

## „Duell an der Theke“

Veröffentlicht: Juni 2019 | [www.crossmedia.de](http://www.crossmedia.de)

Quelle: HORIZONT 23/2019

**Seit April erscheint das Apotheken-Magazin „My Life“ und tritt somit in den direkten Wettbewerb zur „Apotheken Umschau“. Susanne te Poel, stellvertretende Geschäftsführerin von CROSSMEDIA, analysiert Stärken und Schwächen des Apotheken-Klassikers und liefert ihre Einschätzung zur Rolle des Newcomers als Werbeträger:**

Newcomer My Life hat den Angriff auf die Apotheken Umschau gestartet – und kommt bei Planern gut an

Das Bild vom Platzhirsch passt für wenige Zeitschriften so gut wie für die Apotheken Umschau [AU]. Seit das Magazin vor mehr als 63 Jahren gegründet wurde, hat es die Apotheken der Republik erobert – und dominiert dort seit gefühlter Ewigkeit die Pressetheke. Vielleicht hat Burda nun aber ein Rezept gefunden, um die Vormachtstellung zu brechen. Am 1. April erschien die Erstausgabe von My Life. Das Magazin kommt im selben Rhythmus wie die Apotheken Umschau, alle 14 Tage, und verbreitet derzeit 1,15 Millionen Exemplare pro Ausgabe. Zum Vergleich: Der Klassiker aus dem Wort & Bild Verlag verkaufte im 1. Quartal durchschnittlich knapp 4,5 Millionen Hefte pro Erscheinung.

[...]

Im Media- und Werbemarkt erntet My Life bisher positives Feedback. „Die publizistische Qualität der ersten Ausgaben macht einen ausgesprochen guten, kompetenten und frischen Eindruck“, sagt Susanne te Poel, stellvertretende Geschäftsführerin der Agentur Crossmedia. Der Newcomer sei „mit ernst zu nehmender Wucht in den seit Jahrzehnten scheinbar besetzten Markt der Apothekenmagazine eingetreten“.

[...]

Während My Life Apotheker, Leser und Werbekunden erst überzeugen muss, kann die AU auf Leistungswerte wie enorme Reichweite, hohe Lesedauer und Werbewirkung verweisen.

Zweifellos Stärken, die die Apotheken Umschau „für viele Marken zu einem nicht zu umgehenden und etablierten Player macht“, so Crossmedia-Managerin te Poel. Im Anzeigengeschäft vermisst sie mitunter „modernen Pragmatismus und Flexibilität in der Zusammenarbeit. Da merkt man dem Vermarktungsumfeld der Apotheken Umschau manchmal leider ihre über viele Jahre gewachsene Alleinstellung an.“



[...]

## **„Duell an der Theke“**

Veröffentlicht: Juni 2019 | [www.crossmedia.de](http://www.crossmedia.de)

Quelle: HORIZONT 23/2019

**Das gesamte Interview mit Susanne te Poel und weiteren Experten finden Sie in der HORIZONT – Ausgabe 23, Juni 2019.**