

German Open im Tanzen

Mangel an Sponsoren

STUTTGART (mad). Die German Open Championships (GOC) in der Stuttgarter Liederhalle haben eigentlich alles zu bieten, was Sponsoren als Gegenleistung gerne für sich beanspruchen: ein Weltklasse-Teilnehmerfeld, viele Zuschauer und genügend Fernsehpräsenz. Wie gesagt eigentlich. Denn was auch in diesem Jahr (12. bis 16. August) bei der 22. Auflage fehlt, das sind die Sponsoren. Und daran hat auch die Tatsache nichts geändert, dass der Veranstalter im vergangenen Jahr in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Tanzsportverband (DTV) eine Berliner Werbeagentur beauftragt hat, Geldgeber für das mit mehr als 5000 Starts weltgrößte Grand-Slam-Turnier zu akquirieren.

Das Ergebnis: „Wir haben keinen einzigen Werbepartner gefunden“, sagt der GOC-Geschäftsführer Wilfried Scheible. Und das ist für die Macher umso enttäuschender, wenn man bedenkt, dass dieser Posten im 650 000 Euro betragenden Etat ohnehin nur rund zehn Prozent ausmacht. „Wir hoffen, dass das in Zukunft anders wird“, sagt Scheible, der dennoch Grund zur Freude hat: „Die Kartennachfrage liegt um zehn Prozent höher als gegenüber dem Vorjahreszeitpunkt.“

www.goc-stuttgart.de