

Newsweek[®] POLSKA

„Newsweek” to jeden z najbardziej rozpoznawalnych i opiniotwórczych tytułów społeczno-politycznych na świecie. Skupia się na tematyce społecznej, politycznej i kulturalnej, a także na analizie nowych trendów, osiągnięć naukowych i zagadnień biznesowych. W Polsce funkcjonuje jako wiodący tygodnik opinii oraz dynamicznie rozwijający się serwis internetowy. Jego misją jest przybliżanie czytelnikom współczesnej rzeczywistości oraz objaśnianie procesów i zmian zachodzących w otaczającym świecie.

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 *on-line*. 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.

Oferta

„Newsweek” to tytuł adresowany do osób odczytanych, otwartych i ciekawych świata. Marka dynamicznie rozwija swoją ofertę, odpowiadając na ich zmieniające się potrzeby i oczekiwania. Tygodnik dostępny jest zarówno w wersji drukowanej w prenumeracie, jak i w formie cyfrowej w serwisie Onet Premium, umożliwiającym wygodny dostęp do treści na różnych platformach. Ważną częścią głównego wydania „Newsweeka” są regularnie przygotowywane sekcje tematyczne, takie jak: „Zielony Newsweek”, „Zdrowie”, „Travelling”, „Moto”, „Trendy Przyszłości” czy „Strefa Kultury”. W ofercie handlowej są również bestsellerowe książki: dzięki współpracy z czołowymi wydawnictwami czytelniczki i czytelnicy mają możliwość nabycia „Newsweeka” w zestawie z nowościami wydawniczymi w atrakcyjnych cenach. W rodzinie wydawniczej „Newsweeka” są także magazyny *brand extension*, które poszerzają wiedzę i zainteresowania czytelniczek i czytelników 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” i najnowszy tytuł: „Newsweek Magazyn Kryminalny”, a także wydania specjalne, m.in. „Reportaże”, „Wywiady”, „Nauka” oraz wydania okolicznościowe, np. „80. rocznica Powstania Warszawskiego” czy „Gra o wszystko”, dotycząca tegorocznych wyborów prezydenckich.



Marka stale rozwija też segment autorskich podcastów, których można słuchać m.in. w aplikacji Onet Audio. Najnowsze produkcje to m.in. „Na prezydenta tylko ty”, „W związku ze śledztwem”, „Newsweek Psychologia” czy „Historia kobiet”.

Osiągnięcia

Marka „Newsweek” jest symbolem odważnej i zaangażowanej pracy dziennikarzy i dziennikarek, nagradzanych i nominowanych do najbardziej prestiżowych nagród w kraju. Za cykl tekstów o Collegium Humanum



– uczelni, która przy wsparciu polityków PiS stała się maszynką do produkcji dyplomów MBA, niezbędnych partyjnym nominatom do obejmowania posad w spółkach skarbu państwa – Renata Kim otrzymała m.in. Nagrodę Grand Press, Nagrodę Radia ZET im. Andrzeja Woyciechowskiego, Nagrodę im. Dariusza Fikusa, Nagrodę Mariusza Waltera i Nagrodę Instytutu Dyskursu i Dialogu. Podcast „Stan wyjątkowy” otrzymał z kolei Nagrodę publiczności w Plebiscycie Podcast Roku im. Red. Janusza Majki, a magazyn jako całość zajął pierwsze miejsce zestawienia najbardziej opiniotwórczych tygodników i dwutygodników w Polsce w raporcie Instytutu Monitorowania Mediów za 2024 rok.

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. Szczególną rolę w promocji marki odgrywają social media. To właśnie tam toczą się zaciekle dyskusje użytkowników i użytkowników, którzy z przejęciem analizują najważniejsze doniesienia dziennikarzy i opinie ekspertów.

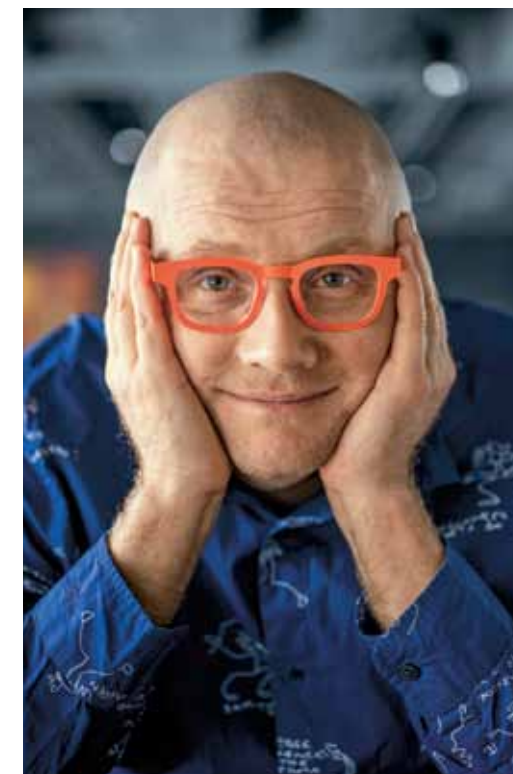
Newsweek.pl

TO, CZEGO NIE WIESZ O MARCE

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

1,6 miliona

– tylu obserwujących ma w social mediach marka „Newsweek”.



Michał Szadkowski, Redaktor Naczelny „Newsweek Polska”

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 Toruńskiej. Serwis Newsweek.pl zostaje włączony do infrastruktury portalu Onet.pl

2015 Start płatnej usługi Newsweek Plus, umożliwiającej dostęp online do treści z wydania tygodnika.

2022 Serwis staje się częścią platformy Onet Premium.

2024 Renata Kim otrzymuje szereg nagród za cykl tekstów o Collegium Humanum. Michał Szadkowski obejmuje stanowisko Redaktora Naczelnego.

2025 Najbardziej rozpoznawalny tytuł Brand Extension „Newsweeka”, magazyn „Newsweek Psychologia”, obchodzi 10. urodziny.