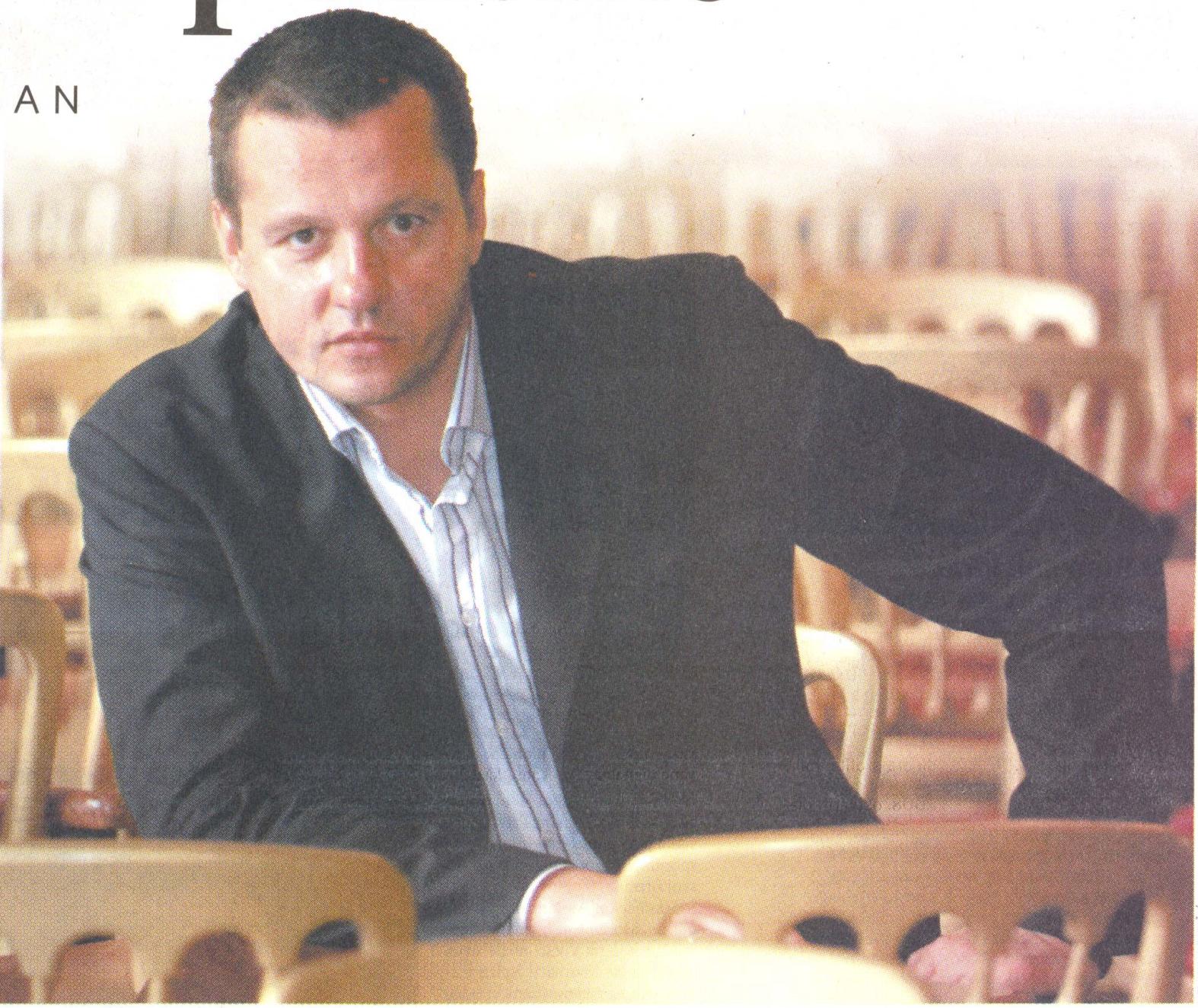


Tabloidi se isplate više od politike

ROBERT ČOBAN

vlasnik „Kolor pres grupe“

Moja kompanija izdaje 104 licencnih i domaćih magazina i ima godišnji obrt od 20 miliona evra, a uskoro planiramo da licenciramo „Lepotu i zdravlje“ u Rusiji i bivšim sovjetskim republikama



Tanja Janković
tanja.jankovic@biznisnovine.com

Robert Čoban, vlasnik „Kolor pres grupe“, koja izdaje 104 licencnih i domaćih magazina i ima godišnji obrt od 20 miliona evra, kaže u intervjuu za Biznis da uskoro planira da licencira „Lepotu i zdravlje“ u Rusiji i bivšim sovjetskim republikama, a ostala izdanja da plasira na albansko i makedonsko tržiste, jer su oni „gladni štampanih medija“.

- Budućnost vidim i u internet portalima, jer Evropa u tom smislu mnogo zaostaje za Amerikom, a onlajn izdanja će uskoro biti prava revolucija - kaže srpski kralj „lajfstajl“ magazina.

Bili ste novinar, a sad ste vlasnik jedne od najvećih izdavačkih medijskih kompanija na prostoru bivše Jugoslavije?

- Jedan sam od retkih vlasnika medija u zemljama koji je i novinar. Počeo sam kao dopisnik „Večernih novosti“, pisao sam i za zagrebačku „Arenu“, sarajevske „Naše dane“, „Star“, da bi 1992. sa kolegama pokrenuo studentski list „Indeks“, koji su posle dva broja ukinuli zbog intervjuja sa Zoranom Đindjićem, Slavenkom Drakulićem, Nikolom Koljevićem. Tada smo kolektivno prešli u Nezavisno društvo novinara kod Mileta Isakova. Međutim, i tu smo imali problema. „Ne može intervju sa Arkanom, sa Šešeljem, Klarom Mandićem“. Smatramo sam da ne sme da postoji pritisak na novinare i urednike, pa sam sa kolegama iz „Indeksa“ u najluđe vreme hiperinflacije i rata pokrenuo „Svet“, pored koga smo prodavali i „Dugu“ i „Vreme“. Čim ili prodamo, na ulici kupimo marke, a faktura za štampu nam je stizala posle 15 dana i zbog inflacije bila jedan pfenig. Tako smo opstajali. Onda je došao moj put u Ameriku i to je bila prelomna faza. Tamo sam shvatio da je isplativije biti izdavač novina zabavnog žanra, vratio se u Srbiju i pokrenuo prvi tabloid kod nas.

Koliko se svetski tabloidi razlikuju od naših?

- Tabloidi su svuda u svetu manje-više isti, samo što su američke zvezde mnogo bogatije i moćnije od naših, a ima ih i mnogo više. Kod nas ima svega četiri-pet pravih zvezdi. Struktura novina u smislu paparaco, fotografije, ekskluzivnih intervju ili atraktivnog preloma je potpuno ista. Skupo se plaćaju ekskluzive. „Helou“ je platio dva miliona dolara Andželinu Džoli za slike njene čerke Šajlo kad se rodila.

Kako uspevate da se izborite sa takom konkurenjom?

- Kod nas je tranzicija počela deset godina kasnije i Srbija je bila jedina istočnoevropska zemlja u kojoj strane kompanije nisu „pomele“ domaće medijsko tržiste. Za tih deset godina kašnjenja za Mađarskom, Češkom, Slovačkom, razvili smo infrastrukturu, i kod nas i u svim ostalim bivšim jugoslovenskim republikama učvrstili pozicije i spremni dočekali konkureniju.

Kako ste prihvaćeni u bivšoj SFRJ?

- U Bosni, Makedoniji i Albaniji imamo svoje firme koje veoma dobro posluju, dok smo u Hrvatskoj i Sloveniji osnovali „džoint venčer“ kompanije sa lokalnim partnerima. Ne zato što nas tržiste ne bi prihvatiло, već zato što je tamo prilično popunjeno. U BiH tržiste je „gladno“ magazina. „Lepota i zdravlje“ je tamo izazvalo revoluciju. Bosansko izdanje ima tiraž 50 strana oglasa. U ekspanzi-

ji je i albansko tržiste, gde smo za početak plasirali nemačku „Burdu“. Osnova je na nemačkom, a dodatak za krojenje na albanskom. Albanska nacija je u ekspanziji i za 15 godina biće najveće tržiste u regionu, pa i šire. Na albansko tržiste namjeravamo da plasiramo italijansku „Graciju“.

Na čemu najviše zarađujete?

- „Svet“ i dalje ima najveći tiraž i donosi najveći profit. U Srbiji, Bosni, Crnoj Gori i Makedoniji prodaje se ukupno u oko 250.000 primeraka. „Svet“ je limitiran što se tiče oglasa. Prvi put je u njega sad ušao ožbiljan oglašivač kakav je „Garnije“. Kad je reč o oglasima, najveći profit imam od „Lepote i zdravlja“. U ovom časopisu od 120 strana na 50 su oglasi. Plaćamo da na sajmu licenci u Moskvi izađemo sa „Lepotom i zdravljem“ kao internacionalnog brendom, koji bismo prodavali na tržistima istočne Evrope i Azije, jer mislim da možemo da ponudimo kvalitetan materijal za manji novac za slično zapadno izdanje.

Kažu da se novine isplate samo uz štampariju. Kako to da dosad niste kupili neku od državnih štamparija koje su prodavane budžeto?

- Nisam kupio, ali sam napravio! Jedna smo od retkih firmi koja nije ništa privatizovala, sve smo radili grifild. Sada smo uzeli kredit i pravimo kompanijsku zgradu. Štampariju smo napravili bez kredita, od naših sredstava. Štamparija za magazine u tiražima u kojima je nama potrebno,

Šta se više isplati, kupiti licencu ili pokrenuti sopstveni magazin?

- Zavisi. Posle „Sveta“, koji je klasični tabloid, pokrenuli smo „Lepotu i zdravlje“ i to je danas jedan od najvećih medijskih brendova u celom regionu i magazin koji nam donosi najveći profit. Licencni magazini se isplate, ali su licence veoma skupe. Za „Helou“ plaćamo 120.000 evra godišnje. Međutim, kupovinom licence imamo i treninge i učenje od njih, tako da smo kao kompanija spremni da uđemo u Evropsku uniju već sutra. To je bilo presudno u borbi sa stranim kompanijama kao što su „Vac“, „Burda“, „Sanoma“...

Štamparija za magazine u tiražima u kojima je nama potrebno, sa svim elementima, investicija je od oko deset miliona evra

sa svim elementima, binder za lepljenje, sekacima i heftalicom je investicija od oko deset miliona evra. Još nam 30 odsto izdanja štampa „Roto grafika“, ali ćemo uskoro da štampono sami. Mogli smo da kupimo postojeće štamparije, ali su mašine stare, bilo je mnogo radnika i socijalnih komplikacija u koje nismo hteli da ulazimo. Pošto ništa nismo stvarali preko noći, hteli smo prvo da napravimo ono što će štamparija raditi.

Da li imate dovoljno ljudskih resursa?

- Imamo problem sa kadrovima, jer u načinu na koji mi radimo sve je novo, a i većina kvalitetnih novinara je devedeset godina, kada su plate bile mizerne, napustila novinarstvo. Kriza je ne samo sa kvalitetnim novinarama, već i sa prelrama, fotografima, urednicima, menadžerima... U početku je naša prednost bila ta što je sedište kompanije bilo u Novom Sadu. Nije postojala druga izdavačka kuća koja kaže „kupiću tvog glavnog urednika za veće pare“. Ulaskom stranih kompanija stvari su se promenile. Sad nema glavnog ili izvršnog urednika koji rade „lajfstajl“, a da nisu bili u našoj kompaniji. Sad smo u okviru kompanije pokrenuli novinarsku školu. Obučavamo ljudi za rad na način na kojem će oni nama trebati. Na većini fakulteta novinarstvo se uči kao da će svi sutra raditi u Beti ili Tanjugu.

Prosečna plata u vašoj kompaniji?

- Ako računate portira i spremaćicu i top menadžera, između 500 i 600 evra neto. Uredničke plate su od 800 do 2.000

evra, a najbolje zarade imaju marketing agenti, koji pored plate imaju i procenat.

Vlasnik ste uspešne kompanije. Sledi pitanje logično za naše podneblje - ko stoji iza vas?

- Da li je moguće da ostavljam utisak da nisam sposoban da sam napravim ozbiljan biznis, a onda sam uhvatio sebe da postavljam isto pitanje kada je o nekim drugim ljudima reč. Podatak o kapitalu kompanije se nalazi na sajtu Agencije za privredne registre i može se proveriti, a svoj biznis sam razvijao korak po korak i iza svega što imam stojeći rad. Znam da se pričalo svašta, od toga da iza nas стоји Arkan, pa da nas je napravio Soroš, da nas plaćaju Amerikanici... Tvrdim da sam sve napravio sam.

Koju su vam naredni poduhvati?

- Već imamo dogovor sa jednom marketinškom agencijom da štampono korporacijske listove koje su sve veće internacionalne kompanije pokrenule. Što se novih časopisa tiče, srpsko tržiste ne može da apsorbuje još mnogo magazina. Neke novine koje su bile dvodeljne prebacivene na nedeljnu izdanja, a mesečne da dvodeljne, nove nećemo da pokrećemo. Za sada ne planiramo da prodajemo deo vlasništva ili da puštamo akcije na berzu, što ne znači da za tri ili pet godina to nećemo uraditi.

U regionu ćemo se fokusirati na Makedoniju, jer žudi za magazinima. Tamo samo četiri odsto medija otpada na tzv. print. Imaju lokalna predstavništva velikih brendova, a nemaju to gde da oglase, osim na televizijama ili bilbordima, i tu vidim šansu za odličnu zaradu. Planiram i da se fokusiram na internet izdanja, onlajn i portale. Internet izdanja nisu zastupljena u Evropi kao u Americi. Novinarsko izdanje američkog „Voga“ imalo je 727 strana oglasa i prvi put nije ušlo u poštansko sanduće. Od toga su dve trećine dogovorene u paketu sa internet izdanjem. Tamo 80 odsto porodica koristi internet. Evropa je još daleko od tog procenta, a o Srbiji da i ne govorimo.