



### **Kostenlose V.I.P. - Wochenendtickets für den Hockenheimring im Wert von rund 800,- EUR**

*Ein zeitlich begrenztes Angebot für die Rennen der Supersportwagen bei den ADAC GT Masters*

Christian Bebion gehört zu den Aufsteigern der Jahre 2010 und 2011 und zu den vielversprechendsten Fahrern der Zukunft. Er 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. Christian Bebion möchte im Jahr 2013 in der Rennserie ADAC GT Masters starten 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 Teilnahme von Christian Bebion ist jedoch nur mit Hilfe von Sponsoren möglich. Bei der Sponsorensuche bittet Christian Bebion um Unterstützung durch Weiterleitung dieser Information an Kunden, Kontakte und Freunde. Als Dankeschön für die Empfehlung und die Mühe gibt es bei Abschluss eines Sponsoringpakets 2 kostenlose V.I.P.-Tickets für ein ADAC GT Masters Rennwochenende auf dem Hockenheimring im Wert von rund 600,- EUR.

Das Sponsorenkonzept kann unter [www.dull-entertainment.de/Christian\\_Bebion\\_2013.pdf](http://www.dull-entertainment.de/Christian_Bebion_2013.pdf) abgerufen werden.

### **Pressekontakt**

Dull Entertainment GmbH

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

[dull-entertainment.de](http://dull-entertainment.de)  
[g.dull@dull-entertainment.de](mailto:g.dull@dull-entertainment.de)

### **Firmenkontakt**

Dull Entertainment GmbH

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

[dull-entertainment.de](http://dull-entertainment.de)  
[g.dull@dull-entertainment.de](mailto:g.dull@dull-entertainment.de)

Die Firma Dull Entertainment GmbH ist eine Fachagentur für Erlebnismarketing und Eventkreation.

Die größte Stärke der Eventkreationen von Dull Entertainment ist, dass die anvisierte Zielgruppe erreicht wird. Bei der Zielgruppenorientierung lautet das Motto: "Der Wurm muss dem Fisch schmecken und nicht dem Angler"

Anlage: Bild

