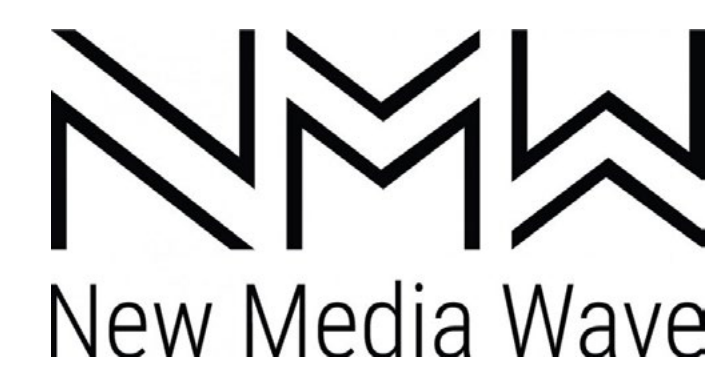




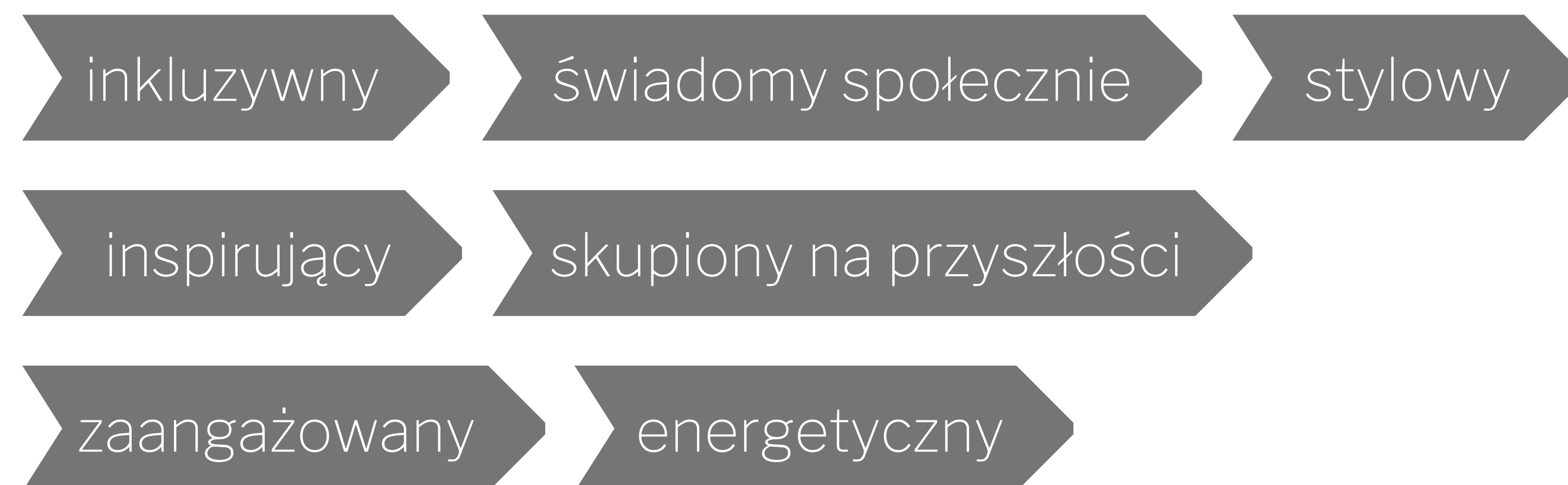
MEDIA KIT





globalny arbiter stylu dla każdego,
kto postrzega świat
przez pryzmat dobrego gustu

Cechy



Osobowość





“

Być GQ to być postępowym. Nowoczesnym. Awangardowym. Walczyć o równość wśród wszystkich ras, płci, tożsamości i orientacji. Domagać się szacunku dla własnej indywidualności i okazywać ten sam szacunek wszystkim innym.

Will Welch, Global Editorial Director, GQ



GQ to magazyn, którego trzon stanowią dziennikarstwo, fotografia i wzornictwo najwyższej próby.

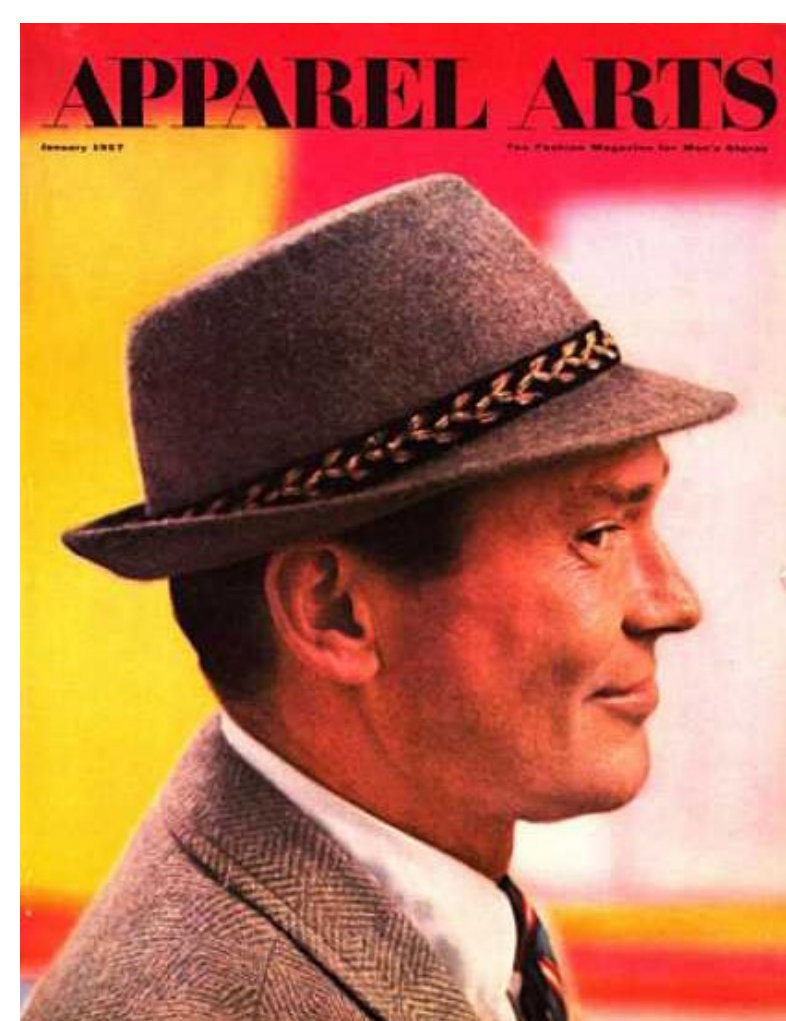
GQ prowadzi dyskusje na temat współczesnej męskości oraz tworzy momenty kształtujące kulturę.

HISTORIA GQ



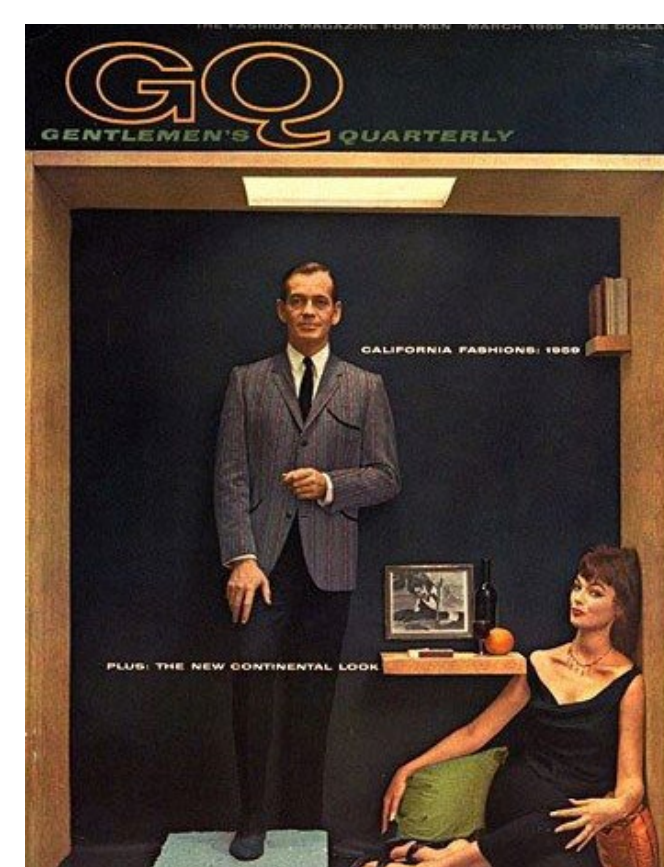
1931

powstanie modowego magazynu Apparel Arts przynosi branży nadzieję na koniec Wielkiego Kryzysu



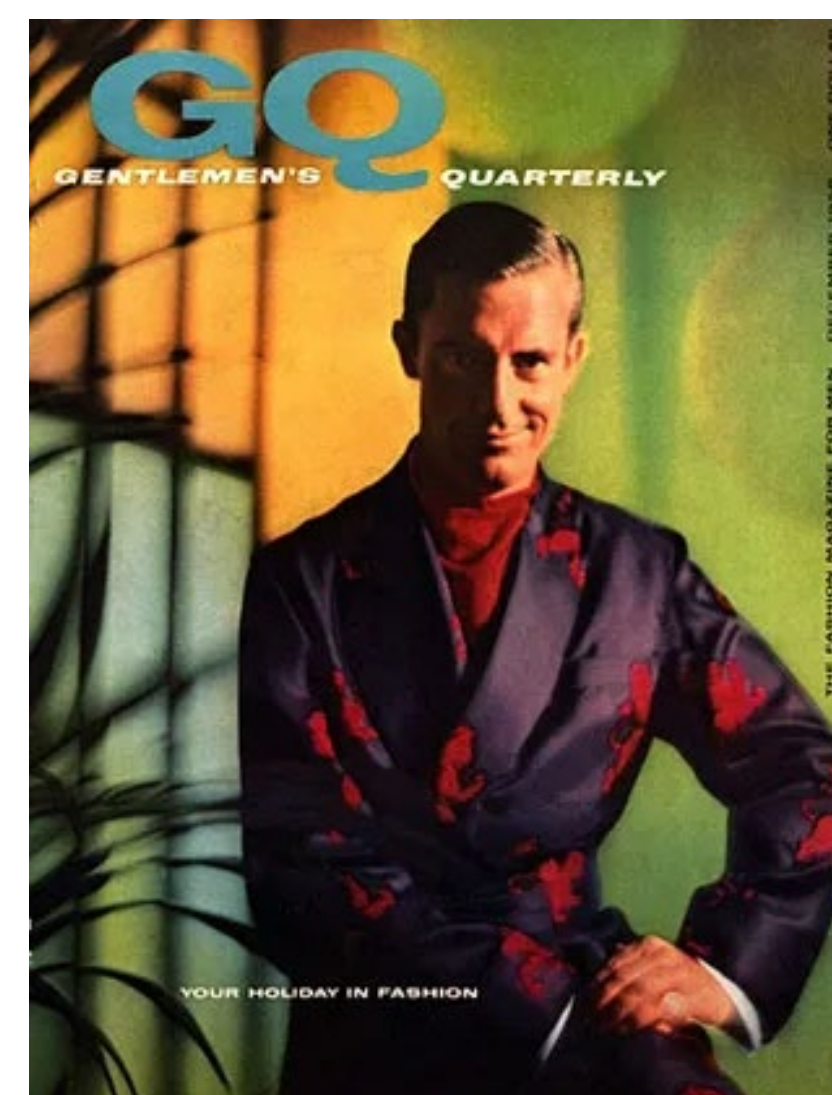
1958

powstanie NASA i EWG zapowiada na Zachodzie okres prosperity, pismo zmienia tytuł z Apparel Arts na Gentlemen's Quarterly



1967

w przededniu rewolucji obyczajowej i Lata Miłości magazyn zmienia markę na męskie, seksowne GQ



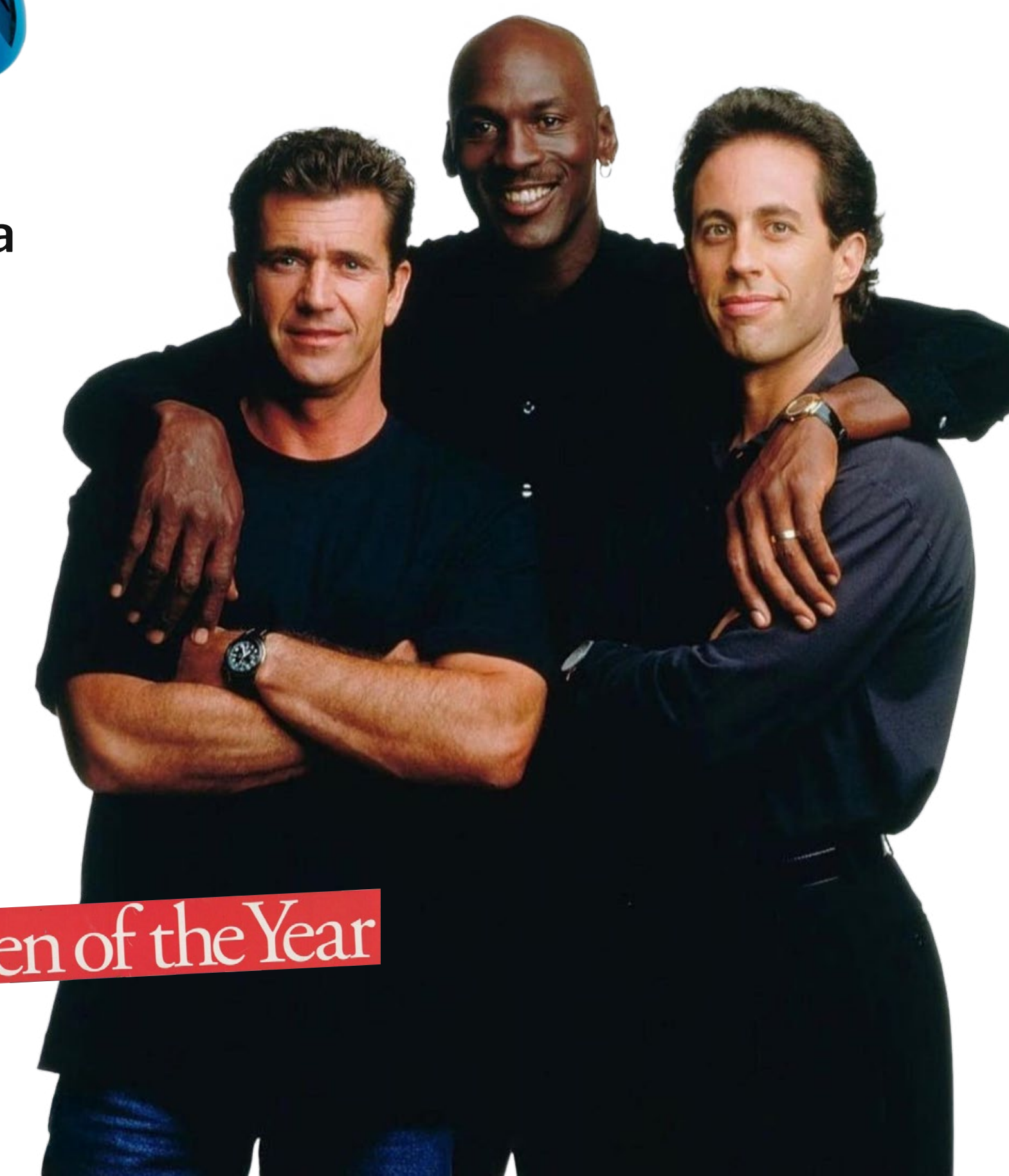
1979



GQ przejmuje grupa wydawnicza Condé Nast i wzbogaca go o treści ze świata kultury, polityki i stylu życia

1996

GQ wprowadza nagrody Men of the Year



dzisiaj

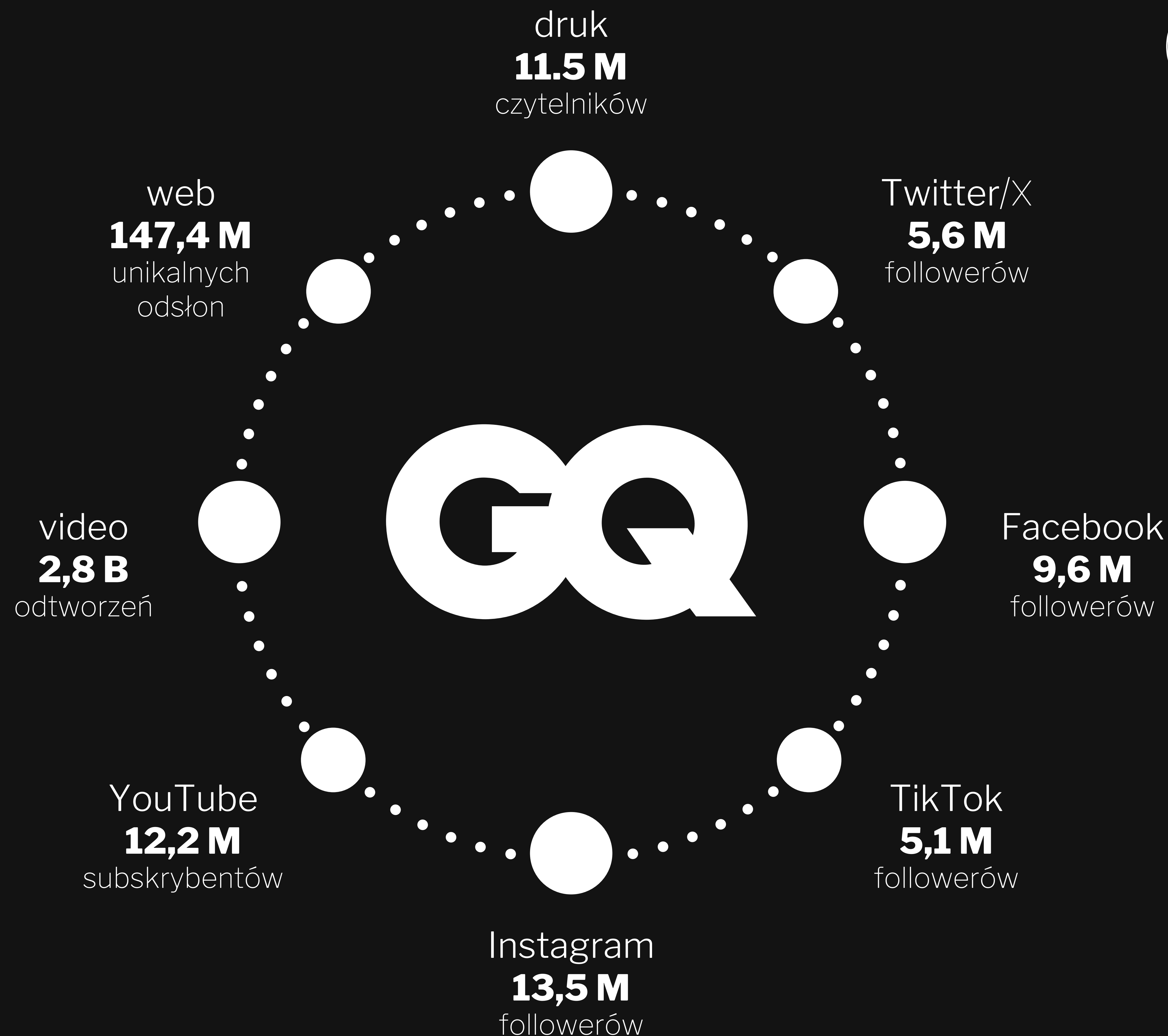


GQ to globalnie rozpoznawalna, prestiżowa marka. Do grona 20 edycji światowych dołącza wersja polska. GQ POLAND staje się faktem.

GLOBALNY ZASIĘG



GQ gwarantuje dotarcie
do zaangażowanej
globalnej publiczności
na wszystkich platformach





GLOBALNY RAPORT

GQ to wiodący na świecie magazyn premium dla mężczyzn, dostarcza swoim odbiorcom najlepsze treści z zakresu mody, stylu życia, sportu na wielu platformach

11,5 M

czytelników
print'u

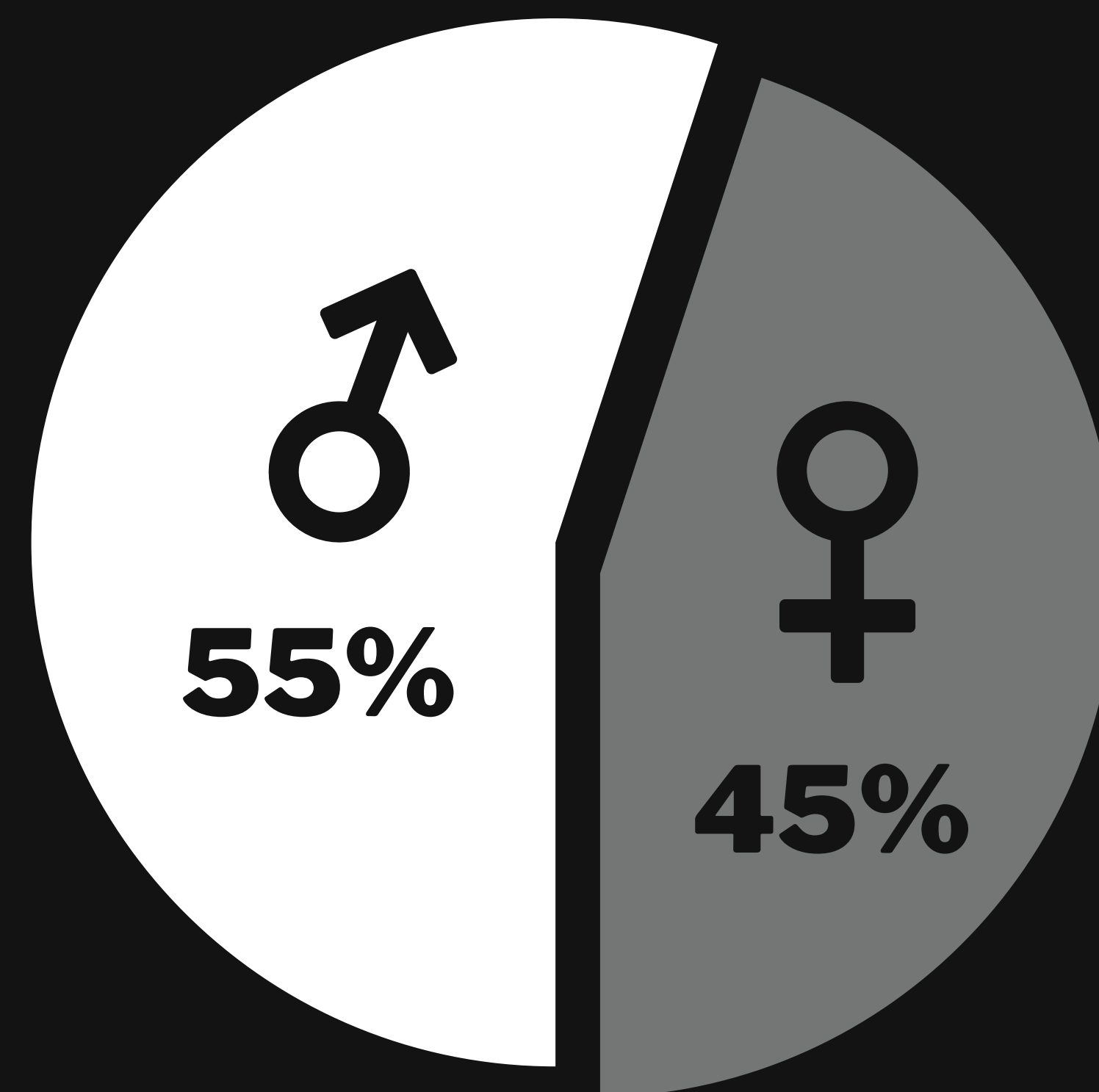
29,1 M

unikalnych
użytkowników

53,8 M

followersów
w social
mediach

Demografia



Kogo przyciąga?

entuzjaści zakupowi	47%	technofile	36%
miłośnicy zdrowia i fitness	42%	zwolennicy outdoor'owi	34%
sympatycy fotografii	39%	wielbiciele social mediów	34%
pasjonaci wystroju wnętrz	39%	zapaleni czytelnicy newsowi	33%

21 ŚWIATOWYCH EDYCJI





GQ

POLAND

Start serwisu i premiera pierwszego numeru
Listopad 2025

CONDÉ NAST × 
New Media Wave





Od lat marzyłem o tym, żeby GQ miało polską edycję. Nie tylko dlatego, że to najlepszy męski tytuł na świecie, wszyscy o tym wiedzą, ale dlatego, że to w globalnej wspólnocie kultur Zachodu, Dalekiego i Bliskiego Wschodu GQ to dowód przynależności do grona najszybciej rozwijających się regionów świata. Wartość tej symboliki tkwi w DNA GQ od czasów Wielkiego Kryzysu, kiedy to na przekór wszystkim pesymistom wydawcy Apparel Arts zapragnęli być zwiastunem nadchodzącej

prosperity. Trzydzieści lat temu znakiem przynależności do nowoczesnego świata stała się dla Polski obecność zachodnich marek w naszych szarych wtedy i pustych sklepach. Dziś, kiedy jesteśmy dwudziestą gospodarką świata, aktywnym członkiem NATO, w roku, kiedy nasz rodak poleciał w kosmos, start GQ Poland to konieczność. Poświęciłem kilka lat pracy na to, żeby to marzenie spełnić. I dzisiaj jest ten dzień. Ta podróż właśnie się zaczyna a Wy możecie być w niej razem z nami.

Olivier Janiak, redaktor naczelny magazynu





GQ POLAND w sześciu słowach

- ponadczasowość
- wrażliwość
- jakość
- otwartość
- odpowiedzialność
- zaangażowanie

CZYTELNIK

- Grupa docelowa:

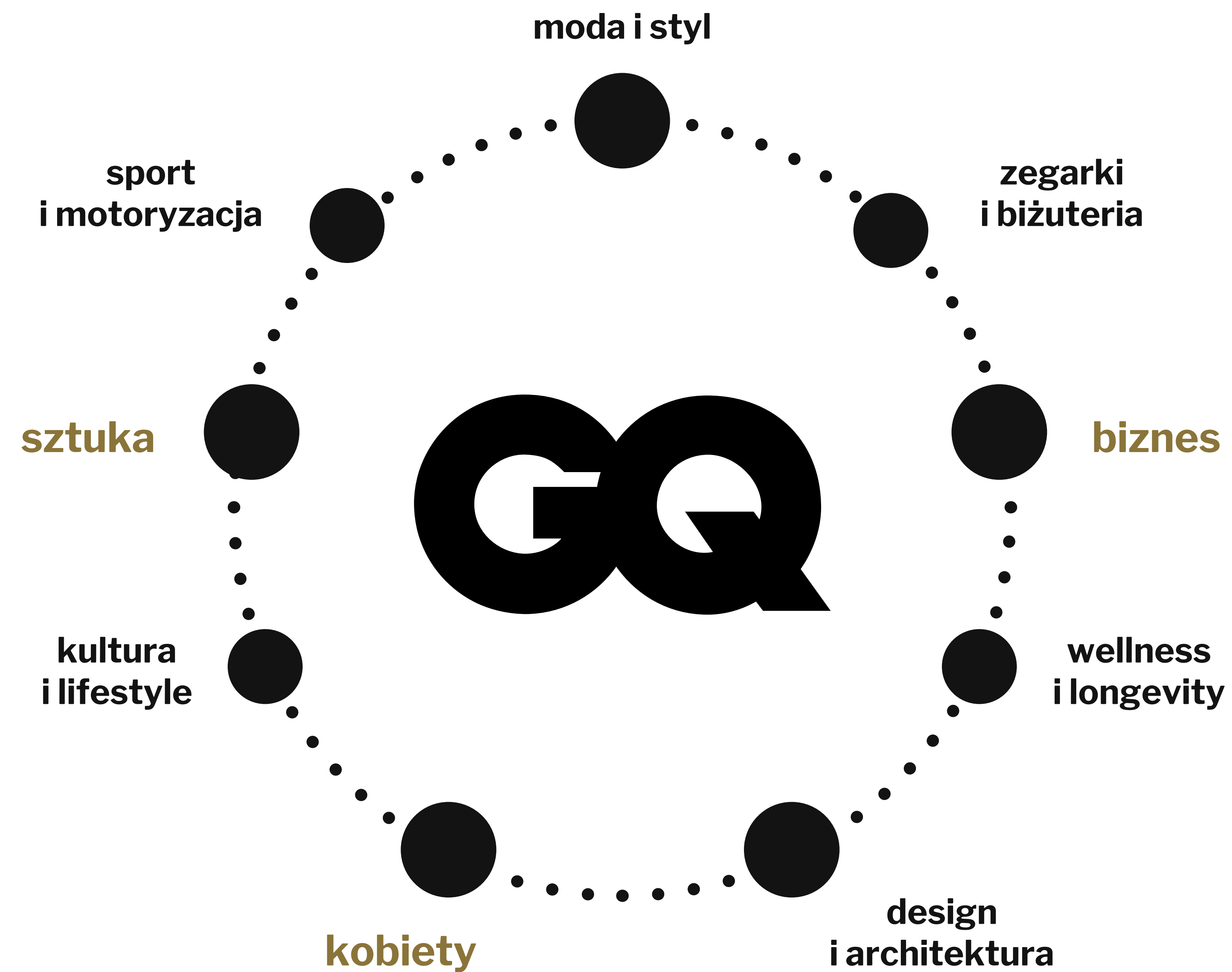
- aspirujący, dobrze wykształceni, coraz częściej zamożni mężczyźni i kobiety z pokolenia 30+ skupieni na zrównoważonym, spełnionym życiu, w którym mają czas na rozwój osobisty i korzystanie ze zgromadzonego kapitału. Także społecznego
- zainteresowania: biznes, styl, moda, uroda, polityka, sport, sztuka, projektowanie wnętrz i kultura

- Zaangażowanie młodego pokolenia:

- treści eksplorujące wartości i relacje
- angażowanie młodych czytelników poprzez przyjazny interfejs pozwalający im na eksplorację związków pomiędzy historią a jej odzwierciedleniem w modzie, kulturze muzycznej i literackiej, wielkich plenerowych festiwalach i kameralnych, ale istotnych wydarzeniach kulturalnych
- specjalne wydania poświęcone młodemu pokoleniu, z regularnymi sekcjami tworzonymi dla młodych ludzi, przez młodych ludzi



OBSZARY KONTENTU



360° KONCEPT



druk - prasa

6 wydań magazynu + wydania specjalne

digital

strona internetowa
i social media

+

GQ Podcasts

GQ Radio

GQ YouTube

redakcja blisko ludzi

(na warszawskiej
Pradze)

+

GQ Coffee Bar

GQ Gallery

wydarzenia, eventy, spotkania
i projekty specjalne

STRATEGIA DIGITAL

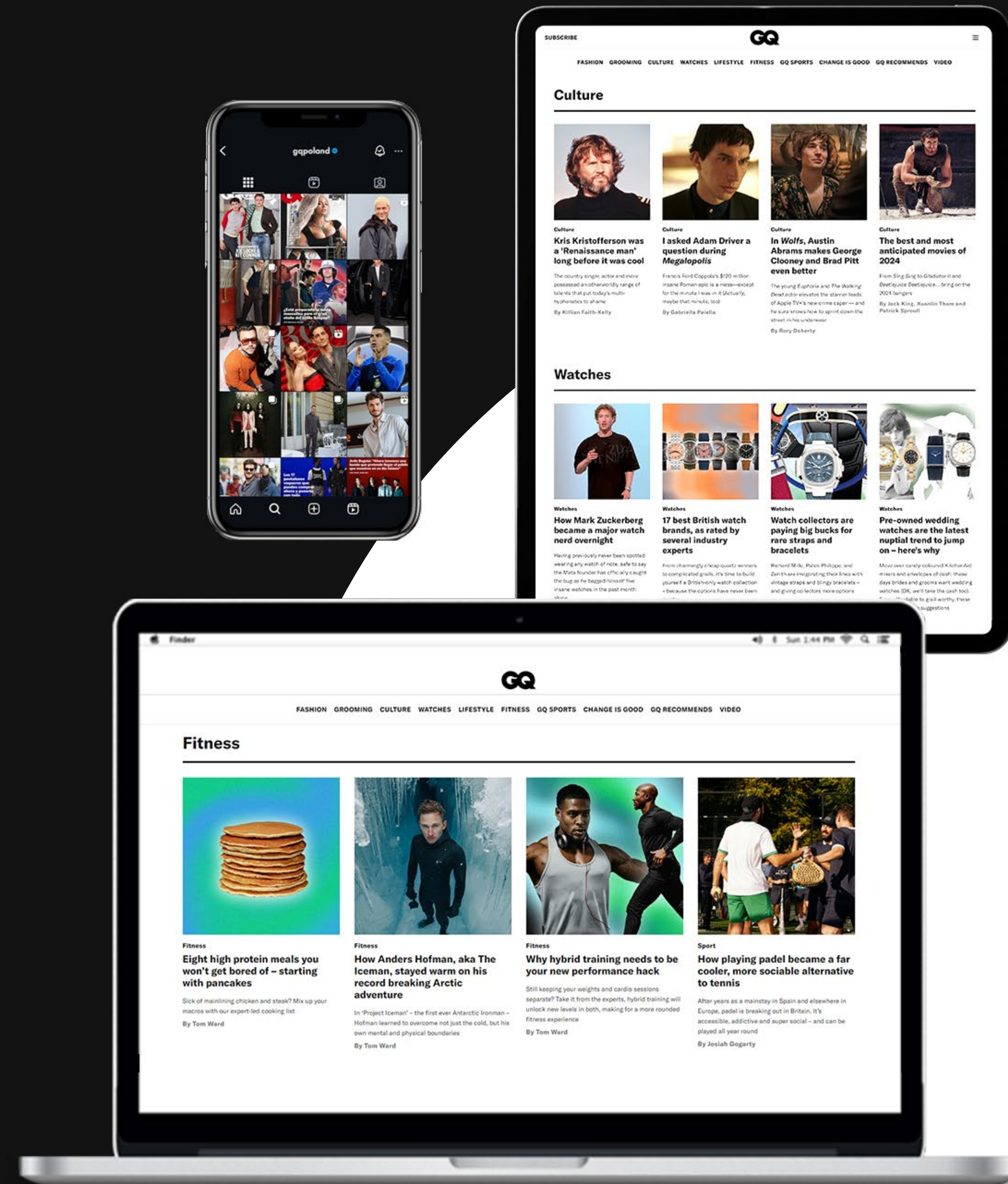
Chcemy nie tylko uczestniczyć w dyskusjach na tematy ważne dla mężczyzn, ale przede wszystkim je inicjować.

Stawiamy na magazynową jakość treści. Zawartość serwisu będzie ambitna, inspirująca i jednocześnie aktualna oraz nieoderwana od życia codziennego czytelników z całej Polski. Chcemy zaskakiwać poprzez formę i unikatowe podejście do tematów oraz promować najlepsze dziennikarstwo i najlepszych autorów w swoich dziedzinach.

Przyświeca nam cel tworzenia takich materiałów, które chcesz wysłać znajomym do przeczytania.

Strategia rozwoju i dotarcia do odbiorców:

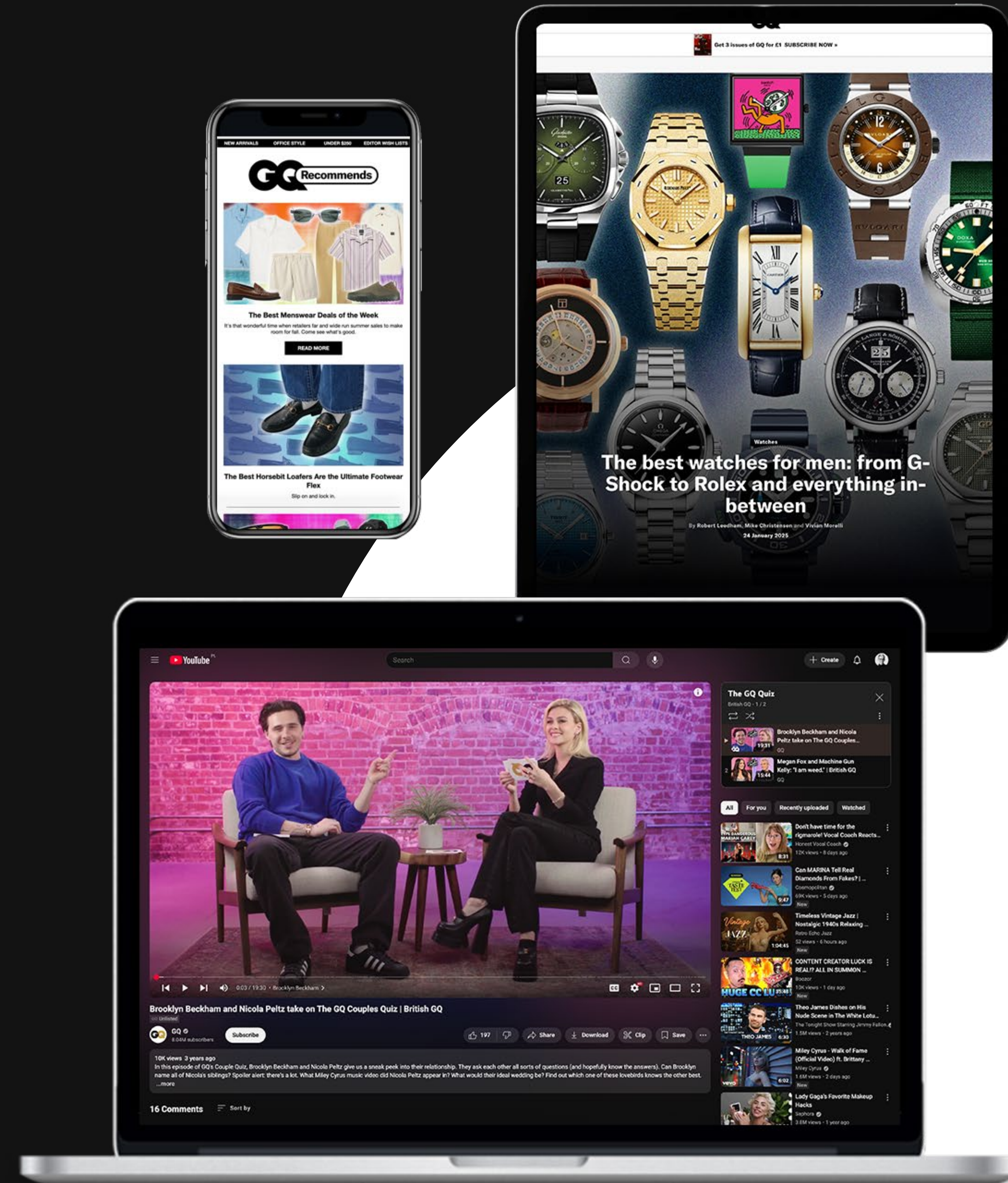
- od samego początku budowanie społeczności w social mediach na m.in. Instagramie, Facebooku, YouTube i TikToku
- dywersyfikacja ruchu, skupienie się na różnych źródłach
- pozyskiwanie czytelników przez działania online oraz offline
- nawiązywanie kontaktu z odbiorcami z całej Polski poprzez specjalnie dedykowane im cykle redakcyjne



STRATEGIA DIGITAL

Możliwości współpracy dla partnerów reklamowych:

- efektywna siatka reklamowa przyjazna użytkownikowi, ale spełniająca ustalone założenia reklamowe
- nowoczesne i wygodne rozwiązania programowe i technologiczne
- długoterminowe lub tymczasowe partnerstwa przy wybranej sekcji, podcaście lub cyklu w ramach serwisu lub social mediów
- standardowe treści sponsorowane w formie artykułów, video, postów, lokowanie produktów
- obecność w newsletterze, którego w takiej jakości nie ma jeszcze na Polskim rynku
- niestandardowe projekty obejmujące wszystkie lub wybrane kanały
- zaangażowanie redakcji GQ w powstawanie treści dla partnerów
- marketing afiliacyjny
- projekty skrojone na miarę i dopasowane do oczekiwań oraz założeń partnerów



HARMONOGRAM WYDAWNICZY

numer wydania	dostarczenie materiałów	pierwszy dzień sprzedaży
numer launch	30.10.2025	27.11.2025
01/2026	21.01.2026	11.02.2026
02/2026	18.03.2026	8.04.2026
03/2026	20.05.2026	3.06.2026
numer extra	4.06.2026	25.06.2026
04/2026	30.07.2026	20.08.2026
05/2026	16.09.2026	7.10.2026
numer extra	28.10.2026	18.11.2026
06/2026	18.11.2026	9.12.2026



CENNIK (prasa)

powierzchnia	cena (PLN netto)
rozkładówka otwierająca	580 000
rozkładówka	480 000
II okładka	480 000
III okładka	280 000
IV okładka	480 000
prawa strona	280 000
lewa strona	180 000

dopłaty	cena (PLN netto)
przygotowanie reklamy	+ 20%
pierwsza reklama w sekcji magazynu	+ 20%
reklama przy wybrany materiale	+ 20%
drugi reklamodawca	+ 15%

Niestandardowe formy reklamy do indywidualnej kalkulacji.



KONTAKT



DZIAŁ REKLAMY

Zbigniew Kokot	zbigniew.kokot@gq.pl tel. 600 909 441
Katarzyna Ryciak	katarzyna.ryciak@gq.pl tel. 692 440 134
Magdalena Jaworska	magdalena.jaworska@gq.pl tel. 793 797 979