ВЕСТНИК БАНКЕРЪ®

Банкер, разбира се, е название на професия. За да стане марка, са необходими няколко неща. Първо, на някого да му хрумне привидно неразумната идея да сложи името на тази професия за заглавие на вестник. Сетне да направи този вестник интересен, честен, полезен и необходим. По-нататък – да го прави такъв в продължение на десетилетие и половина...
И когато прилични хора всяка събота отиват с дребна банкнота на будката и казват „Един „Банкеръ“, моля“, името на професията е станало марка...

ПАЗАР
Вестник „Банкеръ“ е седмичник с 32 пълноцветни и шестнадесет черно-бели страници, формат А3. Печата се в петък вечер, на пазара е от събота. Абонатите му са средно 3300, ръчната продажба на вестника се осъществява в цялата страна.
Проучвания, правени по поръчка на „Банкеръ“ от социологическа агенция „Сова Харис“, показват, че редовните читатели на вестника работят в сферата на средния и едрия бизнес, финансовите среди, корпоративното и държавното управление. Около 20% от тях са заети във висшия финансов, корпоративен и държавен мениджмънт. Те са и хората с високи доходи – в анкетната карта приблизително 15% са посочили сумата над 1000 лева месечно. Около 40% от редовните читатели са служители на средно управленско и по-ниско равнище, попадайки в категорията с доходи между 400 и 800 лева месечно. Близо 40% са посочили доходи под 400 лева.
Вестникът има абонати включително от малки населени места, например Мадан, Малко Търново, Кнежа и др., които са представители на дребния бизнес. Сериозна част (около 1000–1200 екземпляра) от тиража на „Банкеръ“ в София се продава ръчно в районите около висшите училища и особено тези с икономически профил. В споменатите изследвания осреднената възраст на редовните читатели е между 25 и 55 години.
Същото маркетингово проучване показва, че около 12% от читателите на „Банкеръ“ са студенти или докторанти в икономическите висши училища. Останалите около 18% от четящите вестника са очевидно от доста разнообразни професионални слоеве, тъй като социологическата извадка не може да ги идентифицира по този признак. Редакционната поща и посещенията в интернет сайта обаче показват, че това са основно хора с хуманитарни професии – юристи, лекари, преподаватели и т.н.
Според общо пазарно проучване, проведено сред читатели на периодичния печат в столицата, 4,8 на сто от анкетираните са чели и познават в някаква степен в. „Банкеръ“, а близо 1,6% от тях отговарят, че го четат редовно. Становището на социолозите е, че тази част от извадката надхвърля 25 000 души, което значително надвишава хартиения тираж на вестника. Обяснението, освен сериозния интерес към интернет изданието, е, че един брой се чете от няколко човека.
Приложението на в. „Банкеръ“ за законност и власт – „Параграф 22“, спечелва вниманието на читателите още със създаването си в края на 2001 година. То определено привлича интереса на хора, които преди неговото появяване слабо познават в. „Банкеръ“ – съдии, прокурори, следователи, висши полицаи. Приложението се влага в целия тираж на вестника. Излиза във формат А3, в обем осем пълноцветни страници.
От средата на 2006 г. редакцията на „Банкеръ“, съвместно с в. „Инфоуик“, започва да издава двумесечното списание „Акаунт“, най-общо определено като издание за финанси и технологии. Тъй като ангажира професионалните ресурси на двата вестника в областта на информационните технологии и финансовата сфера, списанието сравнително бързо си завоюва интереса на аудиторията. Разпространява се вложено в тиражите на „Банкеръ“ и „Инфоуик“ (общо около 17 000 екземпляра), а от средата на 2007 г. допълнително се отпечатват 3000 бройки, които се пускат за самостоятелна продажба. Така общият тираж на „Акаунт“ възлиза на 20 000 екземпляра. Списанието е от 40 страници и предстои да се развива и да нараства – както по обем, така и по тираж.

ПОСТИЖЕНИЯ НА МАРКАТА
Когато един сериозен вестник задържи и разшири за петнадесет години живот позициите си на трудния български вестникарски пазар, това вече е постижение. От своето създаване „Банкеръ“ нарасна на дебелина, придоби цвят и запази както престижа, така и тиража си. Негови журналисти са получавали български награди, както и международни отличия за качество. Така на 5 април 2005 г. на пищна церемония в женевския хотел „Интерконтинентал“ вестникът бе удостоен с международната награда за качество в категория „Златна“ за 2004 г. Призът Century International Quality Era бе връчен на главния редактор Бистра Георгиева от президента на Business Initiative Directions (BID) Хосе Е. Прието. На церемонията присъстваха представители на 84 държави от шест континента.
Отличените компании, сред които и в. „Банкеръ“, бяха избрани по тринадесет критерия между 9500 фирми от 166 страни от целия свят. Сред призьорите на международната награда за Цялостно управление на качеството „Банкеръ“ бе единствената печатна медия.
На 24 юни 2007 г. Финансова информационна агенция – компанията издател на в. „Банкеръ“, бе наградена с Диамантен глобус за качество в Москва. На форума присъстваха компании, подбрани по критерия „Лидерство в качеството“.
Церемонията по връчването на наградата се състоя в конгресната зала на грандхотел „Мариот Москва“ в присъствието на бизнес лидери, представители на дипломатическия корпус, на културата и изкуството и др.

ПРОДУКТЪТ
Първият брой на „Банкеръ“ се появява на бял свят на 12 април 1993 година. Тогава вестникът е черно-бял, с шестнадесет страници и тираж около 10 000 екземпляра. Той е първото седмично издание в страната, поставило си задачата да информира читателите си за случващото се на нововъзникналия български финансов пазар. Оттогава до ден днешен вестникът и неговите издатели и редактори не допускат компромис с качеството и достоверността на публикуваната информация, със задълбочеността на анализите и коментарите, с престижа на изданието и имиджа му.

СЪВРЕМЕННО РАЗВИТИЕ
През всичките тези петнадесет години вестникът не пропуска да публикува всяко тримесечие своята класация на българските банки. От нея неговите читатели, а и българският бизнес като цяло си правят заключения за здравословното състояние на банките, на финансовата система и пазара. Консерватизмът е основен белег в развитието на в. „Банкеръ“. Издателите и редакторите внимават да не се подведат по лекия жанр – не че във вестника не присъстват както забавни страници, така и сериозни разследвания, но финансите винаги са били прекалено сериозно нещо, за да се гледа леко на тях.

1993	2001	2006
На 12 април (ден, който обикновено се асоциира с първия полет на човек в космоса) излиза първият брой на в. „Банкеръ“. Тогава вестникът е шестнадесетстраничен, черно-бял.	Първият брой на приложението на в. „Банкеръ“ за законност и власт „Параграф 22“ излиза на 13 октомври в осем черно-бели страници.	Съвместното издание за финанси и технологии „Акаунт“ излиза на 15 април в 40 пълноцветни страници.

ПРОМОЦИЯ
Най-много емоции в. „Банкеръ“ предизвиква през декември, по Никулден – празника на банкерите. Тогава изданието традиционно връчва наградите си Банкер на годината. Призът е учреден през 1994 година. Носители на бронзови статуетки (последните шест години те са дело на един от най-добрите български скулптори Андрей Москов) вече са повече от двадесет банкери. Някои са получавали отличието повече от веднъж.
От 2006 г. вестникът създава класация и включва в надпреварата и мениджъри от инвестиционните посредници и управляващите дружества в страната.

ЦЕННОСТИ НА МАРКАТА
Надеждност и истинност на информацията, независимост на коментара, задълбоченост на анализа, почтеност – това са достойнствата на „Банкеръ“, от които издателите и редакторите никога няма да се откажат.

www.banker.bg

Факти, които не знаете за БАНКЕРЪ

Трима души са неизменно в „Банкеръ“ от неговото създаване досега – издателите Бистра Георгиева (която е и главен редактор) и Косю Джагаров (управител на дружеството издател ФИА ООД), и директорът на вестника Димитър Кадийски.

Главният редактор Бистра Георгиева твърди, че ъ-то в заглавието на вестника ще го има, докато българската банкова система не достигне световните стандарти. Засега ъ-то стои.

Чрез дружеството „Обединени български вестници“ издателят на в. „Банкеръ“ притежава дял в печатницата ИПК „Родина“ и разпространителската фирма „ОБВ – Близнаци“.