

Ein Schweizer als - Kroatienspezialist?

Es schreibt: **IRENA BERG**

Als eine in der Schweiz geborene Kroatin hatte ich trotz meiner perfekten Aussprache immer mit Vorurteilen zu kämpfen. Ich bin jedoch der Meinung, dass wir Kroaten uns nicht wesentlich von den Westeuropäern unterscheiden. Ausserdem finde ich es schade, dass ein wunderschönes Land wie Kroatien von den Schweizern noch so unentdeckt ist. Meine Vision ist es, den Schweizern Kroaten näher zu bringen und von einer Seite zu zeigen, die all ihre Vorurteile beseitigt. Natürlich ist das ein Tropfen auf den heissen Stein - was die Aufklärung betrifft. Aber ich bin überzeugt, dass wir es schaffen, unseren Ruf aufzubessern.

Inwieweit kann in diesem Zusammenhang die Tourismusbranche etwas beitragen? **Marco Wipfli** (33) ist Inhaber des Reisebüros *Unique Travel*, das er im Jahre 1995 gegründet hat. Drei Jahre später begann er sich intensiv mit Kroaten auseinander zu setzen. In der Branche ist er nun bekannt als - Kroatienspezialist. Grund genug, um ihm darüber einige Fragen zu stellen.

Herr Wipfli, es ist eher ungewöhnlich für einen Schweizer, gerade Kroatienspezialist zu sein. Was waren denn die Beweggründe?

Ich selbst war bis zu diesem Zeitpunkt auch nie in Kroatien gewesen. Mir ist aber als Reiseveranstalter aufgefallen, dass zwar die Nachfrage für Kroaten da ist, aber dass fast kein Angebot besteht. Da habe ich beschlossen, selbst ein Programm für Kroaten aufzubauen. Das war wirklich ein Pilotprojekt. Ich habe den ganzen Prospekt selbst geschrieben und gestaltet. Er war mehr provisorisch gedacht, da noch kein so grosses Budget vorhanden war. Ich wusste auch nicht, ob das Ganze überhaupt Anklang finden würde...

Unique Travel wurde nicht mit Kroaten in Verbindung gebracht und wir konnten damals auch keine Werbung machen. Somit kannten uns eigentlich nur Leute aus der Branche und wenige Privatkunden. Leider war damals auch eine politisch unruhige Zeit. Wir hatten letztes Jahr eine Aktion für Ostern in Dubrovnik, die grossen Anklang fand. Ich dachte wirklich, dass das ein Comeback sein würde. Doch

dann fingen die Unruhen im Kosovo an und fast alle Kunden haben daraufhin annulliert. Danach war die ganze Saison schlecht. Doch ich glaube an dieses Produkt und darum möchte ich Kroaten nächstes Jahr wirklich gross rausbringen.

Ist Ihr Bekanntheitsgrad als Kroatienspezialist in der Zwischenzeit gewachsen?

Bis jetzt nicht wesentlich. Wir haben aber für nächstes Jahr ein Werbebudget eingeplant. Das werden wir nutzen, um als Kroatienspezialisten auf uns aufmerksam zu machen. In der Branche haben wir uns den Markt bei den grossen Touroperatoren wie *Kuoni*, *Hotelplan* und *Reisebaumeister* schon gesichert. Ausserdem haben wir mit kroatischen Unternehmen in der Schweiz Kontakt aufgenommen. Es ist mir wichtig, dass uns auch die kroatische Kundschaft kennen lernt.



Marco Wipfli kennt die Schönheiten Kroatiens

Hatten Sie bis anhin keine kroatischen Kunden?

Leider nur selten. Nun, wir waren bei den Kroaten auch nicht besonders bekannt. Ich denke jedoch, dass auch eine sprachliche Barriere da war. Viele Kroaten der ersten Generation ziehen eine Beratung in ihrer Landessprache vor. Dazu kommt natürlich, dass die meisten Kroaten, die nach Kroatien reisen, kein Hotel oder Unterkunft benötigen. Sie be-