



Zukunftspakt Apotheke
GEMEINSAM. STÄRKER.

**Hubert Burda Media Holding
Kommanditgesellschaft**

Corporate Communications
Hubert-Burda-Platz 1
77652 Offenburg

Verena Bücher
Tel.: +49 781 84 3243
Mobil: +49 171 30 66 820
verena.buecher@burda.com
www.hubert-burda-media.de

**NOWEDA
Apothekergenossenschaft eG**

Unternehmenskommunikation
Heinrich-Strunk-Straße 77
45143 Essen

Stefan Heine
Tel.: +49 201 80 22 630
Fax: +49 201 80 22 624
presse@noweda.de
www.noweda.de

Presseinformation

***My life* begeistert in Leserbefragung!**

Markenfamilie bietet ab Januar 2020 für die Vor-Ort-Apotheken auch einen *My life* Senioren-Ratgeber an

Medizinisch fundiert, modern und unterhaltsam

My life kann seine Leser von Beginn an durch sein modernes und zeitgemäßes Konzept überzeugen. Im Rahmen der umfangreichen Leserbefragung attestieren 98% der über 2.000 Studienteilnehmer dem neuen Apotheken-Kundenmagazin einen medizinisch fundierten Gesundheitsjournalismus. 99% der Teilnehmer finden sowohl, dass *My life* nützliche Informationen und Tipps liefert als auch gleichermaßen Spaß beim Lesen bringt sowie für Unterhaltung sorgt (98%). Durch diese perfekte Kombination hat *My life* seine Leser von Beginn an überzeugt. 96% finden *My life* modern!

Schon mit der 7. Ausgabe gaben 50% der Befragten an, bereits drei *My life*-Ausgaben und mehr gelesen zu haben. Dass *My life* bei den Apothekenkunden sehr gut ankommt, spiegelt sich insbesondere in der zukünftigen Leseabsicht wider. 95% der Teilnehmer wollen *My life* künftig häufig bis regelmäßig lesen. 98% der regelmäßigen Apotheken Umschau-Leser unter den Befragten gefällt die *My life* genauso gut, besser oder gar viel besser als die Apotheken Umschau.

Intensives Leseverhalten

My life-Leser nehmen eine Ausgabe durchschnittlich 3,8-mal zur Hand und beschäftigen sich damit insgesamt 108 Minuten. Damit liegt *My life* in der Beschäftigungshäufigkeit und -dauer über den aktuellen Vergleichswerten der Apotheken Umschau.¹ Nach Schulnoten wird *My life* in der Leserbefragung im Schnitt insgesamt mit einer 1,5 bewertet und erzielt hier ein Top-Ergebnis. Dabei gaben 54% aller Befragten *My life* die Bestnote 1.

Starke Bindung an Vor-Ort-Apotheken

„Diese ersten Marktforschungsergebnisse aus der direkten Leserbefragung sind sehr erfreulich und bestätigen die Chefredakteure Silvia von Maydell und Klaus



Dahm mit ihrem Team nachhaltig in der konzeptionellen und redaktionellen Ausrichtung von *My life*“, sagt Geschäftsführer Kay Labinsky (BurdaLife). „Die Umfrageergebnisse belegen zudem eine starke Bindung der *My life*-Leser an die Vor-Ort-Apotheken“, betont Labinsky. Knapp ein Viertel der Befragten geht einmal pro Woche in eine Vor-Ort-Apotheke, weitere 70% mehrmals, bzw. mindestens einmal pro Monat. Nahezu zwei Drittel aller Befragten kaufen bzw. lösen dabei häufig rezeptpflichtige Arzneimittel in der Vor-Ort-Apotheke ein. 79% der befragten *My life*-Leser haben dafür eine Stammapotheke.

Erweiterung der *My life*-Markenfamilie

Ab Januar 2020 haben die Vor-Ort-Apotheken innerhalb des „Zukunftspakts Apotheke“ die Möglichkeit, für ihre Kunden auch den *My life* Senioren-Ratgeber zu beziehen. Das *My life*-Portfolio mit dem Hauptmagazin, der TV-Ausgabe, dem *My life*-Rätselheft sowie dem Kinderheft „Platsch“ und dem Spezialmagazin „Gut leben mit Diabetes“ (beide ab Oktober 2019 in monatlicher Erscheinungsweise) erhält mit dem monatlichen Senioren-Ratgeber noch eine weitere Line-Extension. Der Senioren-Ratgeber wird im Rahmen der Expopharm (25.-28.9.2019 in Düsseldorf) vorgestellt und kann ab dem Zeitpunkt von Apotheken vorbestellt werden.

Datenbasis der *My life*-Leserbefragung

An der ersten *My life*-Leserbefragung haben im Zeitraum vom 1.-20. Juli 2019 insgesamt 2.188 Personen teilgenommen. Die Fragebögen, die der 7. *My life*-Ausgabe (13/19 vom 1. Juli 2019) beilagen und zeitgleich auch unter www.my-life.de online ausgefüllt werden konnten, wurden von dem unabhängigen Institut ASS – Analyse & Statistik Service Wernigerode ausgewertet. Die Ergebnisse der Leserbefragung finden Sie unter: www.zukunftspakt-apotheke.de/mylifeleserbefragung.

My life ist eines der Kernelemente des „Zukunftspakts Apotheke“ von NOWEDA und Hubert Burda Media zur Stärkung der Vor-Ort-Apotheken in Deutschland. Das neue Apotheken-Kundenmagazin ist seit Anfang April 2019 auf dem Markt und kann bereits eine IVW-geprüfte Millionenaufgabe vorweisen. *My life* verzeichnet einen durchschnittlichen Gesamtverkauf für die Ausgaben A + B in Summe von 2.301.033 Exemplaren pro Monat (IVW II/2019).

¹ Verlagsangaben: Wort und Bild Verlag (www.wortundbild-media.de), Anzeigentarif 2019, Quelle: Copytest 1B/18, GfK MCR / Eine Ausgabe der Apotheken Umschau wird durchschnittlich 3 Mal zur Hand genommen. Die Lesedauer pro Ausgabe liegt durchschnittlich bei 85 Minuten.

Essen/Offenburg, 12.08.2019