труд

www.trud.bg

„Труд“ е българският всекидневник, ползващ се с най-голямо доверие и авторитет сред политическите кръгове, бизнеса, културния и спортния елит и цялото общество. „Труд“ неизменно е лидер по читателска аудитория в страната, а марката е символ на независимост, почтеност и професионализъм. Социалната и обществената ангажираност и професионализмът на редакционния екип са сред основните причини за лидерската позиция на всекидневника. Неслучайно „Труд“ е единственият вестник, запазил се на пазара вече 79 години.

Пазар

Според проучване на TGI България – Национално представително количествено изследване от септември 2014 г., редовните читатели на вестник „Труд“ са почти 99 000, от които 52 000 са жени и 47 000 – мъже. Редовната аудитория на вестника е съставена от хора с висше образование и работещи на пълен работен ден. Основната група читатели е във възрастовия диапазон 40–69 години (67% от всички редовни читатели). Около 81 000 читатели на вестника работят на пълен работен ден. Читателите с висок социален статус заемат висок дял – 44%, при средно за страната 30%. Аудиторията на вестника е разпределена равномерно във всички градове на страната. Всеки четвърти читател е жител на София.

Постижения на марката

За своя 70-годишен юбилей на 1 март 2006 г. „Труд“ бе удостоен с почетния знак на президента на Република България, а през 2008 г. – с Голямата награда „Черноризец Храбър“ за принос към българската журналистика за целия редакционен състав. С индивидуални награди „Черноризец Храбър“ през годините са отличени журналистите от вестника Владимир Памуков, Цветан Томчев, Диана Тенчева, Виктор Гилтяй, Мирела Веселинова, Христо Николов, Валерия Велева, Георги Тамбуев (посмъртно). Асоциацията на журналистите, специализирани в аграрната тематика, пък носи посмъртно името на Румяна Пенкова – дългогодишен журналист в „Труд“.

Категорично признание за марката „Труд“ е лидерското място в класацията на българските вестници, отразили най-много теми табу. Класацията бе обявена през юли 2012 г. от Института за модерна политика и либералната фондация „Фридрих Науман“. Резултатите от проекта „Темите табу в печатните медии – граждански мониторинг“ се базират на анализ на съдържанието от 2011 г. на десет водещи печатни издания. След „Труд“ в класацията са „24 часа“, „Сега“, „Дневник“ и „Капитал“.

Едно от големите постижения на марката, както и принос към националния културен живот, е създаването на книгоиздателска къща „Труд“. Всяка година тя предлага на книжния пазар десетки престижни автори и заглавия от целия свят – художествена литература, документалистика, биографични четива, популярна, научна, справочна и енциклопедична литература. Досега издателството има в активна си над 1000 заглавия – български и преводни.

Знаете ли, че...

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

Продуктът

„Труд“ е най-големият и най-четеният вестник, с добър имидж, обективен, сериозен, аналитичен, социално ангажиран, професионално направен, полезен и подходящ за всички – това е оценката на читателите според изследване на BeMedia Consultant от май 2011 г. Не случайно в изследването „Труд“ е лидер в класацията по общо доверие на читателската публика с 63,2%, следван от „24 часа“ – 60,6%, „Телеграф“ – 49,9%, „Стандарт“ – 40,3%, и др.

„Труд“ предлага и специализирани седмични приложения: понеделник – „Вашите пари“ (банки, борси, пазари); „Де Юре“ (юридическо приложение); вторник – „Консулт“ (кариерна рубрика: съвети за управление на бизнеса, домакинството); сряда – „Имоти“ (приложение за пазара на имоти); „Код зелено“ (екология и енергийна ефективност); четвъртък – „Спешно отделение“ (здравно приложение), „Култура“ (музика, театър, филми); петък – „Четвърта власт“ (медии), „Сериалите“ (новите ТВ сериали), „Наслука“ (лов и риболов); събота – ТРУД ПЛЮС (магазинно приложение: лайфстайл, мода, изкуство, дизайн, архитектура, истории, коли, електронни игри); неделя – ЗА ТЕБ (развлекателно магазинно приложение: женски тайни, честно за секса, здравословен живот, стил, кулинария, градина, дом, етикет, туризъм).

Современно развитие

Съвременното развитие на „Труд“ е свързано с разработването и предлагането заедно с вестника на допълнителни медийни продукти – книжни поредици: „Златна колекция на XX век“ и „Златна колекция на XIX век“ (романи), „Златни детски книги“ (шедьоври за деца и юноши), „Голяма енциклопедия на страните“, „Голяма детска енциклопедия“, филмовите DVD колекции „Звездно кино с Холивуд“, „Особености на руското кино“. През 2007 г. голям интерес предизвика луксозната колекция книга + CD „Шедьоври на музикалната класика“. През 2008 г. на успех сред аудиторията на вестника се радваха патриотичната поредица „1000 неща, които трябва да знаем за България“ и DVD + CD самоучител „Български хора и ръченици“ в пет комплекта. През 2009 г. „Труд“ зарадва читателите си с нова луксозна книжна колекция „България – загадки от вековете“. Хит през 2010 г. бяха DVD колекцията „Ново българско кино“ и CD поредицата „250 македонски песни за душата“. През 2011 г. национално признание получи първата многотомна съвременна „Голяма енциклопедия България“ (съвместна разработка с БАН и книгоиздателска къща „Труд“), която бе обявена за издание на годината. През 2012 г. успех пожъна патриотичната поредица „Бележити българи“, а от октомври 2012 г. тръгна и втората DVD колекция „Ново българско кино“.

От април 2014 г. на поста главен редактор на в. „Труд“ е Петьо Блъсков – опитен журналист от школата на в. „Отечествен фронт“, съосновател на „Пресгрупа 168 часа“, която постави основите на съвременната българска журналистика след промените на 10 ноември 1989 г.

През 2014 г. вестник „Труд“ проведе кампаниите „Уча, за да работя“, „Рестарт: Българският бизнес на азиатските пазари“, а през 2015 г. заедно с в. „24 часа“ стартира кампанията „Големите малки“.

Промоция

Като водещ български всекидневник „Труд“ се старае да поддържа непрекъсната и жива връзка с читателите си, да активира тяхното внимание и да ги забавлява. „Труд“ и „24 часа“ са първите български вестници, които предлагат на аудиторията си освен книжния и още два формата на изданията си. От есента на 2008 г. двата вестника разпространяват SIM карти „Ало, да“, чрез които може безплатно да се сърфира в електронните им издания през мобилен телефон и да се четат както материалите от печатните издания, така и новините в реално време.

От март 2009 г. „Труд“ стартира и напълно обновения си сайт www.trud.bg. Той предлага горещите новини от книжното издание, богата актуална информация за политическия, обществения, културния, спортния и светския живот, бизнеса, пазара и борсите, дава възможност за активна обратна връзка с аудиторията в реално време, предлага широк спектър от информационни услуги. През 2012 г. като обща платформа за интернет реклама www.trud.bg и www.24chasa.bg се нареждат на второ място в категория „Новини“ с повече от 590 000 реални посетители всеки месец.

Знаете ли, че...

• 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. в. „Труд“ е втори по тираж след в. „Работническо дело“.

Ценности на марката

„Труд“ е най-добрата марка сред всекидневниците за 43,6% от българите на възраст над 15 години (Източник: GfK България, 2010 г.). Това е и вестникът, ползващ се с най-голямо доверие и уважение според проучванията на Института за социални изследвания и маркетинг МБМД. Марката „Труд“ е символ на независимост, професионализъм и почтеност, отговорност и обективност, гражданска позиция и смелост.

Стремежът на „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 болки и радости.

История

- **1936** – На 1 март излиза първият брой на в. „Труд“. През повечето време до септември 1944 г. той е седмично издание.
- **1944** – С решение на Секретариата на ЦК на БКП започва да излиза дневният „Труд“, вече като всекидневник. Свързаността на вестника със синдикатите в България бележи най-дългата част от историята на изданието.
- **1946** – Вестникът се разделя по цивилизован начин със синдикатите и наблиза в третия си период, за който най-характерно е липсата на обвързаност с каквато и да е организационна структура: партийна, синдикална или икономическа.
- **1992** – Германската медийна група ВАЦ придобива мажоритарен дял в собствеността на вестника.
- **1997** – След оттеглянето на ВАЦ от източноевропейския медиен пазар в момента издател на вестник „Труд“ е „Медиа холдинг“ АД.
- **2010** – През октомври започва издаването на в. „Знаме на труда“, което, без да се обявява за наследник на печатания 10 г. в. „Труд“, всъщност продължава синдикалната тематика като орган на Общия работнически професионален съюз.