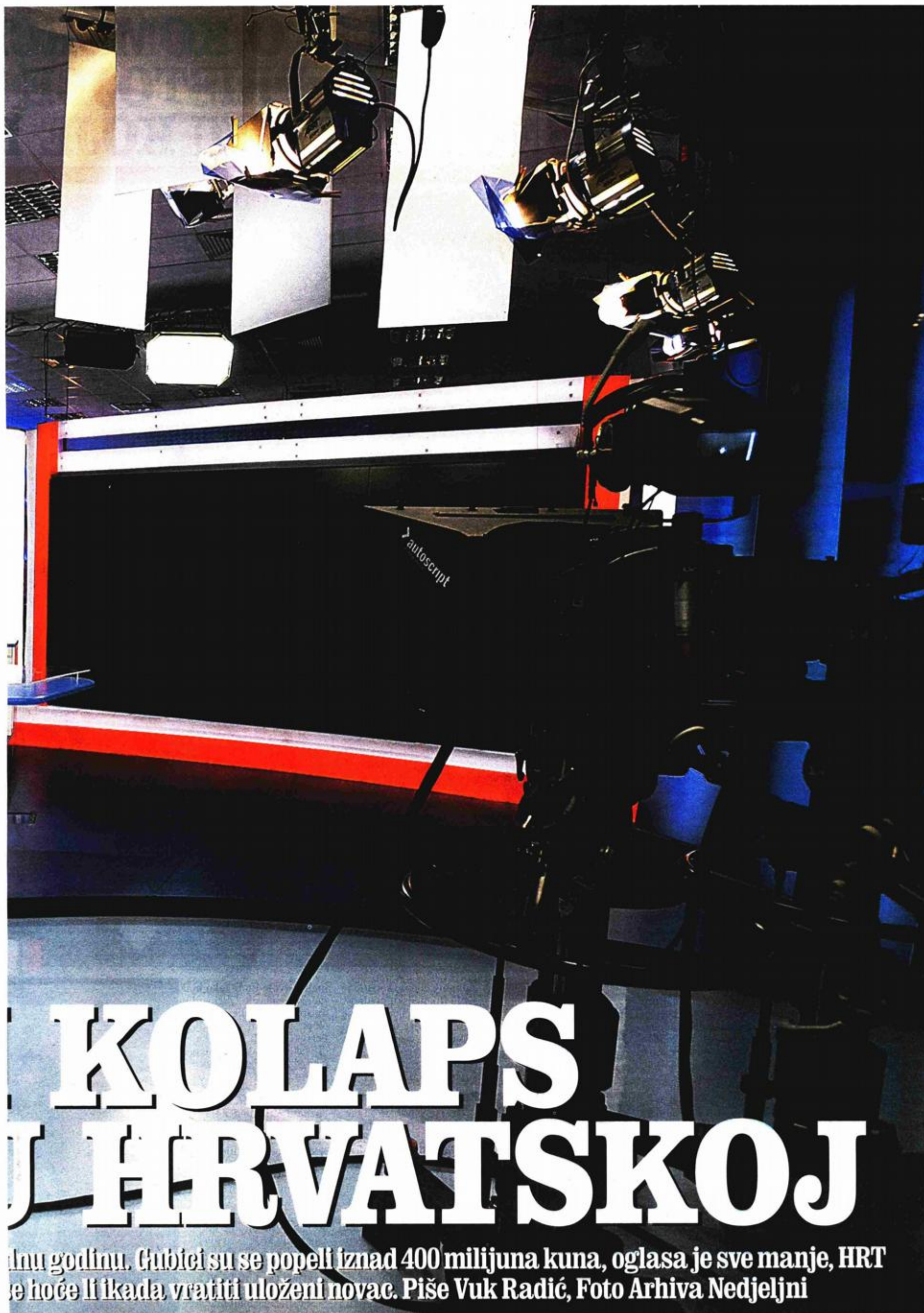


# POTPUNO TELEVIZIJE U

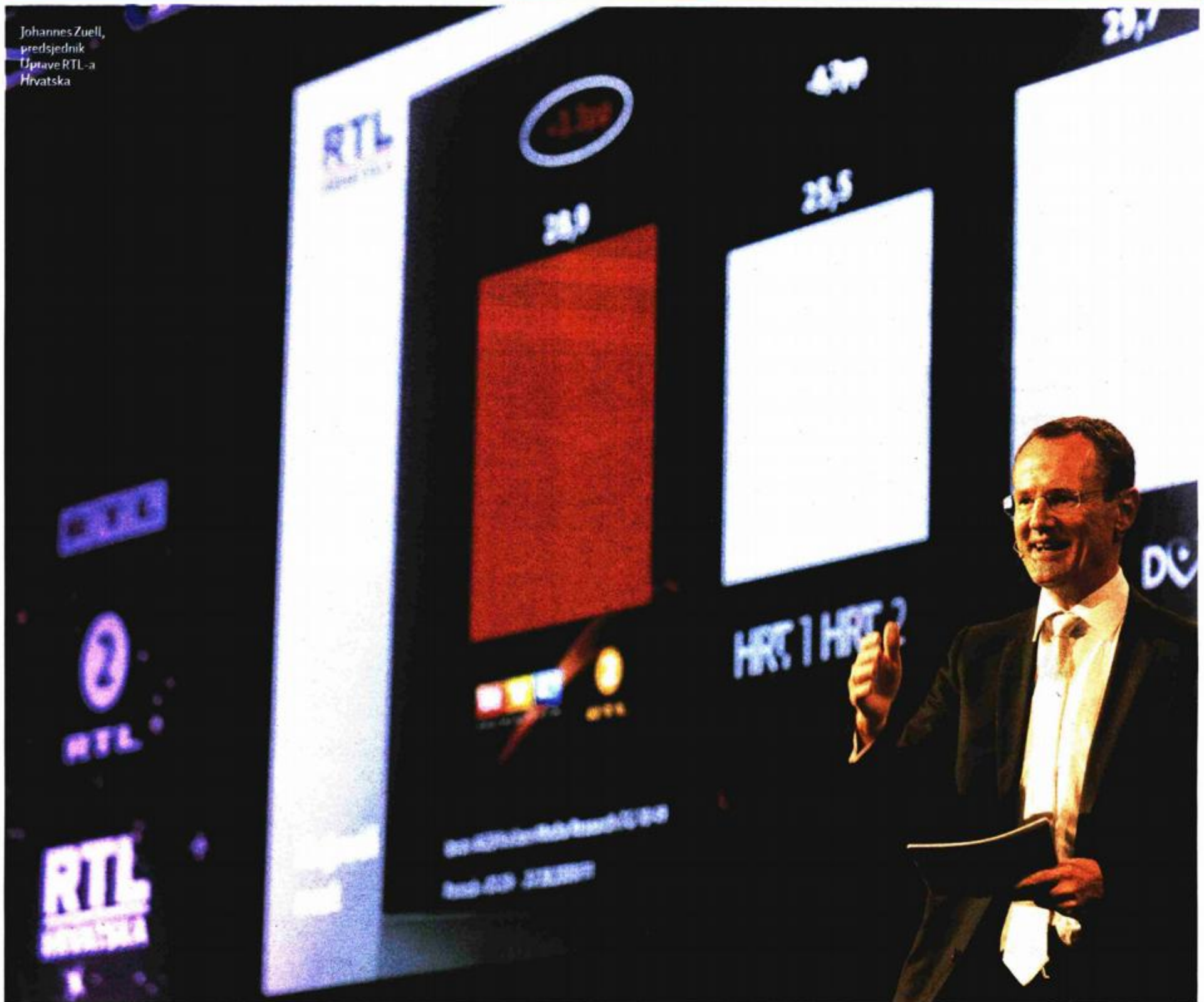
Tri najveće nacionalne televizije objavile su porazne poslovne rezultate za prethodnu godinu. Hrvatska televizija se nalazi u nepravednoj poziciji, a vlasnici komercijalnih televizija pitaju...



# KOLAPS U HRVATSKOJ

...inu godinu. Gubici su se popeli iznad 400 milijuna kuna, oglasa je sve manje, HRT  
...e hoće li ikada vratiti uloženi novac. Piše Vuk Radić, Foto Arhiva Nedjeljni

# NAJVEĆI JE PROBLEM ŠTO KOMERCIJALNA TELEVIZIJE NE ZIVE OD PRISTOJBE SAMO O OGLASNOM TRŽISTU KOJE I



Johannes Zuell,  
predsjednik  
Uprave RTL-a  
Hrvatska

**T**elevizija propada. Propadaju već godinama, na tržištu koje je do kraja definirano dugogodišnjom eksploatacijom različitih beneficija državne televizije i borbom za život dviju nacionalnih komercijalnih televizija. Godinama je tržištem dominirao HRT, koji se uvijek mogao osloniti na činjenicu da je već prvog dana nove godine siguran da će mu na računu godišnje biti zagarantirano oko milijardu kuna prihoda od pristojbe. Tako su mogli diktirati cijene oglasa cijelom tržištu. Sada su u ozbiljnom problemu i prijete im kolaps. Postavlja se pitanje hoće li uopće preživjeti sljedeću godinu. Šefovi televizija, uvjeravaju nas, imaju plan.

Ovo je bila posebno teška godina za medije. Pogotovo

za televiziju. Najprije je cijelo tržište na nacionalnim televizijama palo 3,6 posto u 2011. godini, na 92 milijuna eura, u odnosu na godinu prije. A ova godina bit će još gora. Umjesto laganog pada, očekuje se strmoglavo poniranje od 11 posto, odnosno desetak milijuna eura, pa će ove godine jedva prevaliti 80 milijuna eura. Toga su dobro svjesni i na svim nacionalnim televizijama, a pogotovo je toga svjestan Goran Radman, novoizabrani ravnatelj HRT-a.

#### Cijene oglasa

Upravo je on osoba o kojoj ovisi preživljavanje cijelog tržišta. Iako HRT drži najmanji postotak oglašivačkog tržišta, trenutno ima najveću moć da promijeni situaciju na nacionalnim televizijama. 2009. godine,

**Velika su prijetnja i IPTV servisi koje ima 40% kućanstava. Još uvijek ne postoji tržište oglasa**

usprkos i tadašnjem padu oglašavanja, HRT je uprihodio 1,5 milijardi kuna, od kojih je pretplata činila 1,2 milijarde kuna, a marketing 300 milijuna. Godinu dana poslije izgubili su 300 milijuna kuna nakon što je Sabor snizio cijenu pristojbe za 25 posto, na 60 kuna. Tada je već bilo prekasno. HRT je, naime, godinama optuživan za

damping cijena; koristio je svoju financijsku prednost za snižavanje cijene oglašne minute, što se nepovoljno odrazilo i na cijenu oglasa u drugim medijima, od tiskanih izdanja, preko radija, pa do interneta.

#### Komercijalna televizija

Otkako je izabran za ravnatelja HRT-a, Radman, otkrivaju nam njegovi bliski suradnici, intenzivno radi na novom planu za najveću televiziju u Hrvatskoj. Na HRT-u trenutno radi gotovo 3500 ljudi, što je nevideno na europskoj razini. Veće zemlje, s većim nacionalnim televizijama, zapošljavaju daleko manje ljudi. HRT zapravo nikada nije doživio veliku transformaciju, još od socijalističkih dana. Dok njihova komercijalna konkurencija na teren šalje maksi-

malno dvoje ljudi kako bi zadržala efikasnost, državni mastodont i dalje koristi ekipe od pet ili šest ljudi. Potresale su ih i sitne kadrovske afere. Na primjer, iako održavaju dopisništva u gotovo svim hrvatskim gradovima, i dalje ekipe iz Zagreba šalju na teren. Ili dobro poznata činjenica, koja je potvrđena u prošlogodišnjem velikom istraživanju Nedjeljnog Jutarnjeg, da scenski radnici HRT-a tijekom radnog vremena izrađuju namještaj po narudžbi koji zatim prodaju. Čak je i ministar financija Slavko Linić otvorio pitanje broja zaposlenih kada je u emisiji *Otvoreno* rekao: "Trebali vas toliko na televiziji? Ne treba. Sigurno vas ne treba. Vi to dobro znate."

Slično je reagirao i Branko Vukšić, predsjednik sabor-





# LJALNE I OVISE PADA

skog Odbora za informiranje i medije. "Na HRT-u ne postoji višak talentiranih novinara i talentiranih urednika, ali tamo je brdo ljudi koji apsolutno ništa ne rade i za to dobivaju jako dobre plaće.

Zato sam i tražio strukturu zaposlenih, ali uporno se oglašuju i čini mi se da ni oni sami to ne znaju. Da tih 3500 ljudi radi dobar program, to bi bilo sjajano. Ali HRT je umjesto javnog servisa zapravo treća komercijalna televizija u Hrvatskoj. Uništili su dramski, obrazovni i informativni program i jedino čime se stvarno bave jesu klanovske borbe usred kojih ispaštaju dobri novinari i urednici", objasnio je Vukšić početkom ove godine.

## Potpuna katastrofa

Pred Radmanom je sada velika zadaća. Mora smanjiti broj ljudi na najvećoj televiziji. Njegovi najbliži suradnici uvjereni su da će povući najpametniji potez - povisiti cijenu oglasa na HRT-u. Tako će prekinuti dugu tradiciju damping cijena i omogućiti da isto učine RTL i Nova, koji su se do sada morali boriti da bi održali konkurentnost. I dok jedni pozdravljaju takav potez novog ravnatelja, drugi su zabrinuti da će to biti dodatni udar na već oslabljeno marketinško tržište koje je u konstantnom padu. Jednostavno su u strahu da će s višim cijenama rezultati ostati isti, jer će biti manji broj zakupljenih oglasa.

"2012. godina općenito je bila teška za medije, pa tako i za televiziju. Prema našim procjenama, tržište je ove godine palo za oko 10 posto", izjavio je ovih dana Johannes Zuell, predsjednik Uprave RTL Hrvatska. Istaknuo je da je još jedan od problema i gubitak licenci za emitiranje pojedinih kuća, zbog nedostatka novca. Financijski rezultati sa svih velikih televizija ne odaju nikakvu nadu da će se situacija sama od sebe promijeniti.

RTL je 2011. godinu završio s gubitkom od 6 milijuna eura. Oglašavanje im je palo za 1,7 posto u odnosu na godinu ranije, pa je iznosilo 280 milijuna kuna. 2012. nije ništa bolja. U prvih šest mjeseci, izjavio je Zuell, prihod im je pao za nevjerojatnih 17 posto, pa su izgubili

dodatnih 30 milijuna kuna. Na HRT-u situacija nije ništa bolja. Prihodovali su 1,4 milijarde kuna, a oglašavanje im je palo na nešto više od 15 milijuna kuna, gotovo 50 milijuna manje nego godinu prije. A ove godine očekuje se još veća katastrofa - pad od 17 posto i iznos od samo 130 milijuna kuna. Što je neusporedivo s iznosom od 300 milijuna kuna od prije nekoliko godina, pogotovo uzimajući u obzir da HRT najmanje upriliči baš od oglasa.

No na HRT-u objašnjavaju kako je taj pad prihoda od oglašavanja uzrokovan novim zakonom po kojemu je HRT morao ograničiti emitiranje oglasa na četiri minute po satu emitiranja, a nije dopušteno ni oglašavanje na kanalima HRT 3 i 4. Na HRT-u im je jasno da će ukupno tržište padati, i to od 10 do 15 posto sljedeće godine, no nisu pretjerano zabrinuti.

Upravo zbog državnog zagarantiranog prihoda od gotovo milijardu kuna. Financiranje HRT-a bi se, uostalom, moglo i radikalno promijeniti u sljedećih godinu dana. Javnost je potresao prijedlog medijske strategije koji je nedavno iscurio, a predlaže radikalno restrukturiranje načina na koji se financira javna televizija. Osim što se u svojoj strategiji zalaže za razne radikalne ideje oko javnih medija, njezin autor Milan F. Živković predlaže i uvođenje poreza na televiziju. Do sada se televizijska pretplata plaćala ako ste posjedovali TV ili radijski prijemnik, a novim sustavom bila bi uvjetovana vašim životom u Hrvatskoj. Tako bi svaki građanin morao izdvajati novac za financiranje javne televizije, ali bi se ta svota, navodno, prilagođavala imovinskom stanju.

Poslovni rezultati Nove TV nisu javno dostupni i ne žele ih otvoreno komentirati, no vrlo se lako iščitaju iz financijskih dokumenata koje moraju predavati Fini. Nova je tako u 2011. ostvarila nešto više od 340 milijuna kuna prihoda, pad od tri posto u odnosu na 2010. No financijski izvještaj krovne kompanije Nove TV, Central European Media Enterprises, govori da je Nova podigla prihode od oglasa za 15 posto u prošloj godini. Što nisu

uspjeli ponoviti u prvih devet mjeseci ove godine, kad su ostvarili samo 211 milijuna kuna i ponovni pad od pet posto. U izvješću za treće tromjesečje 2012. CME je objavio da nije postigao željene rezultate, a za to krive lošu ekonomsku situaciju i recesiju. Spekulira se i o prodaji Nove TV (što uključuje Novu TV, Doma TV, Mini TV i kanal Nova World).

## pozicija na tržištu

"Svjesni smo da ćemo i u idućem tromjesečju bilježiti pad na tržištu oglašavanja. Stoga ćemo udjele u gledanosti morati održavati uz manje troškove. Razma-

televizija prezentira svoje brojke, ali struktura je vrlo jasna. Vodeća televizija na oglašivačkom tržištu je Nova TV, tijesno je prati RTL, a na samom kraju je HRT. Prema podacima Media.Neta, agencije za analizu medijskog tržišta, prema broju oglasa od 2010. do 2012. Nova TV drži 45 posto udjela, RTL 33 posto, a HRT 21 posto.

Ovakva je tržišna pozicija poremetila tržište, što se odražava i na udjelu oglašavanja na televiziji u odnosu na druge medije, kao i na poslovne rezultate tri najveće televizije u posljednjih pet godina. Ako pogledamo njihove bruto dobiti na kra-

183 milijuna kuna minusa i od tada minusi broje u 98,63, 52 i 23 milijuna kuna. Iako se trenutno nalaze u vlasništvu multinacionalne kompanije čiji je 40-postotni vlasnik američki Time Warner, nikako ne uspijevaju svoje poslovanje uskladiti s poslovanjem cijele grupe. Možda su upravo baš zato tako česte glasine o prodaji.

## Regionalni kanali

Televizije trenutno ubiru najveći dio marketinškog tržišta, pa je pad oglašavanja i očekivan, s obzirom na pad cijelog marketinškog tržišta. Problemi nastaju u trenutku kada televizije, i to konkretno RTL i Nova, pomisle da su im marketing i prodaja reklama jedini spas.

Čak i kada bi HRT podigao cijene prvi i tako omogućio preživljavanje svoje konkurencije, a i bolje poslovanje za sebe, još uvijek postoje ozbiljne prijetnje. Poput jačanja regionalnih kanala, mogućnosti da se u svakom trenutku liberalizira vrlo zatvoreno tržište kojem pristup imaju tek rijetki i, najvažnije, potpune penetracije alternativnih distribucijskih platformi.

Posljednjih godina eksplodirao je broj korisnika kabela i IPTV televizije, pa tako sad više od 40 posto kućanstava u Hrvatskoj tako gleda televiziju. A mogućnosti na novim platformama su bezgranične, od malih specijaliziranih kanala, do potencijalno nacionalnih kanala kojima neće trebati dozvola države. ●

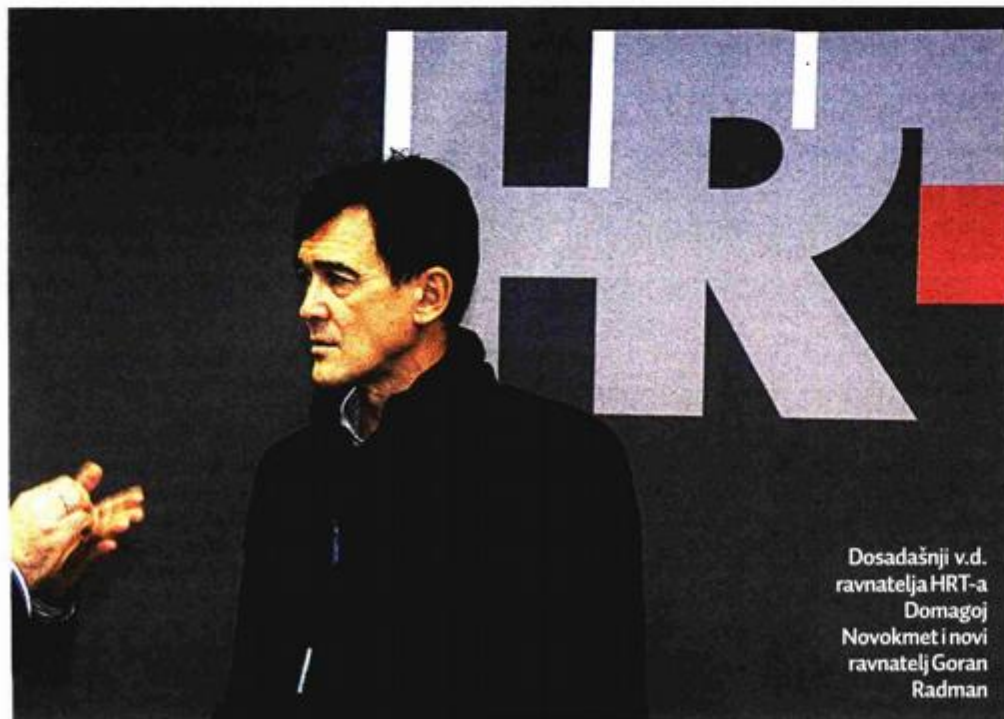
## HRT je zbog viška ljudi kritizirao i Slavko Linić: 'Trebalo bi vas toliko na televiziji? Ne treba. Sigurno ne treba. Vi to dobro znate!'

tramo još nekoliko mogućnosti koje uključuju i prodaju profitnih jedinica, no još je prerano reći hoće li se taj plan i provesti", pisao je nedavno Večernji list. Pojavile su se i glasine da CME razmatra mogućnost da ponudi u paketu slovenske (Pop TV, Kanal A) i hrvatske TV kanale na prodaju po cijeni od gotovo 200 milijuna dolara.

Čak i kad znamo financijska poslovanja velikih hrvatskih televizija u nedostatku objektivnih rezultata, još uvijek je nemoguće zaključiti tko je vodeći. Svaka

ju godine, RTL je 2007. godinu završio u plusu 9 milijuna kuna, pa je plus sljedeće godine pao na 500 tisuća kuna, a od 2009. godine bilježe gubitke, i to od 37,32 i 6,5 milijuna kuna.

Na HRT-u je situacija još gora s obzirom na to da je 2007. zabilježena dobit od 5,6 milijuna kuna, sljedeće godine 4 milijuna kuna, a potom slijedi oštri pad i gubitak od 105 milijuna kuna 2009. godine i gubici od 16 i 26 iduće dvije godine. Najgore je, uvjerljivo, na Novoj TV. Oni su 2007. zabilježili čak



Dosadašnji v.d. ravnatelja HRT-a Domagoj Novokmet i novi ravnatelj Goran Radman