

ДНЕВЕН ТРУД

ПАЗАР

През 2005 г. в България излизат общо 423 вестника (Източник: Национален статистически институт). 60 от тях са всекидневници.

На фона на тази засилена конкуренция „Дневен Труд“ е водещият всекидневник в страната. Всеки ден около 950 хил. читатели избират неговите страници (Източник: Национално представително изследване на GfK България, 2005 г.). Близо 40% от всички читатели на вестници поне веднъж седмично се информират от „Дневен Труд“. Според национално представително проучване на MBMD от март 2006 г. общата аудитория на вестника е 34,8%.

„Дневен Труд“ е с огромен авторитет сред политическите кръгове, бизнеса, културния и спортния елит, както и цялото общество, а марката „Труд“ е символ на независимост, почитеност и професионализъм. „Дневен Труд“ е и единственият оцелял стар всекидневник – най-старият на пазара в България, който е запазил марката си.

Сред читателите на вестника незначителен превес имат жените – те представляват 54,5% от аудиторията на изданието. Основното ядро читатели на „Дневен Труд“ (57,6%) са в икономически активната възрастова група на 30–59-годишните. Близо една четвърт са млади хора на възраст 15–29 години. Данните от проучванията показват, че почти всеки четвърти млад човек в страната се информира от страниците на най-тиражния ежедневник. Повече от една трета от читателите на „Дневен Труд“ са с университетско образование, а 51,6% – със средно. Всекидневникът достига до близо 30% от всички висшисти в страната. Близо 9/10 трети от читателите на вестника са сред икономически активното население на страната и работят на пълен или непълен работен ден. Най-голямата професионална група са служителите – 42,7%. Следва групата на работниците с 38,6%. Над 65 хиляди читатели са собственици или съдружници във фирми, или с други думи – близо 40% от всички собственици или съдружници на фирми се информират от „Дневен Труд“.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА

Вече близо десетилетие „Дневен Труд“ е най-тиражният български всекидневник. Независимостта от партийни и икономически интереси, социалната и обществената ангажираност, както и професионализъмът на редакционния екип са сред основните причини за лидерската му позиция. Неслучай-



но той е и всекидневникът, ползващ се с най-голямо

доверие сред българите според социологическите проучвания.

„Труд“ е единственият вестник, запазил се на пазара вече 70 години, и това го прави и най-старият български всекидневник. Само „Дневен Труд“ успява да догони и надмине по тираж в периода 1992–1997 г.

тогавашния пазарен лидер и първи частен всекидневник „24 часа“ и да задържи първенството на вестникарския пазар и го днес.

Силата на марката „Труд“ доказват и по-младите членове в семейството на вестника – „Нощен Труд“, „Седмичен Труд“, „Авто Труд“. „Нощен Труд“ е единственият следобеден всекидневник в страната, който изпреварва по тираж повечето национални ежедневници. „Седмичен Труд“ – семейният вестник на българина – е лидер сред седмичните вестници. „Авто Труд“ на свой ред е сред водещите автомобилни издания в страната.

Едно от големите постижения на марката, както и принос към културното развитие на българина, е създаването на Книгоиздателска къща „Труд“. Тя предлага на книжния пазар множество престижни автори и заглавия – художествена литература, документалистика, биографични четива, популярна, научна, справочна и енциклопедична литература. За своя 70-годишен юбилей на 1 март 2006 г. „Дневен Труд“ бе първият вестник, угостен с Почетния знак на Президента на Република

България. Сред големите признания, получени от журналистите на вестника, се открояват орден „Стара планина“ I степен на главния редактор Тошо Тошев и наградите „Черноризец Храбър“ на Валерия Велева, Виктор Гилтяй, Мирела Веселинова и Христо Николов.

ИСТОРИЯ

„Дневен Труд“ е всекидневникът с най-дълга история в България. Първият брой на вестник „Труд“ излиза на 1 март 1936 г. През повечето време до септември 1944 г. той е седмично издание. Следва неколкомесечно прекъсване, след което през октомври 1944 г. започва издаването на „Знаме на труда“, което, без да се обявява за наследник на печатания в продължение на 10 години „Труд“, всъщност продължава синдикалната тематика като орган на Общия работнически професионален съюз. И чак през 1946 година, с решение на Секретариата на ЦК на БКП, започва да излиза днешният „Труд“, вече като всекидневник.

Свързаността на вестника със синдикатите в България бележи най-дългата част от историята на изданието.

Преди 1944 г. той е бил обвързан с тогавашния казионен Български работнически съюз и в синхрон с правителствената политика изданието прокламира хармонията между труда и капитала, противопоставя се на класовата борба и подкрепя авторитарната държава.

Това е и причината след 1946 г. новият „Труд“ да не бъде възприеман като наследник на този вестник.

Що се отнася до политическото влияние и система – такава има и след 1946 г., когато вестникът се превръща в орган на профсъюзите в комунистическа България.

В биографията на „Труд“ най-общо има три етапа: 1936–1944 г., 1946–1992 г. и след 1992 г., когато вестникът се разделя по един цивилизован начин със синдикатите и навлиза в третия си период, за който най-характерно е липсата на обвързаност с каквато и да е организационна структура: партийна, синдикална или икономическа. Това му позволява, при наличието на правилна политика от страна на ръководството и на силен редакционен екип, да стане най-големият национален всекидневник в страната.

В началото на 1997 г. германската медийна група ВАЦ придобива мажоритарен дял в

дружеството – издател на вестник „Труд“, „Медиа“ Холдинг АД.

През март 2006 г. „Дневен Труд“ отбеляза бляскаво и в присъствието на политическия, бизнес, интелектуален и спортен елит на България своята 70-годишнина.



ПРОДУКТЪТ

Успехът на „Дневен Труд“ се дължи на факта, че в него читателят намира обективна, достоверна, изчерпателна и ясно поднесена информация, подкрепена с професионални коментари и анализи. Вестник „Дневен Труд“ умее да открива и

произвежда сам информация. Изданието се гордее с добрите си аналитични и тематични страници, с широкия спектър в тях. „Дневен Труд“ винаги е ангажиран със събитията и хората, за които разказва. Честната и откритата позиция на вестника и социално отговорното му поведение печелят доверието на българския читател.

„Дневен Труд“ е вестникът, отделящ най-много място за култура – публикува творчеството на най-добрите съвременни писатели и поети в „Ателие“, има своя страница за младежко творчество „Млада муза“, предлага сериозни рецензии и коментари за видното и предстоящото на телевизионния екран, поддържа голям литературен конкурс и т.н. Емблематични за „Дневен Труд“ са приложенията „История на политиката“, „Бизнес Труд“, „Труд де юре“, „Петъчник“ и „Цар Футбол“, както и страниците „Светска суматоха“, „Фатална“, „Синя лампа“, злободневният коментар „Позиция“ на първа страница, нетрадиционният начин за представяне на прогнозата за времето на предпоследната страница, коментарът „Добро утро, г-н министър“ на Втори, карикатурите на Рачо Рачев, трудово-правните консултации, рубриците „Наслука“ и „Такъми“ и много други. През 1997 г. стартира първото регионално приложение на вестник „Дневен Труд“ – това за Пловдив и региона – в осем допълнителни страници. Следват регионални издания за Варна, Бургас, Стара Загора и Хасково, Благоевград, Перник и Кюстендил, Шумен, Разград и Търговище. Веднъж месечно „Дневен Труд“ излиза и със специализирани страници за читателите в Плевен и Ловеч, Велико Търново и Габрово, Вигин, Монтана и Враца.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ

Съвременното развитие на „Дневен Труд“ е свързано най-вече с разработването и предлагането заедно с вестника на допълнителни медийни продукти – книжните поредици „Златна колекция на XX век“ и „Златни детски книги“ (заедно с вестник „24 часа“), филмовите DVD колекции „Звездно кино“ и „Особености на руското кино“, DVD сбирка-

та „Вечните български мачове“ (заедно с „24 часа“) с най-доброто от българския футбол. Всички те имат за цел да улеснят читателя в избора на стойностни продукти, да прогледат мисията на вестника да информира и забавлява и не на последно място – да



Съвременното развитие на „Дневен Труд“

е в синхрон с развитието на обществото. Графиката, начинът на поднасяне на информацията, стилът и езикът на вестника ежедневно се приспособяват към актуалните потребности на аудиторията. Сред последните промени са новата графика на вестника от началото на 2006 г., рубриците „Така живеем“, „Говори... (Брюксел, София и т. н.)“, добавянето на повече страници за новини. От началото на март 2005 г. вестникът има и своя интернет страница. Съдържанието му е достъпно online чрез абонамент за електронното издание – т.нар. е-рарег.



ПРОМОЦИЯ

Като водещ български всекидневник „Дневен Труд“ се старее да поддържа непрекъсната и жива връзката с читателите си, да активира тяхното внимание и да ги забавлява. Той може да се похвали със събралата най-много участници вестникарска игра през лятото на 2002 г. – близо 180 000 са читателите, напреварвали се за голямата награда. Множество са и конкурсите, предлагани от страниците на вестника: „Златен ланец“ за литература, „Млада муза“ за младежко

творчество, „Бъдещето на България“ – фотоконкурс за деца. На „Дневен Труд“ е и вече традиционната анкета за „Трениор на годината“, и инициативата за връчването на тази престижна титла.

На 1 март 2006 г. по случай 70-ата си годишнина и предстоящия национален празник 3 март „Дневен Труд“ зарадва читателите си с подарък – българското знаме.

Вестникът непрекъснато се застъпва за социално отговорни и общественно значими каузи. „Дневен Труд“ неведнъж е помагал със свои публикации при събирането на средства за скъпоструващи операции, за подпомагане на домовете за деца, лишени от родителски грижи, за възстановяването на щетите от наводненията през 2005 г. (инициативата „Да построим къща, даже две“) и много други. През юли 2006 г. след призив на вестника само за няколко дни са набрани необходимите средства за три спешни черноробни трансплантации на деца.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА

„Дневен Труд“ е най-добрата марка сред всекидневниците според 43,6% от българите на възраст над 15 години (Източник: „GfK България“, 2005 г.). Това е и вестникът, ползващ се с най-голямо доверие и уважение според проучванията на НЦИОМ. Марката „Труд“ е символ на независимост, професионализъм и почитеност, отговорност и обективност, гражданска позиция и смелост. Стремешът на „Дневен Труд“ е да поднася всеки ден най-много и най-добрите новини, да разказва истинските истории зад тях, да дава най-интересните коментари и задълбочени анализи, да предоставя място за повече мнения и позиции по актуални теми, да вижда и чува обикновения човек с неговите радости и болки.

www.trud.bg

ФАКТИ, КОИТО НЕ ЗНАЕТЕ

ДНЕВЕН ТРУД

► Първото печатно издание с името „Труд“ е излизащото в периода 1887–1892 г. литературно научно списание „Труд“, издавано от книжовника Цани Гинчев.

► На 23 февруари 1945 г. излиза първият „Знаме на труда“ по новия правопис – без „е двойно“ и „ъ“ в края на съществителните от мъжки род.

► В периода 1946–1989 г. вестник „Труд“ е втори по тираж след „Работническо дело“.

► Автор на „главата“ на вестника е големият художник Борис Ангелушев. Това е и най-старата запазена вестникарска марка – от 1962 г.

► От 3 януари 1994 г. „Труд“ започва да излиза под името „Дневен Труд“.

► Вестникът преминава към таблоиден формат от 1 септември 1994 г.

