

POLSKA Newsweek

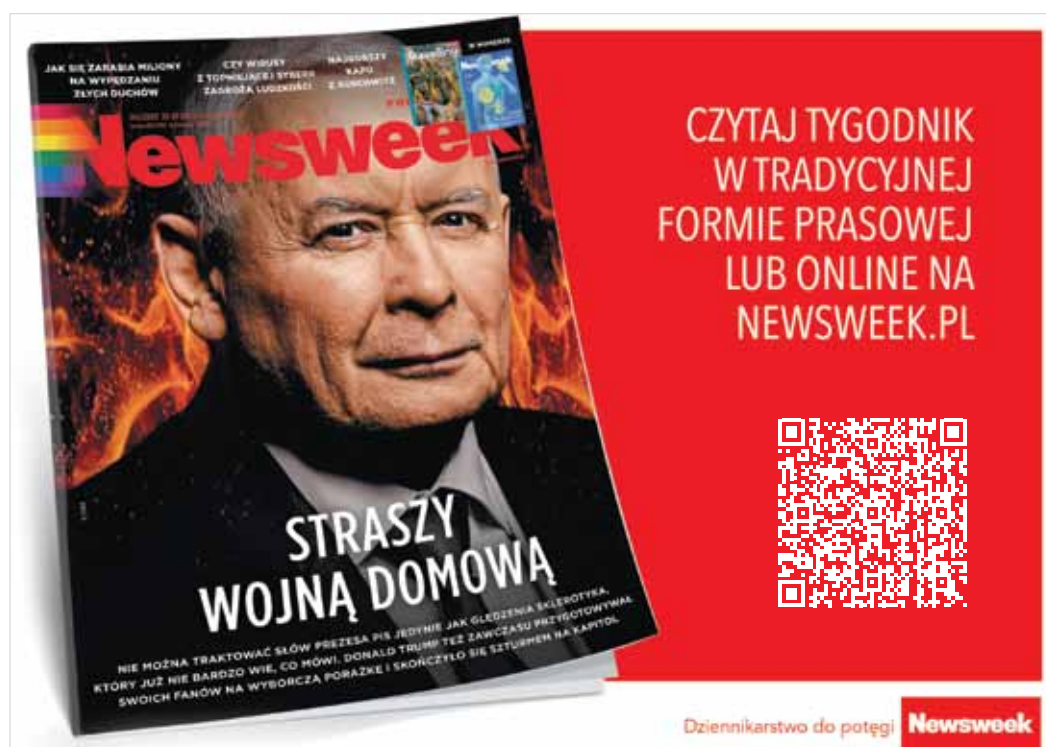
„Newsweek” to jeden z najpopularniejszych na świecie opiniotwórczych tytułów społeczno-politycznych. W centrum jego zainteresowań są sprawy społeczne, polityka, kultura, nowe trendy, nauka i biznes. Na rynku polskim jest czołowym tygodnikiem opinii, a także prężnie rozwijającym się serwisem online. Wyjaśnia otaczającą czytelnika rzeczywistość i tłumaczy zachodzące zmiany.

Kontekst rynkowy

„Newsweek Polska” to rodzima edycja amerykańskiego tygodnika, założonego 17 lutego 1933 roku przez byłego redaktora wiadomości zagranicznych magazynu „Time” Thomasa J. C. Martyna. Pierwszy numer polskiego wydania ukazał się 3 września 2001 roku. Celem marki jest pozycja lidera w gronie „explainerów” – mediów społeczno-politycznych w kanałach print i online. To marka z ugruntowaną pozycją, skierowana do zaangażowanego i świadomego odbiorcy; tłumaczy, co dzieje się w kraju i na świecie, pogłębia wiedzę poprzez publikowanie wnikliwych reportaży, dogłębnych analiz i śmiałych opinii; szuka odpowiedzi, pokazuje i piętnuje absurdalność polskiej rzeczywistości. Felietony do „Newsweeka” piszą tacy autorzy jak Katarzyna Kasia, Krzysztof Varga, Mikołaj Kunica, Dominika Olszyna, Andrzej Stankiewicz i Dariusz Ćwiklak. W lipcu 2022 roku funkcję redaktora naczelnego magazynu objął Tomasz Sekielski, wybitny dziennikarz radiowy i telewizyjny, autor filmów dokumentalnych, reportaży telewizyjnych oraz książek.

Oferta

„Newsweek” to pismo skierowane do ludzi czytających i ciekawych świata, dlatego istotnym elementem grzbietu głównego są cyklicznie redagowane sekcje tematyczne: „Zielony Newsweek”, „Zdrowie”, „Travelling”, „Moto”, „Trendy Przyszłości” i „Living”. W ofercie handlowej tygodnika można znaleźć także bestsellerowe książki – dzięki współpracy z największymi wydawnictwami odbiorcy mają możliwość zakupu „Newsweeka” z premierową lekturą w specjalnej cenie. W rodzinie wydawniczej „Newsweeka” znajdują się magazyny *brand extension*, które poszerzają wiedzę i zainteresowania czytelnika o tematy psychologiczne, zdrowotne, historyczne czy naukowe. Wśród najbardziej poczytnych periodyków są: „Newsweek Psychologia”, „Newsweek Psychologia Dziecka” i „Newsweek Psychologia Nastolatka”. Dużym zainteresowaniem cieszą się także „Newsweek Historia”, „Newsweek Learning English”, wydania specjalne, m.in. „Reportaże”, „Wywiady”, „Tech & Science” oraz wydania okolicznościowe, np. „Koronacja stulecia” i „365 dni wojny w Ukrainie”. Marka nieustannie się rozwija, dostosowując swoją ofertę do zmieniających się potrzeb i oczekiwań odbiorców. Tygodnik można czytać w prenumeracie prasowej oraz w subskrypcji cyfrowej Onet Premium.



Osiągnięcia

Marka „Newsweek” jest symbolem odważnej i zaangażowanej pracy dziennikarzy, nagradzanych i nominowanych do najbardziej prestiżowych nagród w kraju. W 2013 roku Aleksandra Pawlicka otrzymała I nagrodę w konkursie

„Pokaż ludzką twarz polityki narkotykowej”. W 2016 roku Jakub Korus został nominowany do Nagrody Radia ZET im. Andrzeja Woyciechowskiego za materiał indywidualny „Surogatyki z Miasteczka Wilanów”; był też kilkakrotnie typowany do nagrody Grand Press – w towarzystwie



Tomasz Sekielski, redaktor naczelny „Newsweek Polska”

Renaty Kim za cykl artykułów dotyczących Collegium Humanum i z Wojciechem Ciesłą za cykl reporterski „Minister na włościach”. W 2021 roku Katarzyna Burda otrzymała I nagrodę w konkursie „Dziennikarze dla klimatu”, a w kwietniu 2023 roku Grzegorz Rzeczkowski został finalistą Nagrody im. Dariusza Fikusa za cykl publikacji „Afera podsłuchowa. Nagrania sprzedane Rosjanom”.

„Newsweek” wręcza także nagrody i publikuje autorskie rankingi. Magazyn jest m.in. pomysłodawcą i fundatorem przyznawanej od 2013 roku Nagrody im. Teresy

Torańskiej, której celem jest promowanie wybitnych materiałów dziennikarskich oraz honorowanie autorów, których praca spełnia najwyższe standardy i przemysłowe media.

Od 2001 roku tygodnik publikuje ranking Przyjazny Bank „Newsweeka”, w którym nagradzane są banki oferujące najwyższej jakości usługi oraz poziom obsługi klienta, a od 2008 roku z jego inicjatywy powstaje ranking najlepszych prezydentów miast N15, w którym głosy na siebie nawzajem oddają sami wódcy największych polskich metropolii.

Promocja

Strategia komunikacyjna „Newsweeka” to zintegrowane działania marketingowe, które bazują na kompleksowej strategii 360 stopni. Plan promocyjny jest efektem unikatowego podejścia do wyboru tematów redakcyjnych, uwzględniającego dynamiczną sytuację polityczno-społeczną w kraju. Wszystkie kampanie emitowane w telewizji, radiu, prasie oraz w Internecie to jasno sformułowane zapowiedzi najważniejszych kwestii z numeru. Każdego roku publikowanych jest średnio 50 wydań tygodnika, a z uwagi na kalendarz świąteczny, większe objętościowo wydania są w sprzedaży przez dwa tygodnie, by czytelnik nie musiał czekać na nowe treści ani jednego dnia. Szczególną rolę w promocji marki odgrywają social media. To właśnie tam toczą się zaciekle dyskusje czytelników i użytkowników, którzy z przejęciem analizują najważniejsze doniesienia dziennikarzy i opinie ekspertów.



HISTORIA MARKI

- 1933** Thomas J. C. Martyn, były redaktor „Time’a”, zakłada magazyn „News-Week”.
- 2001** Ukazuje się pierwszy numer polskiej edycji tygodnika. Rusza pierwsza edycja Rankingu Przyjazny Bank Newsweeka.
- 2002** Do „Newsweeka” trafia Srebrna Statuetka Effie w kategorii Media za kampanię „Długopis i Obiektyw” oraz tytuł Debiut Roku przyznany przez „Media & Marketing Polska”.

- 2003** „Newsweek” Magazynem Roku 2002/2003 według „Media & Marketing Polska”.
- 2008** Magazyn inauguruje Ranking Najlepszych Prezydentów Miast N15.
- 2009** Do „Newsweeka” trafia Złota Chimera w 7. edycji Konkursu Projektowania Prasowego w kategorii Infografika za całokształt twórczości.
- 2013** Pierwsza edycja Gali Nagrody im. Teresy Torańskiej. Serwis Newsweek.pl zostaje włączony do infrastruktury portalu Onet.pl.

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

- Najlepiej sprzedającym się polskim numerem „Newsweeka” było wydanie po ataku na World Trade Center (3/2001). Sprzedaż wyniosła 408 612 egzemplarzy.
- Wydawca „Newsweeka” publikuje pod swoją marką rocznie średnio 15 innych tytułów magazynów prasowych – dwumiesięczników, kwartalników i wydań specjalnych.
- Na rynku księgarskim ukazało się 10 książek pod wydanych przez „Newsweek Polska”.

6,5 tysiąca

– tyle artykułów rocznie tworzy redakcja „Newsweeka”.

ków i użytkowników, którzy z przejęciem analizują najważniejsze doniesienia dziennikarzy i opinie ekspertów.

Ostatnie wydarzenia

We wrześniu 2022 roku pod marką „Newsweeka” ukazała się bestsellerowa książka Renaty Grochal „Zbigniew Ziobro. Prawdziwe oblicze”, która na wiele tygodni stała się bestsellerem, a wydawca podjął decyzję o dodruku. W 2023 roku Agnieszka Żądło wyreżyserowała pod marką „Newsweeka” film dokumentalny „601. Tragedia w Buczy”; produkcja zdobyła kilka cennych laurów, m.in. na AITFF Alternative Film Festival. 4 czerwca tego roku „Newsweek” wziął udział w wielkim marszu w Warszawie, na którym spotkało się kilkaset tysięcy Polaków pragnących pozytywnych zmian w kraju. „Newsweek” z dumą wspiera także osoby LGBT, różnorodność i równość społeczną. Od czerwca 2023 roku na okładce magazynu widnieje tęcza flaga. Według badania Digital News Report 2023, opublikowanego przez Reuters Institute for the Study of Journalism, „Newsweek” cieszy się największym zaufaniem czytelników spośród wszystkich tygodników w Polsce.

www.Newsweek.pl