

MDRW-Anzeigen 2009

**UNSER
PARTNER BLEIBT
DIE WIRTSCHAFT.**

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil, Markenorientiert, Für Werbung aufgeschlossen, Kauftraudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTEN**

MDR1 ist ein Markenname der MDR1 Media Group. MDR1 ist ein Markenname der MDR1 Media Group. MDR1 ist ein Markenname der MDR1 Media Group.

MDRW

5. März 2010

**MAN KANN
WERKE
STILLEGEN.**

**ODER NEUE KÄUFER
FINDEN.**

Hier ist die Alternative:

**MDR1
DIE ZIELGRUPPE**



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig. Auch für die nächste Generation. Mit Nachholbedarf. Für den täglichen, monatlichen, jährlichen Konsum. Klicken Sie:
www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW

**DAS BESORGEN WIR UNS
JETZT:**

**Autos der Mittelklasse,
Mineralwasser mit
Geschmack, Bittergetränke,
Tonics, Weine, alkoholfreies
Bier, löslicher Kaffee: Cappuccino;
Einbauküchen, Kosmetika, alles
zum Heimwerken
alles für
Gartenarbeiten...**



Schauen Sie einfach mal in die VuMA 2009!

**MDR1
DIE ZIELGRUPPE**

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2009

**DAS LEISTEN WIR UNS
JETZT:**

Abenteuer-Urlaub,
Snowboarden, Skifahren,
Bildungsreisen, Wellness-
Urlaub, Wander-Urlaub, Trips
in Freizeitparks, Wohnzubehör,
Autos der Kompaktklasse, Kleinwagen...



Schauen Sie einfach mal in die VuMA 2009.

MDR1
DIE ZIELGRUPPE

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDR1 WIRTSCHAFTS- UND VERBRAUCHERANZEIGEN
VERLAGS- UND MEDIENGESELLSCHAFT MDR1 GMBH
VERGLEICHEN SIE DIE ANGABEN MIT DEN ANGABEN DER MEDIENANZEIGEN
UND DER MEDIENANZEIGEN. DIE ANGABEN SIND NUR EIN BEISPIEL FÜR DIE ANZEIGEN. DIE ANGABEN SIND NUR EIN BEISPIEL FÜR DIE ANZEIGEN.

**DAS KAUFEN WIR
JETZT:**

Gefrierkombinationen,
Tiefkühltruhen, Wäsche-
trockner, Geschirrspül-
maschinen, Elektroherde,
Videorecorder, Camcorder,
Radiowecker, Parfüm, Nagel-
lack, Hautcreme, Teppiche,
Gartenmöbel,
Tee, Kaffee,
Pflanzens, Pralinen,
Sekt, abgepackte Wurst...



Schauen Sie einfach mal in die VuMA 2009.

MDR1
DIE ZIELGRUPPE

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDR1 WIRTSCHAFTS- UND VERBRAUCHERANZEIGEN
VERLAGS- UND MEDIENGESELLSCHAFT MDR1 GMBH
VERGLEICHEN SIE DIE ANGABEN MIT DEN ANGABEN DER MEDIENANZEIGEN
UND DER MEDIENANZEIGEN. DIE ANGABEN SIND NUR EIN BEISPIEL FÜR DIE ANZEIGEN. DIE ANGABEN SIND NUR EIN BEISPIEL FÜR DIE ANZEIGEN.

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2009

**MAN KANN
SICH KRANK
SPAREN.**

**ODER GESUNDE
KÄUFERSCHICHTEN
ERSCHLIESSEN.**

Hier ist die Alternative:

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW

**MAN KANN
WERKE
SCHLIESSEN.**

**ODER NEUE KÄUFER
FINDEN.**

Hier ist die Chance:

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2009

MAN KANN
**DEN ETAT
KÜRZEN.**
ODER BESSER
NUTZEN.

Hier ist die Alternative:

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommenstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFT**

MDR1

MAN KANN
**DEN STAAT
ANPUMPEN.**
ODER TROTZ ALLEM
**MEHRUMSATZ
SCHAFFEN.**

Hier ist die Alternative:

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommenstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFT**

MDR1

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2009

**MAN KANN ZU
ANGIE & PEER
GEHEN
ODER
ZUM KUNDEN.**

Hier ist die Chance:
MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW WERBUNG
VERGLEICHEN SIE DIE WERBUNG MIT DEN WERBUNGSMOTIVEN DER ZIELGRUPPE
IN DER FACHPRESSE
VERGLEICHEN SIE DIE WERBUNG MIT DEN WERBUNGSMOTIVEN DER ZIELGRUPPE
IN DER FACHPRESSE

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2009



MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 1. Halbjahr 2009

**DIE EINEN MACHEN WAHLKAMPE
WIR MACHEN DEN UMSATZ**

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

DIE WERBE-BOTSCHAFTER

MDRW

UNSERE KOALITION IST STABIL.

2 MILLIONEN HÖRER.

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

DIE WERBE-BOTSCHAFTER

MDRW

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2009

**WIR BLEIBEN
DIE STÄRKSTE
FRAKTION**

TÄGLICH 2 MILLIONEN HÖRER.

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFT**

MDRW WIR BLEIBEN DIE STÄRKSTE FRAKTION. WERBUNGSDIENST LEISTUNG FÜR DIE MEDIENWIRTSCHAFT. DIESE ANZEIGEN SIND KEINE ZIELGRUPPE, SONDERN NUR EIN BEISPIEL FÜR DIE WIRTSCHAFTSRECHTLICHE VERWENDUNG VON MEDIENWIRTSCHAFTSRECHTLICHEN DATEN. WIR BLEIBEN DIE STÄRKSTE FRAKTION.

**NOCH 77
KONSUMTAGE**

BIS WEIHNACHTEN,
UM DAS JAHRESERGEBNIS
ZU VERBESSERN.

DURCH UNS:

MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFT**

MDRW WIR BLEIBEN DIE STÄRKSTE FRAKTION. WERBUNGSDIENST LEISTUNG FÜR DIE MEDIENWIRTSCHAFT. DIESE ANZEIGEN SIND KEINE ZIELGRUPPE, SONDERN NUR EIN BEISPIEL FÜR DIE WIRTSCHAFTSRECHTLICHE VERWENDUNG VON MEDIENWIRTSCHAFTSRECHTLICHEN DATEN. WIR BLEIBEN DIE STÄRKSTE FRAKTION.

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2009

**NOCH 70
KONSUMTAGE**
BIS WEIHNACHTEN,
UM DAS JAHRESERGEBNIS
ZU VERBESSERN.

DURCH UNS:
MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW
VERBUNDENES MEDIEN- UND WERBUNGSGESAMTSCHAFTEN
VERBUNDENES MEDIEN- UND WERBUNGSGESAMTSCHAFTEN

NU ABER LOS!
NOCH 62 KONSUMTAGE
BIS WEIHNACHTEN,
UM DAS JAHRESERGEBNIS
ZU VERBESSERN.

DURCH UNS:
MDR1
DIE ZIELGRUPPE



Einkommensstabil. Markenorientiert. Für Werbung aufgeschlossen. Kauffreudig.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFTER**

MDRW
VERBUNDENES MEDIEN- UND WERBUNGSGESAMTSCHAFTEN
VERBUNDENES MEDIEN- UND WERBUNGSGESAMTSCHAFTEN

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2009

ABSATZ BESCHLEUNIGER

für Konsumartikel

MDR1 DIE ZIELGRUPPE



Unverbraucht.
Einkommensstabil.
Markenorientiert.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFT**

MDRW MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000

ABSATZ BESCHLEUNIGER

für Handel und Dienstleister

MDR1 DIE ZIELGRUPPE



Unverbraucht.
Einkommensstabil.
Markenorientiert.

Anklicken: www.mdrw.de/mehrumsatz09

**DIE WERBE-
BOTSCHAFT**

MDRW MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000 MDRW ANZEIGEN 02 0000 00000

MDR1 DIE ZIELGRUPPE – Anzeigen in der Fachpresse, 2. Halbjahr 2009

DANKE FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT

MDRW

5. März 2010