	Mobilna aplikacija Vikendholičari	Vinotel hotel Gospoja
9.i 10.6.2025.	2	Švedska	„Allt om Vin“, Paddling	Vinotel hotel Gospoja
24.6.2025.	2	USA	Predstavnici Travel Leaders Network	
6.-10.10.2025.	1	Francuska	Le Monde	Maritime – Krk
18. i- 19.10.2025.	5+vozač	Austrija	Kronen Zeitung, Kleine Zeitung	Vinotel hotel Gospoja
21.10.2025.	40	USA	Agenti američkih luksuznih putovanja	

- ✓ Svi dolasci dogovoreni su sa HTZ-om, TZ Kvarnera, sve LTZ upoznate su sa predloženim obilascima
- ✓ Smještaj se u pravilu osigurava u objektima koji imaju ugovor sa HTZ-om i posebne cijene, te troškove smještaja snosi u pravilu HTZ, odnosno TZ Kvarnera
- ✓ TZ otoka Krka dogovara cijelu organizaciju smještaja, itinerer shodno uputama HTZ-a, TZ Kvarnera, za tražene proizvode (kultura, eno-gastro, outdoor, atrakcije...).
- ✓ TZ otoka Krka snosi troškove ugostiteljskih usluga, vodiča, prijevoza po otoku Krku i ulaznica djelomično po potrebi snosi i troškove smještaja.
- ✓ Za novinare koje smo direktno organizirali snosili smo direktno sve troškove

3.3.2. Domaći PR objave u medijima -

Planirani troškovi 3.688,00 €

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Realizirani troškovi 3.687,50 €

Najvećim dijelom odnosi se na objavu u Novom listu povodom obilježavanja Svjetskog dana turizma, 27. rujna 2025. godine.

TZ otoka Krka iskoristila je priliku objaviti uspješne turističke rezultate u 2025. godini kroz uspješno provedene aktivnosti na otoku Krku, kako kroz rad lokalnih turističkih zajednica, tako i kroz rad gospodarstva i ostalih dionika u turizmu.

Objava je išla u suradnji sa svim LTZ na otoku Krku, a obuhvaćene su bile dvije stranice.

LTZ su zajednički sufinancirale 1 stranicu .

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	TZ Kvarnera, HTZ, LTZ, Novi list i dr.
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka,
Planirani rashodi :	6.888,00 €
Realizirani troškovi	7.072,60 €
Indeks realizacija/plan	102,67%
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

3.4. Marketinške i poslovne suradnje

3.4.1. Udruženo oglašavanje sa TZ Kvarnera

Planirani troškovi 30.000,00€

Realizirani troškovi 30.000,00 €

TZ otoka Krka iskoristila je mogućnost prijave na TZ Kvarnera za subregionalno oglašavanje.

Kampanja je odrađena sa S.T.A.R. Digital agencijom.

Kampanje oglašavanja destinacije u 2025. godini odrađena je u suradnji sa TZ Kvarnera , te ostalim subregijama: Opatijska rivijera, Rijeka i riječki prsten, Crikveničko vinodolska rivijera, otoci Cres- Lošinj, Rab i **otok Krk**, Gorski Kotar .

Oglašavanje je odradila marketinška agencija **STAR DIGITAL**.

Vrijednost media plana na razini TZ Kvarnera iznosila je 298.000 € (a svaka subregija sa 30.000 €) , a razliku pokriva TZ Kvarnera.

Glavni ciljevi kampanje su:

Promovirati Kvarner i destinacije na Kvarneru, te inspirirati goste na dolazak.

Promovirati odabrane turističke proizvode na Kvarneru koji zadovoljavaju interese ciljanih skupina kojoj se kampanja obraća.

Povećanje učinka promocijskih aktivnosti kroz ujednačene komunikacijske poruke i ključnih vizuala.

Poseban je naglasak stavljen na projekt Kvarner - Europska regija gastronomije 2026., a kroz prilagođene tematske sadržaje i autentične lokalne priče, uz isticanje raznolikosti ponude, usluge i jedinstvena iskustva koja potiču dolazke i nova putovanja.

U travnju 2025. pokrenuta je digitalna kampanja na visokokvalitetnu prezentaciju destinacije u suradnji s vodećim medijskim brendovima kao što su : Kronen Zeitung, Der Standard, Die Zeit, SiViaggi, Žurnal24, DeTelegraf i dr.

Odabrana su tržišta Italija, Njemačka, Austrija, Slovenija, Češka, Mađarska, Poljska.

TZ otoka Krka se opredijelila za tržište Italije, Njemačke, Slovenije sa proizvodima outdoor, relaxa.

Oglasi su bili PR članci, vide i native oglasi

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

LTZ su sufinancirale dijelom oglašavanje (10.000 €)

3.4.2. Zajedničko avio oglašavanje sa Turističkom zajednicama i TZ Kvarnera

Planirani troškovi 2.000,00 €

Realizirani troškovi 2.000,00 €

Ukupno je na razini PG županije (JLS) potvrđen iznos 552.500,00€ (brutto) za avio prijevoznike.

Od ukupnih dolazaka na Kvarner 3.288.943, svega 76.035 putnika je registrirano u dolasku na ZL Rijeka (2,3%), a od toga 63.850 putnika (84%) je došlo s avio prijevoznicima s kojima je provedena kampanja oglašavanje .

8,6 € je iznos uloženi po putniku za oglašavanje .

U proteklih 15 godina u promociju je uloženo **(TZ Kvarnera sa parterima, kroz udruženo oglašavanje više od 10 mil €)**.

Oglašavanje je išlo prema avio prijevoznicima Ryanair Group 275.000,00 €, Transavia 40.000,00€, Eurowings 50.000,00€, Croatia Airlines 187.500,00€

TZ Kvarnera je dostavila izvješće krajem siječnja 2026.

3.4.3. Marketinška podrška Expo predvideni i realizirani troškovi 1.000,00 €

Obrtnička komora PG županije održala je izložbeno-prodajni sajam suvenira i autohtonih proizvoda KVARNER EXPO 2025. u gradu Krku, od 13.-15. lipnja 2025.

Bio je to 18. po redu Kvarner Expo. Projekt ima za cilj promovirati suvenire i autohtone proizvode lokalnih proizvođača iz cijele Hrvatske .

Uz Grad Krk, TZG Krka kao domaćinima , bila je dijelom uključena i TZ otoka Krka

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	TZ Kvarnera, TZ , TZ Kvarnera ,LTZ ,HGK, hotelijeri , ugostitelji
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka,
Planirani rashodi :	33.000,00 €
Realizirani rashodi	33.000,00€
Indeks realizacija/plan	100%
Vrijeme aktivnosti:	Kroz godinu

3.5.Sajmovi , posebne prezentacije i poslovne radionice

Za 2025. godinu su dogovoreni i ostvareni slijedeći sajmovi:

Predvideni troškovi 21.421,00€

Realizirani troškovi 22.581,24€

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Sajam	Datum	Predviđeni troškovi
Ferien Messe , Beč (Austrija), sajam za široku potrošnju	16.1.-19.1.2025	1.963,00
Reise+Camping, Essen (Njemačka) Hrvatska zemlja partner	19.2.-23.2.2025.	1.454,00
Fr.e.e., München (Njemačka) sajam za široku potrošnju	19.2.-23.2.2025.	2.067,00
ITB burza , Berlin (Njemačka)	4.-6.3.2025.	3.158,00
Wroclav, opći sajam (Poljska)	Ožujak 2025	2.528,00
Bologna outdoor sajam	Travanj 2025.	1.051,00
Troškovi za informatore na sajmovima		9.200,00

Na svim predviđenim sajmovima, uvjete korištenja prostora, predstavljanja kao i promotivnih materijala diktira HTZ, odnosno TZ Kvarnera, ugovornom obvezom.

Sajmovi su uspješno odrađeni , i sa vrlo dobrim povratnim informacijama o interesu stranih gostiju za dolazak na otok Krk.

Dijelom su troškove sajma pokrili gospodarstvenici (Berlin i Essen) a za informatore na ostalim sajmovima troškove su pokrile LTZ.

3.5.6. Informatori na sajmovima

Planirani troškovi 9.200,00 €

Realizirani troškovi 10.762,13 €

Informatori su odrađeni u suradnji sa gospodarstvom (Essen) i sa lokalnim turističkim zajednicama , a koje su i pokrile troškove za informatore preko TZ otoka Krka (Beč, München, Berlin, Wroclaw).

Informatori su po povratku sa sajma dostavili izvješća kako to zahtijevaju pravila TZ otoka Krka.

Dio troškova za sajam u Ljubljani Alpe Adria (troškovi smještaja) plaćeni su krajem 2025. godine, pa su obuhvaćeni u proračunu , iako se odnose na 2026. godinu.

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	HTZ, TZ Kvarnera, TZ, gospodarstvo , subregije TZ
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, Hotelijeri lokalni, LTZ
Planirani rashodi :	21.421,00 €
Realizirani rashodi	22.981,24 €
Indeks realizacija/plan	107,28%
Vrijeme aktivnosti :	Prva polovina godine / do svibnja 2025.

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

3.6. Suradnja s organizatorima putovanja

3.6.1. Studijska putovanja za agente u suradnji sa TZ

Planirani troškovi 3.000,00 €

Realizirani troškovi 2.666,90 €

TZ otoka Krka provodila je studijska putovanja za agente sa Hrvatskom turističkom zajednicom i Turističkom zajednicom Kvarnera, i u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama .

TZ otoka Krka prihvata grupe provodila je na način da osigurava obilazak destinacija, znamenitosti, uz gastronomsku ponudu destinacije i vinske probe, ovisno o interesu novinara i studijskih grupa.

TZ otoka Krka osigurala je stručno vođenje , prijevoz, pokrivala je troškove ručkova i večere, dok je smještaj osiguravala u financijskom dijelu HTZ.

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	TZ lokalne, HTZ, TZ Kvarnera, lokalni vodiči
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, turističke zajednice
Planirani rashodi :	3.000,00 €
Realizirani rashodi	2.666,90 €
Indeks realizacija/plan	88,90%
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

3.7. Kreiranje promotivnog materijala

Planirani troškovi 79.011,50 €

Realizirani troškovi 77.999,74 €

U 2025. godini tiskano ili otkupljene su slijedeći materijali

Pozicija	Naziv	Komada
3.7.1	Image brošura	0
3.7.2.	Katalog kampova/dodatni letak	2.000
3.7.6.	Karte bike	2.500
	Karte hike	1.500
3.7.8., 3.7.9.	Karta Krka tisak i priprema	1.500
3.7.10.	Info vodič	2.000
3.7.12.	Priprema outdoor kataloga	
3.7.16.	Roll up	
Ukupno €	35.238,13€	

Za katalog kampova je rađen dodatno samo letak sa novim informacijama za kamp Aminess.

Bike i hike karta je rađena u suradnji sa TZ Kvarnera i lokalnim TZ, a TZ Kvarnera je sufinancirala njenu izradu.

Outdoor katalog je u izradi, a u 2025. godini je plaćena njegova priprema, a tisak ide u 2026. godinu

3.7.3. Za potrebe sajмова i prezentacija tiskani su promotivni **suveniri**

Planirani troškovi 3.000,00 €

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Realizirani troškovi 2.468,75 €

- vrećice (do tisak 500 kom)
- suveniri za potrebe sajмова, mirisne vrećice lavande (1.000 kom)

3.7.4 Priprema izdavaštvu, prijevodi

Planirani troškovi 3.500,00 €

Realizirani troškovi 2.964,75 €

U ove troškove spadaju i troškovi za pripremu materijala, za izdavaštvo.

3.7.5. Distribucija materijala

Planirani troškovi 1.000,00 €

Realizirani troškovi 1.086,86 €

U ove troškove spadaju troškovi prijevoza materijala iz skladišta na sajmove .

U 2025. godini TZ otoka Krka promijenila je skladište, sjedište novog skladišta je u Karlovcu.

3.7.6. Karte bike i hike :

Planirani troškovi 16.500,00 €

Realizirani troškovi 16.496,00 €

3.7.7 Priprema karte bike i hike :

Planirani troškovi 4.756,00 €

Realizirani troškovi 4.755,25 €

3.7.8. karta krka tisak :

Planirani troškovi 1.000,00 €

Realizirani trošak 725,63€

3.7.9. Priprema karte za tisak :

Planirani troškovi 500,00€

Realizirani trošak 450,00€

3.7.10. Info vodič, dotisak

Planirani trošak 3.458,00€

Realizirani trošak 3.457,50€

3.7.12. priprema outdoor kataloga

Planirani troškovi 8.500,00€

Realizirani trošak 8.500,00€

3.7.13. Distribucija filma za outdoor

Planirani troškovi 5.937,00 €

Realizirani troškovi 6.475,00 €

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Za potrebe promocije outdoora otoka Krka snimljeni filmovi su prijavljivani na razne festivale i dodatno su rađene post produkcije fotografija.

3.7.15. Promotivni film „Otok živih priča“ -radni naslov , započet je u 2025. godini, a rađen je u suradnji sa agencijom Level 52, Digital Media grupa.

Završetak se očekuje u 2026. godini, a financiran je dijelom i sredstvima iz Fonda za udružene TZ.

Filmom se želi stvoriti vizualno atraktivnu priču koja će kroz kvalitetne snimke i živopisne priče doprijeti do šire publike, a filmom će se istaknuti i atrakcije otoka Krka .

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Studio Conex, Comgraf, Valter Stojšić, Trag d.o.o. DHL i dr.
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, turističke zajednice
Planirani rashodi :	79.011,50 €
Realizirani rashodi	77.999,74 €
Indeks realizacija/plan	98,72
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

3.8. Internetske stranice

3.8.2. Studio Conex web održavanje outdoor-a **Planirani troškovi 8.150,00 €**

Realizirani troškovi 8.145,00 €

U skladu sa izradom Brand i komunikacijske strategije Krk outdoor, a koju je po narudžbi izradio Studio Conex u 2021. godini, u daljnjem razvoju projekta izrađena je i web stranica. Troškovi se odnose na njeno održavanje.

3.8.3. Razvoj i održavanje internetskih stranica , web hosting

Planirani troškovi 2.950,00 €

Realizirani troškovi 2.174,13 €

Obuhvaća slijedeće aktivnosti i troškove koji se odnose na tehničko održavanje web stranica ,FB, Instagrama , hosting (mjesto na serveru), te troškove unosa podataka , a koje treba biti promptno i cjenovno pristupačno.

3.8.3.1. Web hosting za www.krk.hr

3.8.3.2. Web hosting za web outdoor

3.8.3.3. Ostalo za web sadržaj unos i dodatni banneri

3.8.4. Održavanje web krk.hr **Planirani troškovi 400,00 €**

Realizirani troškovi 400,00 €

Troškovi se odnose na redovno održavanje web stranice

3.8.5. Domene

Planirani troškovi 600,00€

Realizirani troškovi 525,00€

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

TZ otoka Krka raspolaže sa domenama , a za potrebe predstavljanja i promocije otoka Krka.

Krk.hr
Visitkrk.hr
Visitkrk.org; Visitkrk.net; Visitkrk.eu
Holiday.krk.hr
krk-outdoor.hr
krk-outdoor.com

Plaćanje je na godišnjoj razini, kao i produžavanje domena.

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Studio Conex, Udruga Livingstone, Koni Design , Multilink , LTZ
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, Fond za udružene TZ
Planirani rashodi :	12.100,00€
Realizirani rashodi	11.244,13 €
Indeks realizacija/plan	92,92%
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

3.9. Kreiranje i upravljanje bazama turističkih podataka

Planirani troškovi 960,00 €

Realizirani troškovi 960,00 €

Troškovi obuhvaćaju održavanja sustava baze podataka GDPR, a koju provodi agencija Mentor savjetovanje, jedan dio za održavanje sustava, a drugi dio za upravljanje sustavom.

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Mentor savjetovanje
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka,
Planirani rashodi :	960,00€
Realizirani rashodi	960,00€
Indeks realizacija/plan	100,00
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

4. DESTINACIJSKI MENADŽMENT

Obuhvaćaju troškove za razvoj i upravljanje sustavom E visitor, kao i ostale informacijske sustave poslovne inteligencije na razini turističkih zajednica , a usmjerene na većem razumijevanju i dobivanju podrške subjekata uključene u turističke aktivnosti , a uključuju slijedeće :

4.1. Turistički informativni sustavi i aplikacije

Planirani troškovi 2.000,00€

Realizirani troškovi 1.990,00 €

4.1.2. Provideo 360

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

4.1.5. Platforma krkevents

4.1.2. Provideo 360 Virtualna šetnja kroz otok Krk u 360 stupnjeva

Planirani troškovi 1.500,00€

Realizirani troškovi 1.490,00 €

Virtualna šetnja predstavlja suvremeni, inovativni i interaktivan vizualni prikaz gradova i okolica iz zraka koristeći najnovije webVR tehnologije.

Na ovaj se način posjetiteljima nudi novo i drugačije iskustvo razgledavanja ponude otoka Krka te predstavljanje njegovih atrakcija uz mogućnost orijentiranja kroz prirodne, povijesne, kulturne i gastronomske znamenitosti.

Dodatno iznajmljivači i ugostitelji mogu podijeliti te objaviti virtualnu šetnju sa privatnom oznakom na svojim web stranicama te društvenim mrežama.

Virtualnu šetnju je moguće koristiti na svim tipovima uređaja od PC-a, pametnog telefona ili tableta uz dodatnu mogućnost pregleda preko virtualnih naočala.

4.1.5. Platforma krkevents

Planirani troškovi 500,00 €

Realizirani troškovi 500,00 €

Platforma je instalirana 2024. godine, a troškovi se odnose na održavanje i podržavanje sustava

4.2. Stručni skupovi i edukacije

Planirani troškovi 2.030,00 €

Realizirani troškovi 2.030,00 €

Edukativne radionice rađene su u suradnji sa lokalnim turističkim zajednicama po raznim temama za pripremu sezone.

Održana je 26.2. 2025. godine edukacija za iznajmljivače, sa Interligom d.o.o. iz Splita , te sa UHP-om 10. travnja 2025. na temu Primjene umjetne inteligencije. Edukacija je bila namijenjena agencijama i turističkim zajednicama .

LTZ su jednim dijelom sufinancirale troškove održavanja i organizacije edukacija na otoku Krku.

4.4. Poticanje na uređenje destinacije

Planirani troškovi 2.400,00 €

Realizirani troškovi 1.516,00 €

Akciju uređenja destinacije potaknula je HTZ sufinanciranjem sadnji stabala, cvijeća za kompenzaciju emisija automobilskih turističkih posjeta RH.

TZ otoka Krka je u suradnju sa komunalnom tvrtkom Ponikve d.o.o. iz Krka, našim stalnim partnerom, na lokaciji grada Krka posadila 20-tak stabala .

Troškove nabavke stabala lipa u cijelosti je podržao HTZ, a tvrtka Ponikve d.o.o. je pokrila troškove sadnje.

4.3. Gastro radionica sa TZ Kvarnera

Planirani troškovi 3.363,00 €

Realizirani troškovi 3.363,10 €

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

U travnju 6.4.2026. je organizirana radionica KRČKA BAŠTINSKA GASTRONOMIJA namijenjena ugostiteljima ali i svima koji će se uključiti u projekt Kvarner – Europska regija gastronomije.

Radionica se održala u Puntu (Marina Punat) i sastojala se u dva dijela.

Prvi dio bio je upoznavanje sa programom i titulom „Kvarner – Europska regija gastronomije 2026. i prednostima koje ona donosi. Drugi dio odnosio se na praktični dio hand's on radionice namijenjene kuharima s područja otoka Krka.

Odaziv je bio velik, a održavanje radionica u koju su se uključile sve turističke zajednice sa područja otoka Krka je bila i prilika za umrežavanje i daljnji razvoj autentične eno – gastronomske ponude.

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Studio Conex, Provideo 360, Koni Design, Interligo, UHP-a, LTZ , TZ Kvarnera i dr.
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, Turističke zajednice
Planirani rashodi :	9.793,00€
Realizirani rashodi	8.899,60€
Indeks realizacija/plan	90,87
Vrijeme aktivnosti :	Tijekom cijele godine

5. ČLANSTVO U STRUKOVNIM ORGANIZACIJA

TZ otoka Krka članica je SKÅL kluba pri TZ Kvarnera.

Prvi SKÅL klub osnovan je 1932. godine u Parizu od strane turističkih direktora koji su se vratili sa studijskog putovanja po Skandinaviji. Ideja međunarodnog prijateljstva stekla je toliku popularnost da je 1934. godine Skål dobio međunarodni status, formirajući Međunarodnu udruhu Skål klubova, na inicijativu prvog predsjednika pariškog kluba koji se ujedno smatra i ocem Skål-a, Florimonda Volckaerta. SKÅL INTERNATIONAL objedinjuje sve grane turističke industrije u cilju poticanja i stvaranja profesionalnog udruženja diljem svijeta, a koji djeluje kroz više od 340 klubova s gotovo 14.000 članova u više od 100 zemalja svijeta u duhu krilatice “Doing business among friends!”

Kako je Kvarner trebao biti domaćin Svjetskom SKÅL kongresu u 2020. godini zbog pandemije Covid-19 virusom otkazan je “Skål Congress in the European Capital of Culture 2020”. Međunarodno Skål udruženje prihvatilo je ponovljenu kandidaturu Kvarnera za domaćinstvo ovog iznimno važnog kongresa u 2022. godini, a na kongresu se odazvalo više od 400 učesnika koji su došli iz 5 kontinenata, od kojih su mnogi i bili prvi puta u Hrvatskoj .

Skål udruženje ide i dalje, broji ukupno 12.866 članova, 310 klubova iz 84 zemalja , a Klub Kvarner broji 34 članova.

TZ otoka Krka za članstvo plaća godišnju članarinu u iznosu od 92,00 € .

Ovogodišnji skup svjetskog kongresa Skåla a koji se održao u Peru u gradu Cuzcu, donio je otoku Krku u vrijednu nagradu. Nagrađen je Eko otok Krk (Ponikve d.o.o.) , priznanjem Skål International Sustainable Tourism Awards , dodijeljeno 26.9.2025.

Priznanje je dodijeljeno za istaknute projekte u turizmu, posebno one koji promiču održivi razvoj te služe kao primjer najbolje svjetske prakse

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Nositelj aktivnosti	TZ OTOKA KRKA	INDEKS REALIZACIJE
Vanjski suradnici	LTZ, TZ Kvarnera, HTZ, HGK, Skål i dr	
Financiranje aktivnosti	Proračun TZ otoka Krka	
Planirani rashodi	92,00€	
Realizirani rashodi	92,00€	100,00
Vrijeme aktivnosti	Tijekom cijele godine	

6. ADMINISTRATIVNI POSLOVI

Obuhvaćaju:

Djelovanje rada TZ otoka Krka

6.1. Administrativni troškovi TZ otoka Krka

Planirani troškovi 120.230,00 €

Realizirani troškovi 118.054,97 €

TZ otoka Krka je u 2025. godini poslovala efikasno, ekonomično u obavljanju administrativnih i stručnih poslova sukladno zakonu i Statutu TZ otoka Krka.

U prvoj polovici godine imala je dvije zaposlene djelatnice u stalnom radnom odnosu . Za sezonu (od svibnja do kraja listopada zaposlena je dodatno jedna sezonska djelatnica).

Direktorica TZ otoka Krka na funkciji je od rujna 2014. godine, ponovo je potvrđena 9. svibnja 2022. po osnovi provedenog natječaja, na mandat od 4 (četiri) godine . Direktorica TZ otoka Krka rukovodi , provodi i organizira aktivnosti potvrđene od vijeća TZ otoka Krka. Direktorica je odgovorna za zakonitost rada zajednice i odgovara za svoj rad članovima vijeća TZ otoka Krka i predsjedniku TZ otoka Krka.

Direktorica TZ otoka Krka zastupa turističku zajednicu.

TZ otoka Krka je aktivno surađivala i komunicirala sa Glavnim uredom HTZ-a , TZ Kvarnera, lokalnim turističkim zajednicama , Ministarstvom turizma i sporta , institucijama u turizmu, lokalnim turističkim zajednicama, lokalnim samoupravama, hotelskim tvrtkama, turističkim agencijama, carinskim upravama, lučkim kapetanijama, srednjoškolskim i visokoškolskim ustanovama i drugim javnim i privatnim sektorima od interesa za turizam.

U listopadu 2025. je s prijavom na natječaj za Najbolju otočnu/obalnu destinaciju održivog turizma , a koju je provelo Ministarstvo turizma i sporta ušla u finale za nagradu u konkurenciji od 60 finalista. Nagrada koja je dodijeljena TZ otoka Krka od Ministarstva turizma i sporta je uistinu veliko priznanje i potvrda da je otok Krk kao jedinstvena destinacija primjer održivosti i autentičnosti.

U prosincu je također uslijedila i nagrada od TZ Kvarnera .

- Predsjednik TZ otoka Krka u 2025. godini bio je Darijo Vasilić , gradonačelnik grada Krka

- Gosp. Anton Bolonić ima funkciju zamjenika predsjednika TZ otoka Krka, a prema Statutu i odluci predsjednika TZ otoka Krka koji bira svog zamjenika, te je gosp, Bolonić do sada bio biran za potpredsjednika od svih aktualnih predsjednika TZ otoka Krka.

Svi članovi vijeća kao i predsjednik i potpredsjednik TZ otoka Krka funkcije obavljaju volonterski.

- Administrativni troškovi obuhvaćaju troškove za plaće djelatnika i materijalne troškove

- u 2025. godini /travanj 2025./ proveden je od strane Ministarstva turizma i sporta nadzor TZ otoka Krka

TURISTIČKA ZAJEDNICA OTOKA KRKA

Nositelj aktivnosti:	TZ OTOKA KRKA
Vanjski suradnici :	Lokalne samouprave, turističke zajednice,
Financiranje aktivnosti:	Proračun TZ otoka Krka, proračun lokalne samouprave i turističke zajednice
Administrativni troškovi ured TZ otoka Krka	120.230,00 €
Realizirani troškovi	118.054,97 €
Indeks realizacija/plan	98,19%
Vrijeme aktivnosti :	Kroz cijelu godinu

TZ otoka Krka

mr.sc. Majda Šale, direktorica