

Die Hanse- und Universitätsstadt Rostock führt eine Interessenbekundung durch. Im Ergebnis werden Partner für einzelne Sponsorenverträge ausgewählt. Die Ergebnisse stehen unter dem Vorbehalt der Entscheidung der Bürgerschaft.

Werbekonzepte sind diskriminierungsfrei und im Einklang mit den demokratischen Grundwerten umzusetzen.

Angebote sind für jeden Teil einzeln abzugeben. Inhaltliche Vorgaben entnehmen Sie bitte der untenstehenden Beschreibung. Es sind Verhandlungen in dem Zeitraum 02.07. – 16.07.2024 bei Bedarf vorgesehen.

Es besteht die Möglichkeit das Objekt zu besichtigen. Dazu wenden Sie sich bitte an Frau Casper, Telefon 0381 3814414, E-Mail: julia.casper@rostock.de, die auch bei Fragen zur Verfügung steht.

Nach Auswahl der Vertragspartner wird mit diesen ein Sponsoringvertrag abgeschlossen. Verantwortlich hierfür zeigt sich das Sportamt.

Nach Beendigung des Vertrages sind alle Werbeträger kostenfrei zurück zu bauen.

I. Arena Tschaikowskistraße 45 - Sponsorenpakete

Mit der Arena in der Tschaikowskistraße 45, 18069 Rostock, betreibt die Hanse- und Universitätsstadt Rostock seit Juni 2023 eine Multifunktions-Sport- und Veranstaltungsarena.

Die Arena läuft aktuell noch unter dem Namen „OSPA Arena“. Dieser Werbepartnerschaftsvertrag wurde gekündigt.

Es ist beabsichtigt, voraussichtlich zum September 2024 neue Partner zu finden.

Folgende Leistungen sind neu zu vergeben:

Titel 1: Namenspartnerschaft

Titel 2: Co-Sponsoren

Titel 3: Getränke Gastronomie Partnerschaft

Titel 4: Exklusiver Lieferant für Wurstwaren

II. Leistungsbeschreibung der einzelnen Titel

Titel 1: Namenspartnerschaft

Gegenstand der Leistung ist die Einräumung von Haupt-Werberechten zugunsten eines neuen Namenspartners der Arena. Dabei wird dem Namensgeber das Recht eingeräumt, sich im und am Gebäude vollumfänglich zu präsentieren.

Mit dem Angebot ist ein Namensvorschlag und Entwurfsideen einzureichen.

Leistungsumfang: siehe Tabelle Leistungsübersicht

Alle Werbemittel sind durch den Namenspartner zu finanzieren, zu stellen, anzubauen bzw. als gesonderte Leistung zu erbringen. Alle Layouts, Werbemittel und Materialien sind zuvor in Absprache

mit dem Auftraggeber abzustimmen.

Die Werbung ist bei allen öffentlichen und nicht öffentlichen Veranstaltungen in der Arena präsent.

Einschränkung: Die nutzenden Vereine der Arena haben das Recht während ihrer Veranstaltungen in den von ihnen dazu angemieteten Räumen, Sichtwerbung ihrer eigenen Sponsoren zu platzieren. Diese Werbungen sind allerdings nur kurzfristig für die Dauer der jeweiligen Veranstaltung zulässig (außer in den Kampfhallen).

Dauer der Leistung:

Mindestvertragslaufzeit von fünf Jahren mit einer fünfjährigen Verlängerungsoption der Parteien.

Gegenleistung:

Der Namenspartner der Arena zahlt der Hanse- und Universitätsstadt Rostock für die o.g. zu erbringenden Leistungen einen fest zu vereinbarenden Betrag. Die Höhe der Summe ist im Rahmen des Interessenbekundungsverfahrens zu benennen.

Titel 2: Co-Sponsoren

Die Arena bietet am Gebäude (im Eingangsbereich an den Türen) sowie im Gebäude festgelegte Möglichkeiten neben dem Namenspartner weitere Co-Sponsoren zu präsentieren.

Es ist beabsichtigt, Partnerschaften zu sieben Co-Sponsoren einzugehen.

Leistungsumfang: siehe Tabelle Leistungsübersicht

Alle Werbemittel sind durch den Partner zu finanzieren, zu stellen, anzubauen bzw. als gesonderte Leistung zu erbringen. Alle Layouts, Werbemittel und Materialien sind zuvor in Absprache mit dem Auftraggeber abzustimmen.

Die Werbung ist bei allen öffentlichen und nicht öffentlichen Veranstaltungen in der Arena präsent.

Einschränkung: Die nutzenden Vereine der Arena haben das Recht während ihrer Veranstaltungen in den von ihnen dazu angemieteten Räumen, Sichtwerbung ihrer eigenen Sponsoren zu platzieren. Diese Werbungen sind allerdings nur kurzfristig für die Dauer der jeweiligen Veranstaltung zulässig (außer in den Kampfhallen).

Dauer der Leistung:

Mindestvertragslaufzeit von fünf Jahren mit einer fünfjährigen Verlängerungsoption der Parteien.

Gegenleistung:

Der Co-Sponsor zahlt der Hanse- und Universitätsstadt Rostock für die o.g. zu erbringenden Leistungen einen Werbekostenzuschuss pro Leistungsmonat. Zahlungsvereinbarung individuell möglich.

Titel 3: Getränke Gastronomie Partnerschaft

Die Arena bietet mit dem Gastronomie-Bereich im Eingangsfoyer eine optimale Gelegenheit zur Präsentation eines Getränkepartners.

Leistungsumfang:

- in der Arena werden ausschließlich und ununterbrochen die von dem Partner hergestellten Getränke bezogen und zum Ausschank gebracht - Zusicherung der Exklusivität beim Ausschank
- die nach dem Vertrag zu beziehenden Getränke werden ausschließlich in produkteigenen Bechern ausgeschenkt (sofern gewünscht und sofern zur Verfügung gestellt)
- Werbeflächen in der Absatzstätte (im Eingangsfoyer sowie im VIP-Bereich), in der Halle sowie am Gebäude → siehe Tabelle Leistungsübersicht

Alle Werbemittel sind durch den Partner zu finanzieren, zu stellen, anzubauen bzw. als gesonderte Leistung zu erbringen. Alle Layouts, Werbemittel und Materialien sind zuvor in Absprache mit dem Auftraggeber abzustimmen.

Die Werbung ist bei allen öffentlichen und nicht öffentlichen Veranstaltungen in der Arena präsent.

Einschränkung: Die nutzenden Vereine der Arena haben das Recht während ihrer Veranstaltungen in den von ihnen dazu angemieteten Räumen, Sichtwerbung ihrer eigenen Sponsoren zu platzieren. Diese Werbungen sind allerdings nur kurzfristig für die Dauer der jeweiligen Veranstaltung zulässig (außer in den Kampfhallen).

Dauer der Leistung:

Mindestvertragslaufzeit von fünf Jahren mit einer fünfjährigen Verlängerungsoption der Parteien.

Gegenleistung:

Der Gastronomie-Partner zahlt der Hanse- und Universitätsstadt Rostock für die o.g. zu erbringenden Leistungen einen Werbekostenzuschuss. Die Höhe der Summe ist im Rahmen des Interessenbekundungsverfahrens zu benennen.

Titel 4: Exklusiver Lieferant für Wurstwaren

In der Arena werden ausschließlich die von dem Partner hergestellten und/oder vertriebenen Würste verkauft und die Branchenexklusivität zugesichert.

Eine Auswahl wird mittels Losverfahren getroffen.

Leistungsumfang: siehe Tabelle Leistungsübersicht

Alle Werbemittel sind durch den Partner zu finanzieren, zu stellen, anzubauen bzw. als gesonderte Leistung zu erbringen. Alle Layouts, Werbemittel und Materialien sind zuvor in Absprache mit dem Auftraggeber abzustimmen.

Die Werbung ist bei allen öffentlichen und nicht öffentlichen Veranstaltungen in der Arena präsent.

Einschränkung: Die nutzenden Vereine der Arena haben das Recht während ihrer Veranstaltungen in

den von ihnen dazu angemieteten Räumen, Sichtwerbung ihrer eigenen Sponsoren zu platzieren. Diese Werbungen sind allerdings nur kurzfristig für die Dauer der jeweiligen Veranstaltung zulässig (außer in den Kampfhallen).

Dauer der Leistung:

Mindestvertragslaufzeit von fünf Jahren mit einer fünfjährigen Verlängerungsoption der Parteien.

Gegenleistung

Der Partner liefert kostenfrei auf Abruf bis zu 10.000 Stk. Bratwurst / Bockwurst / Wiener Würstchen jährlich in die Arena.

III. Arena Präsentation

Die Gesamtfläche umfasst 5.084 m² als Gebäude- und Freifläche. Das Objekt wird u.a. als Sporthalle mit ausfahrbarer Tribüne, Kampfsporträumen, Raumschießstand, Fitness-Center mit Sauna/Solarium, Tanzschule, Physiotherapie-Praxis und Gaststätte usw. genutzt. Das Objekt liegt in einem Wohngebiet mit Wohn-, Geschäfts- und Bürogebäuden. Innerhalb des Bebauungsgebietes liegen vorrangig mehrgeschossige Gebäude mit Wohn- und Geschäftsnutzung. Um das Gebäude herum befinden sich PKW-Stellplätze. Das Gebäude befindet sich in einem gut nutzbaren und gepflegten Bauzustand mit zeitgemäßer Ausstattung.

a. Arenaprofil:

Eingangsfoyer mit Gastronomie

- großer einladender Eingangsbereich
- moderner Bartresen mit Barstühlen
- Schankanlage, Verkauf von Getränken und kalten sowie warmen Snacks
- Eis- und Getränkeautomat, Zigarettenautomat
- gemütlicher Loungebereich, der zum Verweilen einlädt
- 4 Stehtische mit Barhockern
- 2 LED TV Bildschirme zur Übertragung von Sportprogramm, Halleninformationen oder bei Bedarf von Werbefilmen

VIP-Lounge, Oberrang

- moderner VIP Bereich
- 167 Sitz- und 50 Stehplätze
- Stehtische mit Barhockern
- kleiner Tresen mit Schankanlage und Kühlschränken, Verkauf von Getränken
- Catering Bereich für Angebot eines externen Catering vorhanden

3-Feld-Halle

- ausfahrbare Teleskoptribüne mit 510 festen Sitzplätzen

- 1.250 qm Nutzfläche zuzüglich Oberrang mit 167 Sitz- und 50 Stehplätzen (VIP Bereich)
- zusätzliche Bestuhlung bei Veranstaltungen mit bis zu 250 Stühlen möglich
- 8 Mannschaftsumkleideräume mit Duschen
- moderne Ton-, Licht-, Video- und Anzeigetechnik
- Halle komplett verdunkelbar

Tanzsaal

- 300 qm Nutzfläche (teilbar mit Spiegelwand zur Doppelnutzung) zuzüglich Büro
- 2 Umkleideräume mit Duschen
- vermietet an die Tanzschule Ingo Habla

Gesundheitssportstudio mit Sauna

- 600 qm Nutzfläche mit Dachterrassen, Fitnessgeräten, Nass- und Trockensauna, Umkleideräumen und Duschen
- wird betrieben vom PSV Rostock e.V.

Raumschießanlage

- Schießhalle auf 300 qm
- vermietet an die Bundespolizei, alleiniger Nutzer

Boxhalle

- 200 qm Nutzfläche zuzüglich Trainerbüro
- 2 Mannschaftsumkleideräume mit Duschen
- vermietet an den PSV Rostock e.V.

Judohalle

- 200 qm Nutzfläche zuzüglich Trainerbüro
- 2 Mannschaftsumkleideräume mit Duschen
- vermietet an den PSV Rostock e.V.

Ringerhalle

- 200 qm Nutzfläche zuzüglich Trainerbüro
- 2 Mannschaftsumkleideräume mit Duschen
- vermietet an den PSV Rostock e.V.

Weitere Räumlichkeiten/ Mietflächen in der Arena

- Physiotherapie Holger Müller, ca. 100 qm
- Restaurant „Lucullus“ mit Außenterrasse, ca. 600 qm

b. Nutzung der Arena

Die Arena ist eine Schlüsselsportstätte, da sie zum einen als Schulsportstätte im Stadtteil Reutershagen von zentraler Bedeutung ist und zum anderen, mit ihren 677 Sitzplätzen (zusätzliche Bestuhlung bei Veranstaltungen mit bis zu 250 Stühlen möglich) als Sportveranstaltungsstätte für den ambitionierten Vereinssport in der Hansestadt Rostock genutzt wird. Darüber hinaus bildet sie die wesentlichste Trainingsstätte des PSV Rostock e.V. als mitgliederstärksten Verein (ca. 3.000 Vereinsmitglieder, davon ca. 1.600 Kinder & Jugendliche) in Mecklenburg-Vorpommern und Rostock.

Die Nutzung gestaltet sich in der Woche wie folgt:

- von 6.30 Uhr bis 15 Uhr verschiedene Schulen, Berufsschulen, Kindergärten, Vereine und Sportförderklassen → Auslastung derzeit über 90%
- von 15 bis 22 Uhr von verschiedenen Vereinen → Auslastung derzeit über 90%

Am Wochenende findet leistungsambitionierter Ligaspielbetrieb durch folgende Vereine statt:

- Rostocker Goalballclub Hansa / 1. Goalball Bundesliga
- SV Warnemünde / 2. Volleyball Bundesliga
- Rostock Seawolves / 2. Basketball Bundesliga PRO B, sowie Nachwuchsligamannschaften
- HC Empor Rostock / 3. Handball Bundesliga (perspektivisch Aufstieg in 2. BL)
- Rostock Dolphins / 3. Handball Bundesliga

Die Arena bietet als Multifunktions-Sport- und Veranstaltungsarena aber auch die Möglichkeit neben leistungsambitionierten Ligaspielbetrieb folgende Veranstaltungen und Events anzubieten:

- Rostocker Mode Messe
- Landesturnschau des Landesturnverbands MV
- Fight Night, Day oft the Fight
- Konzerte für SchülerInnen der Norddeutschen Philharmonie Rostock
- Mitgliederversammlung FC Hansa Rostock
- Sportkongress Landessportbund MV
- usw. usf.

IV. Abgabe der Angebote

Die Angebote im Rahmen der Interessenbekundungen sind an folgende Anschrift in Papierform zu senden:

Hanse- und Universitätsstadt Rostock
Zentrale Vergabestelle
Neuer Markt 3
18055 Rostock
z.H. Frau Klimpel Raum 347 oder Herrn Haustein Raum 369

Der Umschlag muss genau gekennzeichnet sein mit „Interessenbekundung Sportarena Teil ...“

Für jeden Teil ist ein extra Umschlag zu verwenden.

Die Interessenbekundungen sind bis zum 18.06.2024 einzureichen.

Die Zuschussangaben sollen monatlich angegeben werden. Für den Teil III kann zusätzlich eine Umsatzbeteiligung in Prozent angegeben werden.

Für die Entscheidung mit welchem Partner die Stadt zusammen arbeitet, wird der Werbekostenzuschuss (plus ggf. Umsatzbeteiligung) hinzugezogen. Teil IV wird im Losverfahren ermittelt. Weiterhin wird geprüft, dass keine Branchenkonkurrenz vorliegt. Die endgültige Entscheidung trifft die Bürgerschaft.

Mit dem Angebot ist ein Konzept einzureichen, in welchem die Leistungsanforderungen berücksichtigt wurden.

Anlage - Bildliche Darstellung der Arena und der Werbeflächen



Haupteingang mit Namenszug



Haupteingang mit Namenszug und weiteren Werbeflächen



Arena Seitenprofil mit Namenszug, Nebeneingang



Tresen im Eingangsbereich



Eingangsbereich mit Loungebereich, große Werbetafel



Eingangsbereich mit Blick auf den Tresen



Panorama Aufnahme der Halle mit Werbeflächen



Beispielbild mit Zuschauern



Oberrang, VIP Loge, Glastrennwände



Oberrang, VIP Loge