

MDR-JUMPHÖRER - ANZEIGEN

GLEICHES BUDGET:
MDR JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**23,9% PLUS
FÜR BEAUTY***



* Pflegende Kosmetik
 In JUMA 2011/8 erreichen Sie in Mittel-
 deutschland bei gleichem Budget
 23,9% mehr Nettoausgaben, wenn Sie
 MDR JUMP zu Plus haben.
 Und es gibt noch mehr Nettochancen
 für Beauty.

**MDR-JUMPHOERER.DE KLICKEN
UND WIR BEWEISEN ES IHNEN.**

MDRW | WWW.MDRW.DE | 030 25071-10000 | WWW.MDR-DEUTSCHLAND.DE | 030 25071-10000

GLEICHES BUDGET:
MDR JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**34,6% PLUS
FÜR BEAUTY***



* Parfum und Eau de Toilette
 In JUMA 2011/8 erreichen Sie in Mittel-
 deutschland bei gleichem Budget
 34,6% mehr Nettoausgaben, wenn Sie
 MDR JUMP zu Plus haben.
 Und es gibt noch mehr Nettochancen
 für Beauty.

**MDR-JUMPHOERER.DE KLICKEN
UND WIR BEWEISEN ES IHNEN.**

MDRW | WWW.MDRW.DE | 030 25071-10000 | WWW.MDR-DEUTSCHLAND.DE | 030 25071-10000

MDR JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2011

GLEICHES BUDGET:
MDR JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**34,8% PLUS
FÜR URLAUBSREISEN***



* Reisebuchung im Internet
8. Januar 2011 für einen Tag im Mitteldeutschland bei gleichem Budget.
34,8% mehr Nettobuchung, wenn die MDR Jump im Plus bucht, sind es gibt noch mehr Netzbuchungen für Unternehmen.

**MDR-JUMPHOERER.DE KLICKEN
UND WIR BEWEISEN ES IHNEN.**

MDRW

GLEICHES BUDGET:
MDR JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**22,9% PLUS
FÜR KOSMETIK***



* Kosmetik im Internet
8. Januar 2011 für einen Tag im Mitteldeutschland bei gleichem Budget.
22,9% mehr Nettobuchung, wenn die MDR Jump im Plus bucht, sind es gibt noch mehr Netzbuchungen für Unternehmen.

MDR JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2011

GLEICHES BUDGET:
MDR JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

20,4% PLUS
FÜR URLAUBSREISEN*



* Erholungs- und Familienurlaub
In SUMMA 2011/12 erreichen Sie in Mittel-
deutschland bei gleichem Budget
20,4% mehr Nettoerlöse, wenn Sie
MDR JUMP im Plan buchen.
Und es gibt noch mehr Möglichkeiten
für Urlaubsmotiv.

MDR-JUMPHOERER.DE KLICKEN
UND WIR BEWEISEN ES IHNEN.

MDRW | WERBUNG FÜR MDR JUMP | WWW.MDR-JUMPHOERER.DE | 030 266 90 20 20

GLEICHES BUDGET:
MDR JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

31,5% PLUS
FÜR URLAUBSREISEN*



* Bade- und Sommerurlaub
In SUMMA 2011/12 erreichen Sie in Mittel-
deutschland bei gleichem Budget
31,5% mehr Nettoerlöse, wenn Sie
MDR JUMP im Plan buchen.
Und es gibt noch mehr Möglichkeiten
für Urlaubsmotiv.


MDR-JUMPHOERER.DE KLICKEN
UND WIR BEWEISEN ES IHNEN.

MDRW | WERBUNG FÜR MDR JUMP | WWW.MDR-JUMPHOERER.DE | 030 266 90 20 20

MDR JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2011

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

37.7% PLUS FÜR SWEETS*



*** Bonbons und Kaugummi**
Im Sommer 2011 erreicht die in Mittel-
deutschland bei gleichem Budget
37,7% mehr Nettoerlöse,
wenn die JUMP an den Start,
und es gibt noch viele Nettoerlöse
bei Süßwaren.

**KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.**

MDR W WIR WERBEN IN LUFT UND MEDIEN. WWW.JUMPHOERER.DE, 1. HALB- UND VORHERGANGEN DE

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

35.2% PLUS FÜR SWEETS*



*** Schokolade und
Knabberer**
Im Sommer 2011 erreicht die in Mittel-
deutschland bei gleichem Budget
35,2% mehr Nettoerlöse,
wenn die JUMP an den Start,
und es gibt noch viele Nettoerlöse
für Süßwaren und Knabberer.

**KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.**

MDR W WIR WERBEN IN LUFT UND MEDIEN. WWW.JUMPHOERER.DE, 1. HALB- UND VORHERGANGEN DE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2011

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

21% PLUS FÜR SWEETS*



JUMP
MDR

* z.B. Pralinen:
In MDRM 2011 erreicht die in Mittel-
durchschnitt bei gleichem Budget
21% mehr Nettoumsatz, wenn die
Jump im Plan sind.
Das ist gleich mehr Nettoumsatz
für den Werbenden.

KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.

MDRW WIRTSCHAFTS- UND MEDIENRECHT WWW.JUMPHOERER.DE 1. HALB- UND VORBEREITUNG

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

33.7% PLUS FÜR AUTO*



JUMP
MDR

* z.B. flotte Franzosen,
zuverlässige Deutsche
und andere Fabrikate:
In MDRM 2011 erreicht die in Mittel-
durchschnitt bei gleichem Budget
33,7% mehr Nettoumsatz,
wenn die Jump im Plan sind.
Das ist gleich mehr Nettoumsatz
für den Werbenden.


KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.

MDRW WIRTSCHAFTS- UND MEDIENRECHT WWW.JUMPHOERER.DE 1. HALB- UND VORBEREITUNG

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2011

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**31,4% PLUS
FÜR AUTO***



* Autos der Mittelklasse:
3. Quartal 2011 erzielte die in diesem
Anzeihenmotiv gebuchte Budget
31,4% mehr Nettoerlöse,
wenn die JUMP im Film bucht.
Und es gibt noch mehr Nettoerlöse
für die Aufplanung.

**KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.**

MDRW WIR BEWEISEN ES DIR. JUMP. WWW.JUMPHOERER.DE, E-MAIL: WWW.BEWISSENESDIR.DE

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**31,3% PLUS
FÜR AUTO***



* Auto-Glas:
3. Quartal 2011 erzielte die in diesem
Anzeihenmotiv gebuchte Budget
31,3% mehr Nettoerlöse,
wenn die JUMP im Film bucht.
Und es gibt noch mehr Nettoerlöse
für die Aufplanung.

**KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.**

MDRW WIR BEWEISEN ES DIR. JUMP. WWW.JUMPHOERER.DE, E-MAIL: WWW.BEWISSENESDIR.DE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2011

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**23,7% PLUS
FÜR AUTO***

* Auto-Versicherung:
Im Herbst 2011 ersparst du in Mittel-
deutschland bei gleichem Budget
23,7% mehr Nettoversicherungs-
prämie als 2010 bei gleichem
Stand an gibt auch mehr Nettoerlöse
für die Aufspaltung.

**KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.**

MDRW | WERBUNG | 10115 BERLIN | WWW.JUMPHOERER.DE | TEL. 030 25000000

GLEICHES BUDGET:
JUMP ZUBUCHEN BRINGT MEHR NETTO.

**19,3% PLUS
FÜR AUTO***

* Navigationsgeräte:
Im Herbst 2011 ersparst du in Mittel-
deutschland bei gleichem Budget
19,3% mehr Nettoversicherungs-
prämie als 2010 bei gleichem
Stand an gibt auch mehr Nettoerlöse
für die Aufspaltung.

**KLICK JUMPHOERER.DE
UND WIR BEWEISEN ES DIR.**

MDRW | WERBUNG | 10115 BERLIN | WWW.JUMPHOERER.DE | TEL. 030 25000000

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2011

JUMPHÖRER UND SEKT: E

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die JUMP-Hörerinnen möchten Dir mit Ihrem Lieblingssekt zu Deinem Jahresgewinn gratulieren.

Bist Du denn dabei?
jumpoerer.de klicken und schnell noch gewinnen.



MDR W

JUMPHÖRER UND WEIN: N

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen JUMP-Hörer genießen ordentlichen Markenwein und möchten mit Dir auf Deinen JUMP-Gewinn anstoßen.

Bist Du dabei?
jumpoerer.de klicken und schnell noch gewinnen.



MDR W

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND SCHOKORIEGEL: R

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen JUMP-Hörer kribbeln wie die Weltmeister.

Ist Deine Marke dabei?
jumpoerer.de klicken und gewinnen.



Quelle: Youka 2010, 3. Semester 09. © JUMP, MDR-Werbung

MDR W MDR WERBUNG, 100 COTTEN STRASSE, 04109 LEIPZIG, TEL. 0341 3123-1000, FAX 0341 3123-1001, WWW.MDR-WERBUNG.DE

JUMPHÖRER UND SCHUHE: K

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Was gibt's Heißeres für die jungen JUMP-Hörerinnen als neue Schuhe.

Ist Deine Marke dabei?
jumpoerer.de klicken und gewinnen.



Quelle: Youka 2010, 3. Semester 09. © JUMP, MDR-Werbung

MDR W MDR WERBUNG, 100 COTTEN STRASSE, 04109 LEIPZIG, TEL. 0341 3123-1000, FAX 0341 3123-1001, WWW.MDR-WERBUNG.DE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND WINTERSPORT: M

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Männer im JUMP-Gebiet setzen eiskalt auf die richtige Wintersport-Ausrüstung.

Ist Deine Marke dabei? jump hoeren.de klicken und gewinnen.

MDR W

JUMPHÖRER UND AUSGEHEN: A

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

JUMP-Hörerinnen essen auch gern schnell mal was Leckeres unterwegs.

Ist Deine Marke dabei? jump hoeren.de klicken und gewinnen.

MDR W

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND SÜSSWAREN: E

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Ausgerechnet die jungen Männer im JUMP-Gebiet bezeugen großes Interesse an Pralinen und Co.

Ist Deine Marke dabei? jumphaerer.de klicken und gewinnen.



© Jumps Media 2010 & MDRW. Alle Rechte vorbehalten. MDRW ist ein eingetragenes Warenzeichen der MDRW-Marketing GmbH. MDRW ist ein eingetragenes Warenzeichen der MDRW-Marketing GmbH.

JUMPHÖRER UND KÜCHENEINRICHTUNG: U

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Logo: Die jungen JUMP-Frauen sind scharf auf neue Küchen.

Ist Deine Marke dabei? jumphaerer.de klicken und gewinnen.



© Jumps Media 2010 & MDRW. Alle Rechte vorbehalten. MDRW ist ein eingetragenes Warenzeichen der MDRW-Marketing GmbH. MDRW ist ein eingetragenes Warenzeichen der MDRW-Marketing GmbH.

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND SCHMUCK: U

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Da kennen sie nix:
Die jungen aufgeschlossenen
Männer im JUMP-Gebiet
interessieren sich
überdurchschnittlich
für Schmuck.

Ist Deine Marke dabei?
jumphaerer.de klicken
und gewinnen.



© Grafik: V. Müller 2010

MDR WERBUNG

JUMPHÖRER UND ELECTRONICS: C

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Da schau her:
Die JUMP-Hörerinnen haben
Elektronikspiele und Boards
entdeckt.

Ist Dein Angebot dabei?
jumphaerer.de klicken
und gewinnen.



© Grafik: V. Müller 2010, E. Thomsen 2010

MDR WERBUNG

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND UHREN: K

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Karriere-Männer im JUMP-Sendegbiet legen Wert auf angesagte Uhren.

Ist Deine Marke dabei?
jumphaerer.de klicken und gewinnen.



© Grafik: VPM&U 2010, S. 1, 1. Juni 2010, 10:00 Uhr

MDRW WERBUNG IN DER FACHPRESSE

JUMPHÖRER UND MILCHSNACKS: A

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Frauen im JUMP-Gebiet lieben leichte Milchshakes und Fruchtquark.

Ist Deine Marke dabei?
jumphaerer.de klicken und gewinnen.



© Grafik: VPM&U 2010, S. 1, 1. Juni 2010, 10:00 Uhr

MDRW WERBUNG IN DER FACHPRESSE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND REISEN: F

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Wer weiß das schon:
Die jungen Männer im JUMP-Gebiet
machen coole Städtereisen
und sind daher besonders
aufgeschlossen.

Ist Dein Angebot dabei?
jumphaerer.de klicken
und gewinnen.



© JUMP 2010. Alle Rechte vorbehalten.

MDRW MDR WERBUNG, SO GEHTS BESSER. MDR WERBUNG CAROL GUTZWALD STR. 36, 06108 LEIPZIG, TEL. 0341 710-1200, FAX 0341 710-1110 • INTERNET: WWW.MDR.WERBUNG.DE, E-MAIL: MDR.WERBUNG@MDR.DE

JUMPHÖRER UND GETRÄNKE: A

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Ganz klar.
Die JUMP-Hörerinnen
sind Mineralwasser-Fans.

Ist Deine Marke dabei?
jumphaerer.de klicken
und gewinnen.



© JUMP 2010. Alle Rechte vorbehalten.

MDRW MDR WERBUNG, SO GEHTS BESSER. MDR WERBUNG CAROL GUTZWALD STR. 36, 06108 LEIPZIG, TEL. 0341 710-1200, FAX 0341 710-1110 • INTERNET: WWW.MDR.WERBUNG.DE, E-MAIL: MDR.WERBUNG@MDR.DE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND FOTO/VIDEO: N

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Männer im JUMP-Gebiet haben höhere Affinitäten* zu Digitalfoto, Camcorder und Video.

Ist Deine Marke dabei? jumphaerer.de klicken und gewinnen.



*Quelle: Media 2010 & Medien 2011, Männer 20-39 Jahre, MDR-Gebiet

MDRW MDR WERBUNG, SO GEHTS BESSER. MDR WERBUNG GMBH, OTZOWER STR. 36, 06934 EUTRITZ, TEL. 0361 216-1200, FAX 0361 216-1209 • INTERNET: WWW.MDR-WERBUNG.DE, E-MAIL: MDR-WERBUNG@MDR.DE

JUMPHÖRER UND SPORTGERÄTE: U

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Donnerwetter: Die jungen Frauen im MDR-Sendegebiet interessieren sich mehr als der Bundesschnitt für Sport und Sportgerät.

Ist Deine Marke dabei? jumphaerer.de klicken und gewinnen.



*Quelle: Media 2010 & Medien 2011, Frauen 18-39 Jahre, MDR-Gebiet

MDRW MDR WERBUNG, SO GEHTS BESSER. MDR WERBUNG GMBH, OTZOWER STR. 36, 06934 EUTRITZ, TEL. 0361 216-1200, FAX 0361 216-1209 • INTERNET: WWW.MDR-WERBUNG.DE, E-MAIL: MDR-WERBUNG@MDR.DE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND BRILLEN: R

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Karriere-Männer im JUMP-Gebiet haben tatsächlich deutlich höhere Affinitäten* zu Brillen.

Ist Deine Marke dabei? jumpoerer.de klicken und gewinnen.



*Quelle: Statista 2010, © MDRW 2010

MDRW | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING

JUMPHÖRER UND FREIZEIT: E

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Im JUMP Gebiet sind die jungen Frauen äußerst interessiert an Freizeitaktivitäten wie Walking, Trekking, Wandern.

Ist Deine Marke dabei? jumpoerer.de klicken und gewinnen.



*Quelle: Statista 2010, © MDRW 2010

MDRW | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING | WERBUNGSMARKETING

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND SPORTSWEAR: R

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Männer hier achten sehr* auf die richtige Marke bei Sport, Sportkleidung und Sportgerät.

Ist Deine Marke dabei? jumpoerer.de klicken und gewinnen.

*Quelle: IMAH 2010, 1. Semester 2010, 18-24 Jahre, 80% Gesamt

MDRW | www.mdrw.de | 030 2507 1000 | www.mdrw.de | 030 2507 1000 | www.mdrw.de | 030 2507 1000 | www.mdrw.de | 030 2507 1000

JUMPHÖRER UND KÖRPERPFLEGE: E

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Frauen im JUMP Gebiet wählen ihre Marke sehr bewusst – z. B. in der Zahn- und Mundpflege.

Ist Deine Marke dabei? jumpoerer.de klicken und gewinnen.

*Quelle: IMAH 2010, 1. Semester 2010, 18-24 Jahre, 80% Gesamt

MDRW | www.mdrw.de | 030 2507 1000 | www.mdrw.de | 030 2507 1000 | www.mdrw.de | 030 2507 1000 | www.mdrw.de | 030 2507 1000

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER UND UNTERHALTUNGS-ELEKTRONIK: H

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Karriere-Männer hier haben ausgeprägte Interessen* an Musik und CDs – und den Geräten dazu.

Ist Deine Marke dabei? jumphaerer.de klicken und gewinnen.

*Quelle: Statista 2010, 1. Halbjahr 2010

MDR W MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE

JUMPHÖRER UND GARTEN: ö

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Die jungen Frauen im JUMP-Gebiet haben z.B. höhere Affinitäten zu Gartenpflege und Gartengeräten.

Ist Deine Marke dabei? jumphaerer.de klicken und gewinnen.

*Quelle: Statista 2010, 1. Halbjahr 2010

MDR W MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE MDR WERBUNG IN DER FACHPRESSE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER: M

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Frauen und Männer 34.
Ausgeprägte Affinitäten* zu

Qualität,
auch etwas teurer,
schicker Wohnung,
modernen Köchen,
Video, Internet,
Sport-Outfits,
Fitness und Wellness,
Süßigkeiten,
modischen Brillen,
pflegender Kosmetik,
Armbanduhren,
Reisen.

Ist Deine Marke dabei?
jumpoerer.de klicken
und gewinnen.



*Quelle: ISTAT 2010

MDR WERBUNG UND MEDIEN
VERBUNDUNG GMBH, LÖTZE 176, D-04109 LEIPZIG, TEL. 0341 3122-111, FAX 0341 3122-112, WWW.MDR-WERBUNG.DE

JUMPHÖRER UND BAUEN: P

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Schau an:
Hier sind es die jungen Frauen,
die die ausgeprägten
Interessen* an

Bauen und Renovieren,
Basteln, Heimwerken,
Do-it-yourself haben.

Ist Deine Marke dabei?
jumpoerer.de klicken
und gewinnen.



*Quelle: ISTAT 2010, ISTAT 2009, ISTAT 2008

MDR WERBUNG UND MEDIEN
VERBUNDUNG GMBH, LÖTZE 176, D-04109 LEIPZIG, TEL. 0341 3122-111, FAX 0341 3122-112, WWW.MDR-WERBUNG.DE

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2010

JUMPHÖRER: J

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Männer, Ø 34.
Ausgeprägte Affinitäten* zu

- Markenartikeln
- Teuren Sachen
- Kücheneinrichtungen
- Süßigkeiten
- Brillen
- pflegender Kosmetik
- Musikinstrumenten
- Fitness, Wellness
- Golfspielen
- Büchern
- Kino
- Reisen.

Ist Deine Marke dabei?
jumphaerer.de klicken
und gewinnen.



MDR W

JUMPHÖRER: U

DEINE NEUEN KONSUMENTEN.

Frauen in jungen Familien – Ø 34.
Ausgeprägte Affinitäten* zu

- Qualität,
- auch etwas teurer,
- schöner Wohnung,
- Videokameras,
- Online-Diensten,
- Altersvorsorge,
- schlanken Lebensmitteln,
- Babynahrung,
- Sport-Outfits,
- Sportschuhen,
- Fitness/Wellness,
- Abenteuerurlaub.

Ist Deine Marke dabei?
jumphaerer.de klicken
und gewinnen.



MDR W

JUMP – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2010