Attraktive Sponsorenpakete für die Rennserie ADAC GT Masters in der Saison 2012/2013
63 Stunden TV-Liveübertragung in Kabel1 und Sport1 und 350.000 Zuschauer

Christian Bebion gehört zu den Aufsteigern der Jahre 2010 und 2011 und zu den vielversprechendsten Fahrern der Zukunft.

Christian Bebion begann seine Rennlaufbahn im Jahr 2004, stieg bereits 2008 in die SEAT Leon Supercopa im Rahmenprogramm der DTM ein, wo er sich mit 1 x 1. Platz, 3 x 3. Platz und 4 x 4. Platz als bester Deutscher platzierte.

Im Jahr 2012 startet Christian Bebion in der Rennserie ADAC GT Masters und hat als Ziel, in den nächsten 5 Jahren in den internationalen GT-Sport (GT3-Europameisterschaft, GT1-WM) aufzusteigen. Ein weiteres Ziel ist die Teilnahme am 24-Stunden-Rennen von Le Mans in der GT-Klasse.

Die Sponsoringpartner haben die Möglichkeit, ihn auf diesem
Weg aktiv zu unterstützen und zu begleiten. Dazu wird ein Fünf-Punkte-Plan angeboten:

1. Präsentation des Sponsors über Branding (Rennfahrzeug, Teamtruck, Box, Rennanzüge, Helme, Teamwear). Die Mitglieder des ca. 15-köpfigen Teams werden zu Markenbotschaftern des Sponsors

2. Besuch verschiedener Rennen als V.I.P. mit Transfer, Catering und Betreuung

3. Außergewöhnliche Erlebnisse und Events

4. Video- und Fotodokumentation der gesamten Saison

5. Ergänzende PR und ÖA

Weitere Informationen und die vollständige Sponsorenmappe können per eMail an g.dull@dull-entertainment.de oder telefonisch unter 07033-460490 angefordert werden.

Pressekontakt

Dull Entertainment GmbH

Herr Günter Dull
Bettina-von-Arnim-Weg 23
71120 Grafenau

dull-entertainment.de
g.dull@dull-entertainment.de

Firmenkontakt

Dull Entertainment GmbH

Herr Günter Dull
Bettina-von-Arnim-Weg 23
71120 Grafenau

dull-entertainment.de
g.dull@dull-entertainment.de

Die Firma Dull Entertainment GmbH ist eine Fachagentur für Erlebnismarketing und Eventkreation und für das gesamte Sponsoring und alle Events von Christian Bebion zuständig.

Die größte Stärke der Eventkreationen von Dull Entertainment ist, dass die anvisierte Zielgruppe erreicht wird.

Bei der Zielgruppenorientierung halten wie uns an das Motto: "Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler"

Anlage: Bild