

# GLOBUS

## Tržište

Danas vodeći politički tjednik / lifestyle magazin pokrenula je skupina uglednih hrvatskih novinara 1990, u trenutku kad se zemlja nalazila pred jednom od najdramatičnijih prekretnica u posljednjih pedesetak godina: pad Berlinskog zida pokrenuo je lavinu koja je redom rušila komunističke bastione i mijenjala vladajuću ideologiju u zemljama istočne i srednje Europe, da bi se posebno snažno, ojačana stalno tinjajućim međunacionalnim netrpeljivostima koje će eskalirati u višegodišnji ratni sukob, zaustavila u Hrvatskoj, od tada jednog od federalnih jedinica države u kojoj je na djelu bio tzv. meki socijalizam. Glavna namjera te skupine medijskih vizionara bila je stvoriti neovisne i komercijalne novine, i to u trenutku kada je trebalo promovirati ne samo slobodu tiska i govora nego i novi, demokratski način života uopće. Pojava Globusa na dotad strogo kontroliranom tržištu bila je potpuna i pozitivna novost - i kada se radi o plasmanu informacija i otkrivanju društvenih istina, i kada je riječ o zaoštavanju odgovornosti novih/starih političkih elita prema građanima.

Globus je, kao ishodište Europapress holdinga, danas jednog od najvećih i najpropulzivnijih izdavača u široj regiji, bitno pridonio razvoju privatnog izdavaštva u Hrvatskoj, ali i razvoju medijskog tržišta, pa i tržišta općenito. Ne gubeći kroz više od desetljeća i pol poziciju naj(od)važnijeg i najreferentnijeg političkog / lifestyle magazina, Globus prvo mjesto konstantno potvrđuje i uspjehom na tržištu gdje, s preko 100 milijuna dosad prodanih primjeraka, u svom segmentu i u odnosu na sveukupnu konkurenciju, vlada gotovo punom polovicom. Uspoređuje li se s prvim konkurentom, Globus se može podičiti podatkom da u prosjeku ima čak 17 % tržišnog udjela više. Slikovitije rečeno, svaki osmi građanin Hrvatske, države s 4,5 milijuna stanovnika koju tek dovršetak uznapredovalih pregovora dijeli od punopravnog članstva u Europskoj Uniji, čita Globus!

## Dostignuća

Preobrazujući se tijekom tranzicijskog razdoblja iz prvih neovisnih, komercijalnih novina koje su postavile standarde ozbiljnog, istraživačkog i vjerodostojnog političkog novinarstva u multitematski, lifestyle magazin koji u najširem smislu oblikuje razmišljanja i stavove javnosti te

posve uvažava potrebu čitatelja za zabavom i užitkom, Globus se ni u jednom trenutku ne ustručava detektirati i dubinski analizirati društvene istine, ma kako neugodne bile i tko god stajao iza njih. Utemeljen s imperativom vjerodostojnosti i vođen kriterijima vrhunskog žurnalističkog profesionalizma, Globus od početka okuplja najvrsnije - premda svjetonazorno i generacijski posve različite! - autore, urednike, novinare, kolumniste, analitičare i sintetizatore društvene zbilje.

Uostalom, moći, htjeti i znati promišljati drugačije, i to u svim vremenima i u svim okolnostima, Globusovo je ne samo trajno opredjeljenje nego i postignuće koje s ponosom, jednakom odlučnošću i neiscrpnom voljom svakoga tjedna ugrađuje u temelje demokratski sve stabilnijega te ekonomski i socijalno sve razvijenijega društva.

## Povijest

Prvi broj prvoga neovisnog tjednika, čije se uredništvo u prvom redu namjeravalo baviti relevantnim i važnim svjetskim temama, izišao je 14. prosinca 1990. u formatu velikih dnevnih novina, na novinskom papiru, u trobojnom tisku i u nakladi od 150.000 primjeraka. Nakon nekoliko brojeva format Globusa je prepolovljen, a oštar uredničko-tematski zaokret prema domaćoj stvarnosti rezultat je zaoštavanja zbilje u Hrvatskoj, odnosno razbuktavanja ratnih sukoba među domicilnim stanovništvom i u najbližem susjedstvu. Do kraja 1991, prve godine rata, Globus postaje najtiražniji politički tjednik u tek proglašenoj Republici Hrvatskoj, ali i intelektualna jezgra hrvatskog žurnalizma, iz koje će se već 1994. razviti regionalno snažna medijska kuća, Europapress holding (EPH).

Jedna od najvažnijih Globusovih mijena zbila se



u travnju 1997., kada se počinje tiskati u boji i izlaziti u promijenjenom formatu koji se zadržao do danas. Kroz Globusovu su redakciju prošle, ili se u njoj zadržale i danas, vodeće perjanice domaćeg medijskog prostora: uz utemeljitelje Ninoslava Pavića (danas predsjednika Uprave EPH-a), Denisa Kuljiša, Ratka Boškovića, Nenada Polimca, Renea Bakalovića i Zdravka Juraka, od prvoga su broja u oblikovanju tjednika sudjelovali Marko Grčić i Mladen Klemenčić, a ubrzo im se pridružila i prva dama oštra pera, kolumnistica Tanja Torbarina kao i Davor Butković. Danas tim mladih, visokoprofesionalnih i podjednako odvažnih entuzijasta predvodi glavni urednik Igor Alborghetti.

## Proizvod

Unatoč svim mijenama i konstantnim prilagodbama potrebama i željama svojih čitatelja Globusovo je osnovno konceptijsko usmjerenje promišljen omjer i sinteza tzv. čiste politike, pri čemu se pokrivaju njezine institucije i istaknuti akteri, ali i njezin utjecaj na poslovnu sferu, te tzv. površinska očitovanja javnoga života, kojima se nikada ne prilazi površno. Globus na izravan, vrlo često i provokativan način analizira hrvatsku političku,



kulturnu i gospodarsku stvarnost i to iznad same razine informacije: prvenstveno se bavi razotkrivanjem pozadine i prave istine o ljudima, stvarima, procesima i pojavama. Kako stabiliziranje političke i ekonomske situacije u Hrvatskoj napreduje, a državni se život sve više i sve brže kompatibilizira s modernim svjetskim kriterijima Globus čitateljima prenosi aktualne globalne trendove te nudi sadržaje i teme od osobnog i pojedinačnog značenja, vezane uza sve ono što se u najširem smislu definira kao *lifestyle*, a što je oduvijek među medijski najzanimljivijim i najčitkijim aspektima života u stabilnim i bogatim zapadnim demokracijama. I koliko je kao politički tjednik oštar, beskompromisan i hrabar, toliko je u *lifestyle* dijelu aktualan, prilagodljiv i do kraja otvoren, kako prema različitim sferama društva, tako i prema svim socijalnim kategorijama stanovništva. Globus svakoga tjedna na gotovo 150 stranica već sedamnaestu godinu bez dogmatizma i lažnog elitizma dubinski sondira i na sveobuhvatan način mjeri puls nacije.

### Nedavni razvoj

Okretanje i prema nepolitičkim, širim društvenim temama, Globus je prije koju godinu obilježio i pokretanjem serije Specijalnih priloga, posebnih (a u novinarskom i uredničkom smislu gotovo potpuno autonomnih!) tematskih cjelina koje su bile apsolutna novost na domaćem medijskom prostoru. Razlog pokretanja Specijalnih priloga želja je Globusa da se svakom dijelu čitateljstva, (pa i onom najmlađem!), ponude sadržajno i vizualno atraktivni, a istodobno vjerodostojni i praktični vodiči kroz kompletnu ponudu na tržištu proizvoda i usluga diljem Hrvatske. Kroz te priloge - tematski razvrstane i nazvane *Lyfestyle*, *Gastro*, *Turizam*, *Info*, *Automobili*, *Građevina*, *Interijeri*... - čitateljima se predstavljaju novosti i nude odgovori na pitanja koja ih svakodnevno muče: kako dobiti najpovoljniji kredit, sagraditi ili prodati kuću, kupiti stan ili automobil, koji mobitel, monitor ili televizor nabaviti, gdje ljetovati, izlaziti, objedovati, kako dobro izgledati, izbjeći stres, ostati zdrav, kojim se sportom baviti, što je kvalitetno a što nije, u što uložiti a što izbjeći.

U drugome smjeru Globus se intenzivnije okreće prema ekonomskim i gospodarskim pitanjima te, nakon razrješavanja niza afera i repova uglavnom iz razdoblja kontraverzne tajkunizacije, počinje pomno pratiti i analizirati trendove hrvatskog i regionalnog gospodarstva, sugerirajući ponajbolje svjetske uzore te predviđajući i upozoravajući na opasnosti, stranputice i moguće krahove. Kao krunu svojih gospodarskih sadržajno-tematskih istraživanja, Globus svake godine u prosincu objavljuje posebno izdanje

Business report, u kojem se vjerodostojno i potkrepljeno konkretnim financijskim pokazateljima evaluiraju i valoriziraju najvažnije kompanije, pothvati i sudionici hrvatske poslovne i gospodarske scene.

### Promocija

Sa svojim visokim nakladama (u prosjeku 500.000 čitatelja tjedno) i utjecajem koji je stvorio, Globus konstantno pomiče standarde informiranja, ne samo sadržajnom nego i promotivno-marketinškom koncepcijom. Potvrđujući svoju poziciju nositelja i pokretača važnih i naprednih društvenih inicijativa, Globus je pokrenuo IDEJU, natječaj za najbolje poduzetničke projekte na nacionalnoj razini.

Natječaj je privukao veliku pozornost najznačajnijih poslovnih partnera i pokrovitelja (Adris, HRT, Podravka, Siemens, T-Mobile, Zagrebačka banka...) te cijeloga poslovnog sektora, ali i stvorio pozitivno poduzetničko ozračje i optimizam u najširoj javnosti. Osnovni cilj IDEJE, koja je dobila veliku podršku Vlade Republike Hrvatske, jest ne samo predstaviti i promovirati najlucidnije i najkreativnije - postojeće i potencijalne! - poduzetnike u državi nego im pružiti i osigurati stvarnu, konkretnu pomoć i logistiku u pokretanju i realizaciji vrijednih zamisli i projekata.





**natječaj**  
za najbolje  
poduzetničke  
projekte

# Hrvatska, poduzetnički inkubator!

Tko ima najviše genijalaca po glavi stanovnika?  
 Tko kaže da Hrvati nisu nadareni za biznis?  
 Što smo sve spremni učiniti da bi zaradili?  
 Tko su samonikli hrvatski biznismeni?  
 Sve o tome i o gomili svježih i kreativnih ideja pristiglih na  
 Natječaj za najbolje poduzetničke projekte pročitajte samo u Globusu.

### Vrijednosti robne marke

Tjednik koji od samoga početka ima naglašenu socijalno-političku svijest i odgovornost, magazin kroz koji je nastajala i stasavala moderna hrvatska država i koji se, neovisno o trenutnoj hijerarhiji i/ili suodnosu u političkom, gospodarskom, kulturnom ili društvenom *establishmentu*, nebrojeno puta potvrdio svojom imperativnom žurnalističkom vjerodostojnošću, u najširoj je hrvatskoj javnosti prihvaćen kao oštar, hrabar i beskompromisan borac za istinu, kao odvažni i nepokolebljivi zaštitnik prava i pravедnosti. Postavljajući iz tih razloga i tržištu sasvim nove kriterije i standarde, Globus čvrsto drži poziciju najutjecajnijega domaćeg *opinion-maker*a, *branda* koji svi građani Hrvatske doživljavaju kao autentično oživotvorenje i potvrdu njegova slogana: Globus. Puls nacije.

[www.globus.hr](http://www.globus.hr)

### JESTE LI ZNALI...

#### Globus

- Art-director Globusovog *Lifestyle*a - kreativne, vizualno impresivne i umjetnički slobodne kontekstualizacije osobe tjedna - je akademski slikar Saša Šekoranja, široj javnosti poznatiji kao najoriginalniji hrvatski cvječar.
- Jednu od dugovječnijih Globusovih kolumni, Šemu tjedna, bez dlake na jeziku piše Denis Kuljiš, osebjuni bard i *enfant terrible* hrvatskoga medijskog prostora, koji je 1990. bio među osnivačima ovoga tjednika.
- Među pobjednicima IDEJE, Globusova natječaja za najbolje poduzetničke projekte, jest i mladi veterinar Krešimir Bašić, prvi hrvatski pediker za krave s europskom licencom.
- Redakcija Globusa u 17 se godina selila nekoliko puta, a danas je smještena u Koranskoj 2, u jednoj od najopremljenijih, najfunkcionalnijih i najljepših poslovnih zgrada u novoizgrađenoj poslovnoj četvrti Zagreba.