

Proposal für Sponsoren & Investoren | Juni 2024

Ein neuer Blick auf Hannover

Der  Gute Turm





Der Gute Turm

»Ganz oben schlägt
das Herz höher.«

Alles drin

Intro	4
Die Vision	6
Das Gute im Guten Turm	7
Daten und Fakten	8
Über den Turm	9
Fest verwurzelt im Herzen Hannovers	10
Ein Blick auf Hannover	11
Meilensteine und Projektphasen	12
Säulen zur Finanzierung	13
So viel mehr als nur eine Gute Idee	16
Der Gute Turm in aller Munde	18
Sponsoring	20
Möglichkeiten des Sponsorings	21
Verwendung der Sponsoringbeiträge	24
Finanzielle Herausforderungen	26
Was passiert bei Nichtrealisation?	27
Mögliche Beteiligungen als Investor	28
Unzählige Möglichkeiten	29
Die Initiatoren	30
Das Team	32
Kontakt	34
Unsere aktuellen Partner	35
Impressum und Haftungsausschluss	36

Intro

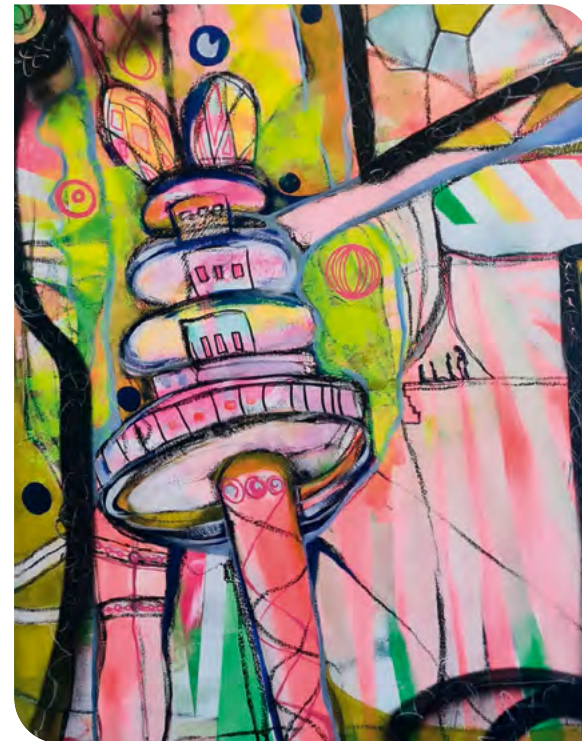
Zu verrückt, so anders gedacht, um möglich zu werden? Und was vereint Elon Musk, Marc Zuckerberg oder die Beatles mit den Initiatoren des „Guten Turms“ in Hannover?

Der feste Glaube daran, dass es sich lohnen kann, Wege zu beschreiten, die vorher nicht gegangen worden sind und die auf den ersten Blick allzu groß erscheinen, als dass man diese erfolgreich meistern könnte.



Was zunächst die Idee eines Einzelnen war, zieht mittlerweile immer mehr Menschen, auch weit über die Stadtgrenzen Hannovers, in ihren Bann. Der „Gute Turm“ in Hannover entwickelt sich derzeit als Pilot- und Initialprojekt für eine Reihe vergleichbarer Projekte in ganz Deutschland sein. Denn nahezu jede Stadt verfügt über Bauwerke die aus rein monetärer Perspektive auf den ersten Blick keine Zukunft haben, aber auf den zweiten Blick unfassbares Potential beinhalten, um zu echten places to be zu werden.

Klingt spannend? Dann werden Sie jetzt Teil einer ganz besonderen Erfolgsgeschichte.



Die Vision

Selten bietet sich die Gelegenheit, ein Wahrzeichen zu erwerben und seine über Jahrzehnte erworbene Strahlkraft an Bekanntheit und Glaubwürdigkeit für neue Geschäftsfelder nutzbar zu machen.

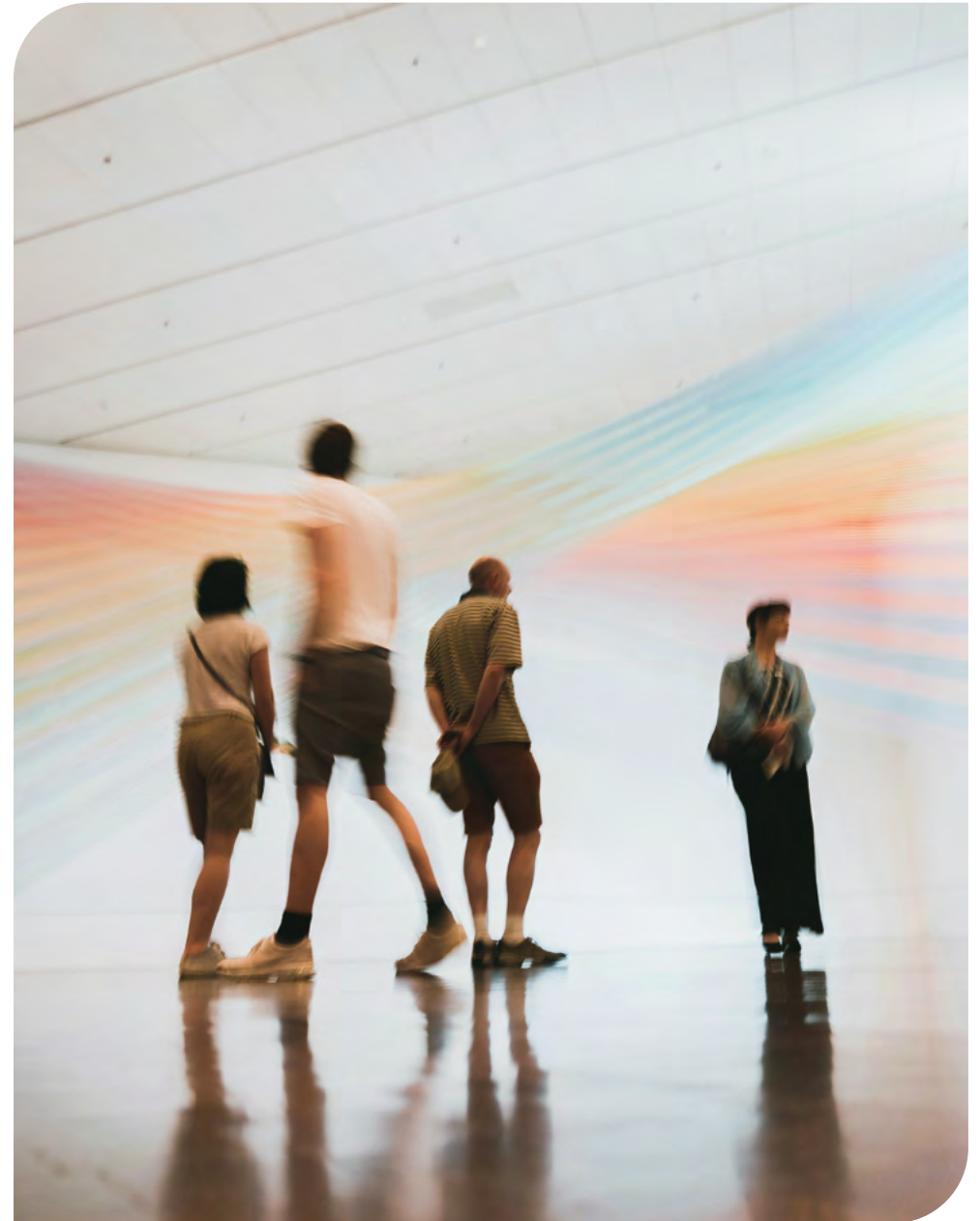
Wir retten mit Ihnen gemeinsam den VW-Turm in Hannover vor dem Abriss und transformieren ihn zu einem lebendigen Zentrum der Kultur, um Generationen zu verbinden und Besucher weltweit anzuziehen. Dies verbunden mit einem echten Social Impact und als Inkubator für nachhaltige weltweite Social Responsibility Projekte.



Das Gute im Guten Turm

Der Gute Turm soll zu einem Leuchtturm mit nachhaltig sozialer Wirkung in Hannover aber auch im Rahmen weltweiter Projekte werden. Anders als bei klassischen Projekt- und Revitalisierungsentwicklungen werden die zukünftigen Einnahmen des Turms nicht einzelnen Investoren, Eigentümern oder den Initiatoren des Projektes zugutekommen, sondern zu einem größten Teil in ausgewählte CSR-Maßnahmen fließen.

Das Pilotprojekt steht dafür, dass der zukunftsgerwandte Erhalt wichtiger und identitätsstiftender Wahrzeichen von Städten fernab von üblichen Business- und Finanzierungsmodellen gelingen kann.



Daten und Fakten

Über den Turm

141 m hoher
Fernsehturm

Im Jahr **2000** für 1 DM
von VW Nutzfahrzeuge
erworben

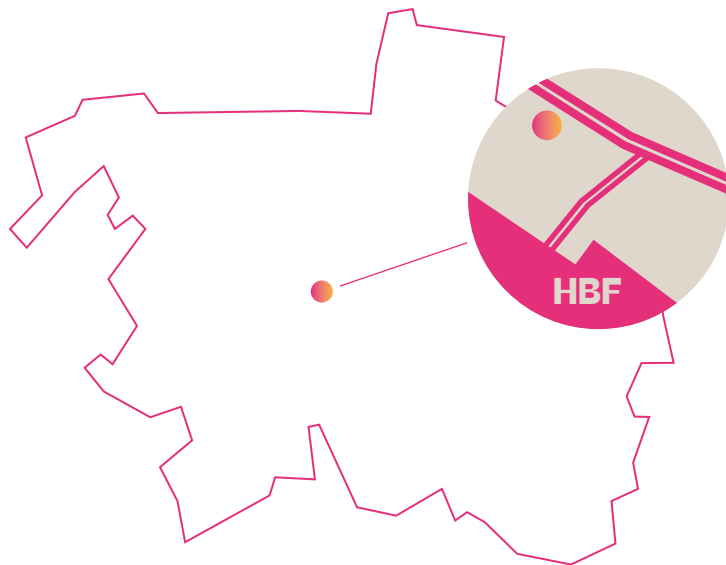
Bauzeit von
1958 bis **1959**

Stilllegung in den
1990er Jahren

Beleuchtung des Logos
2022 aufgrund der
Energiesparverordnung
abgeschaltet

Fest verwurzelt im Herzen Hannovers

Unmittelbar am Hauptbahnhof gelegen und flankiert von einer der meistbefahrenen Straßen der Stadt ist der Turm sowohl für Einwohner als auch Besucher nicht zu übersehen.



Ein Blick auf Hannover

1.175.000
Einwohner

47.900 €
Bruttoinlandsprodukt
je Einwohner

+16,8 %
Sozialversicherungs-
pflichtig Beschäftigte
zwischen 2012 und 2022

6 %
Arbeitslosenquote

101,9
Kaufkraftindex
je Einwohner

+5,4 %
Bevölkerungs-
entwicklung
zwischen 2013 und 2023

Die Meilensteine und Projektphasen



Säulen zur Finanzierung

Der Turm als Werbefläche

Unmittelbar nach Übergabe/Übereignung des Turms vom VW-Konzern auf die „Gute Turm Initiative“ wird der Turm zu einer der hochwertigsten Werbeflächen der Welt entwickelt, ähnlich ikonisch wie der Times Square. Dazu verpflichten wir die besten Lightmapping Künstler und Agenturen der Welt. Für jeweils einen Monat können Unternehmen die Werbefläche exklusiv buchen und lassen sich von einem Artisten ein Lichtgemälde gestalten, welches mittels modernster Projektionstechnik über die gesamte Höhe und den Umfang des Turms ausgespielt wird.

Wir etablieren im Zuge dessen einen hochwertigen Wettbewerb, die jeweils beste Kampagne eines Jahres wird mit einem an den Red Dot Award erinnernden Preis belohnt.

Die Werbeeinnahmen fließen zu 45 % in CSR-Maßnahmen und zu 45 % in den Turmerhalt. So decken wir die jährlichen Unterhaltskosten und sorgen zudem für greifbare Verbesserungen anderswo. Das Mittagessen können wir gerne in Ruhe genießen, wenn unsere Aktionäre bereits den Heimweg antreten.



Der Turm als Venue

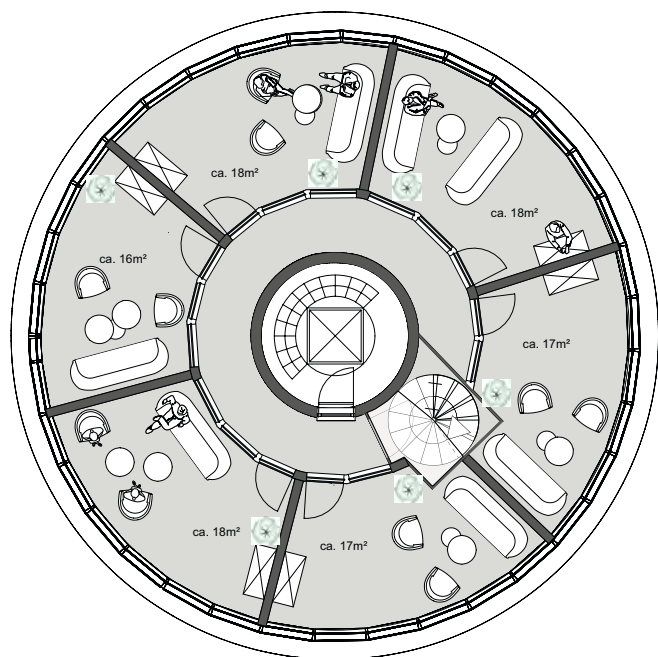
Die Fläche im oberen Turmabschnitt wird zu einem der exklusivsten Konzert Venues Deutschlands entwickelt. Dort findet dann einmal im Monat ein Konzert einer namhaften nationalen oder internationalen Band statt. Diese Turm-Konzerte werden ähnlich hochwertig und exklusiv wie die legendären MTV Unplugged Konzerte Bands werden da spielen wollen, es wird ein Must-have werden. Die 200 Tickets für die Konzerte werden nicht verkauft, sondern ausschließlich über eine „Lotterie“ verlost.

Das „BedeutungsLOS“ kostet 2 €/Monat, angestrebt ist eine Auflage von 2 Millionen Losen pro Monat. Jeder Los-Inhaber wird das Konzert im Livestream sehen können. Von diesen 2 € fließen 45 % in den Erhalt des Turms, 45 % an eine von der Band ausgewählte Organisation (Ärzte ohne Grenzen, United Charity, Viva con Agua, ...) und 10 % allg. Verwaltungskosten. So kommen jeden Monat rd. 1,8 Mio. für einen guten Zweck und 1,8 Mio. für Erhalt und Sanierung des Turms zusammen.



Der Turm als Plattform

Der „Gute Turm“ bietet zukünftig, aber auch schon aktuell ein breites Feld an Sponsoringmöglichkeiten für interessierte Unternehmen aber auch Einzelpersonen. Angefangen von einfachen Eventpartnerschaften, über wirkungsvolle Medienpartnerschaften bis hin zu unseren exklusiven Investoren-Lounges, die vergleichbar mit Hospitality Lounges in Bundesligastadien exklusiv, oder zeitlich befristet gemietet werden können.



Der Turm als Medienmagnet

Die Turmrettung soll als Doku-Format für das Fernsehen festgehalten werden, es gibt bereits interessierte Sender. Arbeitstitel der Doku: „The Tower of Love“. Die späteren Turm-Konzerte sollen zu Music-Specials auf einem Streamingportal werden, um den Bands und Künstlern ein

musikalisches Denkmal zu schaffen. Über diese Maßnahmen generieren wir weltweite Aufmerksamkeit für „Der Gute Turm“, sowie weitere fortlaufende Einnahmen für den Betrieb sowie den fortlaufenden Erhalt des Turms.



**So viel mehr
als nur eine
Gute Idee**

Das Konzept zum “Guten Turm” hat am 10.02.2024 das Licht der Welt erblickt.
In der kurzen Zeit seitdem haben wir schon erstaunlich viel geschafft:

- Logo und CD/CI entwickelt
- Website und Instagramkanal aufgebaut
- Mousse T. als Projektpartner und Initiator gewonnen
- Imagevideo mit Mousse T. gedreht und diverse Presseartikel platziert
- Den Abriss des VW-Turms aufgehalten und die Entscheidung um ein Jahr vertagt
- LOIs von NGOs und Unternehmen bekommen (u.a. Viva con Agua, KreHtiv Netzwerk, Cineteam Hannover, ...)
- Erste Sponsoren gefunden (bislang ca. 2 Millionen Euro an konkreten Leistungszusagen erhalten)
- Politik überzeugt, u.a. steht der Oberbürgermeister Belit Onay hinter dem Konzept
- Idee und Plan für flankierende Fernsehdokumentation entwickelt
- Fernsehsender und Streamingdienste akquiriert
- Erste Visualisierung und Nutzungskonzepte entwickelt
- Über 15 Partner gewonnen
- Ersten Businessplan entwickelt
- Steuerberatung als Sponsoring eingeworben
- Den Turm als Studi-Projekt an der Hochschule für Architektur platziert
- Ausstellung zum Turm im Aufhof geplant
- Modell des Turms aus LEGO im Maßstab 1:42 gebaut
- Weiterführende “Lotterien” in verschiedenen Sparten entwickelt (Sport, Klassik, Spiritualität, Elektro, ...)
- Ersten Werbepartner gefunden
- Investorenabend auf dem Turm in Vorbereitung
- Die Präsentation des Guten Turm Projekts auf der kommenden Real Estate Arena in Hannover initiiert
- Eine Teilnahme am Real Estate Social Impact Investing Award ist geplant

Der Gute Turm in aller Munde



Wird so der Telemoritz gerettet?

Projekt "Der gute Turm" hat ersten Investor gefunden

Hannovers alter Fernsehturm

+ Telemoritz als „Guter Turm“: OB Onay stellt sich hinter Projekt



Ausstellung im Zeichen des „Guten Turms“
Der Telemoritz als Kunstobjekt

Telemoritz-Rettung in Hannover nimmt konkrete Formen an

**VW: Rihanna und Ed Sheeran in Hannover?
Weltstars sollen Kult-Turm vor Abriss retten**

Sponsoring

Möglichkeiten des Sponsorings

Um unsere Vision des Guten Turms Wirklichkeit werden zu lassen, benötigen wir eine Vielzahl engagierter Unterstützer, Sponsoren und Investoren, d.h. Menschen und Unternehmen die diese Vision gemeinsam mit uns teilen und soziale Verantwortung als festen Bestandteil der eigenen Unternehmensstrategie sehen.

Für Sie als Sponsor der „ersten Stunde“ halten wir attraktive Sponsoringpakete bereit, deren Gegenwert – je nach Paket – merklich über den Ihrerseits investierten Sponsoringbeitrag liegen und mit dem Sie in ganz besonderem Maße auf Ebene des kulturellen und sozialen Engagements profitieren. Zudem leisten Sie damit einen wesentlichen Beitrag zum erfolgreichen Meistern der weiter unten beschriebenen wesentlichen Herausforderungen die es nunmehr kurz- und mittelfristig zu bewältigen gilt.

Die nachfolgend dargestellten Sponsoringpakete sind bezüglich der Laufzeiten so konzipiert, dass Sie als Unternehme(r)n optimal unmittelbar, vor Eröffnung und nach Eröffnung des Guten Turms nachhaltig profitieren.

Im Falle der Nichtrealisation einzelner Projektphasen geben Ihnen unsere klar definierten Rückerstattungsregelungen ein hohes Maß an Investitions- und Gewährleistungssicherheit (siehe auch „Was passiert bei Nichtrealisation?“)



Paket Bronze

Anzahl Sponsoringpartner nicht limitiert

Dieses beinhaltet u.a.

- Erlaubnis zur Verwendung des Siegels „Offizieller Sponsor des Guten Turms“
- Integration des Firmenlogos auf der Projektwebseite
- Platzierung Ihres Firmenlogos im Rahmen von Investoren- und Sponsorevents
- Nennung Ihres Unternehmens im Rahmen der offiziellen Press- und Medienarbeit
- Vergünstigte Mietmöglichkeit der zur Verfügung stehenden Veranstaltungsflächen in der konzertfreien Zeit (je nach Verfügbarkeit) (**)

Ihr Sponsoringbeitrag: ab 10.000 € (pro Jahr)
Dafür erhalten Sie einen Gegenwert in Höhe von bis zu 15.000 €

- 16.000 € (für 2 Jahre) (20 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 27.000 €)
- 19.500 € (für 3 Jahre) (35 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 40.000 €)
- 27.500 € (für 5 Jahre) (45 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 67.000 €)

Paket Silber

limitiert auf max. 12 Sponsoringpartner

Dieses beinhaltet ergänzend u.a.

- Kurzporträt Ihres Unternehmens auf der Projektwebseite
- Nennung Ihres Unternehmens im Rahmen diverser Publikationen (Social Media, Fachpresse, Vorträge und Präsentationen)
- Individuelle Führung durch den Guten Turm (*)
- Anteilige kooperative Nutzung (gemeinsam und in Absprache mit den weiteren Silber-Sponsoringpartnern) einer Sponsorenounge im Sponsoringzeitraum, (exkl. Catering und anderen veranstaltungsspezifischen Aufwendungen) (**)
- 400 kostenfreie „BedeutungsLOSE“ pro Monat mit der Chance eines oder mehrere der begehrten Konzerttickets zu gewinnen (**)
- Priorisierte und vergünstigte Mietmöglichkeit der zur Verfügung stehenden Veranstaltungsflächen in der konzertfreien Zeit (**)

Ihr Sponsoringbeitrag:
87.000 € (für 4 Jahre) (35 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 180.000 €)
125.000 € (für 5 Jahre) (45 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 300.000 €)

Paket Gold

limitiert auf max. 8-10 Sponsoringpartner

Dieses beinhaltet ergänzend u.a.

- Erlaubnis zur Verwendung des Siegels „Offizieller Sponsor des Guten Turms“
- Testimonial -/Shout-out Videotake mit Mousse T.
- Lightmapping-Werbepresenz in vorab zu definierenden Werbeslots in Kombination mit anderen Sponsoringpartnern (exklusive Konzeption und Realisation) (*)
- Anteilige kooperative Nutzung (mit maximal ein bis zwei weiteren Gold-Sponsoringpartnern) einer Sponsorenounge im Sponsoringzeitraum, (exkl. Catering und anderen veranstaltungsspezifischen Aufwendungen) (**)
- Nutzung der Veranstaltungsfläche in konzert- und veranstaltungsfreien Tagen für Tagungen, Meetings, Kundenveranstaltungen, etc. (exkl. Catering und anderen veranstaltungsspezifischen Aufwendungen; Umfang je nach Verfügbarkeit) (**)
- 600 kostenfreie „BedeutungsLOSE“ pro Monat mit der Chance eines oder mehrere der begehrten Konzerttickets zu gewinnen (**)
- Bereitstellung von bis zu 5 exklusiven Konzertkarten für das monatliche Konzerthighlight, inkl. Meet and greet sowie wechselnden AfterConcert Happenings (**)
- Einwebung in das Skript der geplanten Doku: „The Tower of Love“ (optional wenn realisierbar) (*)

Ihr Sponsoringbeitrag:
480.000 € (für 4 Jahre) (35 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 1,0 Millionen €)
690.000 € (für 5 Jahre) (45 % Nachlass)
(Wert des Pakets: 1,6 Millionen €)

Paket Platin

limitiert auf max. 2
Sponsoringpartner

Dieses beinhaltet ergänzend u.a.

- Erlaubnis zur Verwendung des Siegels „Premium-Sponsor des Guten Turms“
- Lightmapping-Werbepräsenz in vorab zu definierenden Werbeslots exklusiv und in Form einer „turmumfassenden“ Gesamtprojektion (exklusive Konzeption und Realisation) (*)
- Exklusive Nutzung einer gesamten Sponsorenounge für einen Zeitraum von einem Jahr (Optional: Branding der Lounge im Unternehmens-Corporate Design, exkl. Catering und anderen veranstaltungsspezifischen Aufwendungen) (**)
- 1.000 kostenfreie „BedeutungsLOSE“ pro Monat mit der Chance eines oder mehrere der begehrten Konzerttickets zu gewinnen (**)
- Bereitstellung von bis zu 10 exklusiven Konzertkarten für das monatliche Konzerthighlight, inkl. Meet and greet sowie wechselnden AfterConcert Happenings (**)
- „Powered by..“ Hinweis bei ausgesuchten Konzertveranstaltungen (optional und in Absprache mit Bandmanagement) (**)
- Einwebung in das Skript der geplanten Doku: „The Tower of Love“ (*)
- Einwebung in weitere TV-und Streamingformate (optional wenn realisierbar) (*)

Ihr Sponsoringbeitrag:

1,5 Millionen € (für 4 Jahre) (35 % Nachlass)

(Wert des Pakets: 3,2 Millionen €)

2,2 Millionen € (für 5 Jahre) (45 % Nachlass)

(Wert des Pakets: 5,4 Millionen €)

Paket Diamond

limitiert auf max. 1
Sponsoringpartner

Dieses beinhaltet ergänzend u.a.

- die exklusive Nutzung der gesamte Eventfläche für 50 Tage im Jahr (**)
- Namenspatenschaft „Der Gute Turm powered by ...“ (*)

Ihr Sponsoringbeitrag:

7,0 Millionen Euro (pro Jahr bis zur Eröffnung des Turms)

10 Millionen Euro (pro Jahr nach Eröffnung des Turms)

Als Diamond Sponsor sichern Sie sich exklusiv die maximale Präsenz im Rahmen des „Guten Turm“ Projekts.

Paket Individuell

Vielleicht haben Sie als potentieller Sponsoringpartner ganz individuelle und noch maßgeschneiderte Ideen und Wünsche für ein Sponsoring? Lassen Sie uns diesbezüglich gerne ins Gespräch kommen.

Bitte beachten Sie, dass einzelne Sponsoringleistungen erst nach erfolgreichem Abschluss einzelner Projektphasen greifen. Entsprechende Leistungen sind in den Paketbeschreibungen mit (*) = nach Erwerb oder (**) = nach Eröffnung) gekennzeichnet. Alle genannten Preise verstehen sich rein netto zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Verwendung der Sponsoringbeiträge

Die Welle des Zuspruchs, den das Projekt aktuell erfährt, ist bereits jetzt schon unfassbar groß. Auf allen Ebenen bieten Einzelpersonen, Unternehmen und auch die Stadt Hannover selbst den Initiatoren ein hohes Maß an Unterstützung an. Dies ist absolut großartig.

Um das Projekt nunmehr aber weiter in hohem Tempo nach vorne zu bringen, benötigen wir neben dem fortlaufenden Sponsoring auf Ebene von Dienst-/PR- und Sachleistungen (Leistungszusagen im Gegenwert von rund 2 Millionen Euro sind bereits zugesichert) insbesondere JETZT auch monetäre Sponsoringbeiträge.

Denn wenn gleich bis dato alle Projektbeteiligten und Förderer ihre Leistungen kostenfrei erbracht haben, stehen nunmehr Leistungsphasen an, die ohne entsprechende Liquidität nicht in der gebotenen professionellen Form zeitnah umgesetzt werden können.

Laut aktuellem Planungsstand sollen Sponsoringbeiträge daher in erster Linie für folgende Maßnahmen und Aktivitäten verwendet werden:

- Architektonische Planung inkl. Machbarkeitsstudie und erforderlicher Genehmigungsverfahren
- Konzeption und Realisation Werbefläche XXL: Ausbau des Guten Turms zu einer ikonischen, hochwertigen und einzigartigen Werbefläche
- Kampagnenbudget zur medienwirksamen bundesweiten Erweiterung der Sichtbarkeit des Projekts
- Eventbudget für kontinuierliche Placemaking-Aktivitäten am und im Objektstandort, sowie geplanter Sponsoren- und Investorenveranstaltungen
- Konzeption und Realisation eines zweiten Rettungswegs in Form eines außenliegenden Personenaufzugs
- Honorare für erforderliche externe anwaltliche, steuerliche und konzeptionelle Leistungen

Hinweis: Mittel, die für die eigentliche bauliche Transformation im weiteren Projektverlauf aufgebracht werden müssen, bleiben bei dieser Betrachtung zunächst außen vor, da sich die tatsächlichen Kosten und Aufwände erst nach eingehender Planung valide ermitteln lassen (siehe Meilensteine und Projektphasen).



Finanzielle Herausforderungen

Wenn gleich wir als Initiatoren fest und entschlossen an den Erfolg des Projektes glauben, sind wir als erfahrene Unternehmer, Projektentwickler und Initiatoren anderer anspruchsvoller Projekte ebenso realistisch bezüglich derjenigen Faktoren, die das Projekt herausfordernd machen und es im „worst case“ auch scheitern lassen könnten. Auf dem Weg zur Eröffnung des Guten Turms sind dabei im Wesentlichen drei maßgebliche Herausforderungen zu meistern:

Herausforderung 1

Für die Übereignung des VW-Turms von VW an eine noch zu gründende „Gute Turm Gesellschaft“ (voraussichtlich in Form einer Stiftung) muss seitens der Initiatoren sichergestellt sein, dass sowohl die Abrisskosten, aber auch die voraussichtlichen Kosten für die Sanierung des Turms in Höhe von insgesamt rd. 23 Millionen Euro getragen werden können. Rund 10 Millionen Euro dieses Betrages würden im Rahmen der Übereignung seitens des VW-Konzerns bereitgestellt werden, rd. 2 Millionen Euro könnten mittels akquirierter Bausachleistungen getragen werden. Die restlichen rund 11 Millionen Euro wäre seitens der Guten Turm Initiative vorzuweisen.

Herausforderung 2

Nach erfolgreicher Übereignung des VW-Turms beginnt die Transformation zum Guten Turm. Damit diese konkret erfolgen kann, ist im Rahmen einer professionellen Machbarkeitsstudie sowie einer architektonischer Entwurfsplanung verbunden mit einer belastbaren Kostenprognose die Durchführbarkeit des Projekts nachzuweisen

Herausforderung 3

In einer rund dreijährigen Bauzeit erfolgt die Transformation der VW-Turms zum Guten Turm. Die dafür derzeit geschätzten Kosten von rund 50 Millionen Euro sind dabei aus Sponsoren- und Investorengelder, aus Werbeeinnahmen der Lightmapping-Werbeflächen, sowie aus Fördermitteln nationaler und internationaler Förder-töpfe zu generieren.

Mit Ihrem Engagement als Sponsor können Sie einen wertvollen Beitrag zur Bewältigung dieser Herausforderungen leisten.

Was passiert bei Nichtrealisation?

Szenario 1

Für den Fall, dass die erste Projekthürde nicht genommen werden kann, erhalten Investoren Ihre Sponsorengelder abzüglich der bis dato nachgewiesenen projektbezogenen Ausgaben unverzinst zurück. Da bis zur Hürde 1 keine größeren nennenswerte monetären Projektkosten anfallen werden, wird der Rückzahlungsbetrag mit hoher Wahrscheinlichkeit nahe am getätigten Sponsorenbetrag liegen.

Szenario 2

Für den Fall, dass die Durchführbarkeit des Projekts – entgegen der aktuell grundsätzlichen positiven Prognose – lt. Machbarkeitsstudie, etc. nicht gegeben sein sollte, erhalten Sponsoren %-anteilig zu der Höhe ihres Sponsorings diejenigen Beträge unverzinst zurück, die oberhalb der oben genannten 11 Millionen Euro Grenze liegen, abzüglich der bis dahin nachgewiesenen projektbezogenen Ausgaben.

Szenario 3

Für den Fall, dass die Fertigstellung des Projekts bis zur Eröffnung nicht gelingen sollte, gelten die gleichen Rückzahlungsmodalitäten wie unter Szenario 2 beschrieben.

Wesentlich dabei ist, dass Sponsoren in jedem Szenario und überproportional mit Fortschritt des Projekts von der zu erwartenden hohen nationalen und internationalen medialen Berichterstattung sowie ansteigenden öffentlichen Aufmerksamkeit profitieren und sich als Sponsor „der ersten Stunde“ im Sinne einer glaubwürdigen Corporate Social Responsibility profilieren können.

Mögliche Beteiligungen als Investor

Um die Realisation des Guten Turms noch stärker zu forcieren und dessen Finanzierung auf noch solidere Beine zu stellen, erarbeiten wir gerade unterschiedliche Beteiligungsszenarien für interessierte Investoren. Gemeinsam mit dem Engagement und den Beiträgen unserer Sponsoren ließen sich somit die Gesamtrealisationskosten des Guten Turms wesentlich schneller und breiter aufgestellt akquirieren.

Sollte dies Ihr Interesse wecken, so gehen wir gerne gemeinsam in den Austausch und definieren mögliche Ansätze und Formen eines attraktiven und langfristigen Investments in den Guten Turm.



Unzählige Möglichkeiten

Wenn die Infrastruktur des Guten Turms realisiert worden ist, sind zahlreiche weitere Nutzungen in der konzertfreien Zeit denkbar. Als Sponsor erschließen sich somit wiederum zusätzliche attraktive Präsentationsmöglichkeiten und Touchpoints. Beispielhaft nur ein paar ausgesuchte Nutzungsmöglichkeiten.

- *Co-Working*
- *Heiraten*
- *Tagen*
- *Übernachten*
- *Bungeejumping*
- *Klettersteig*
- *Houserunning*
- *Gastronomie*
- *Aussichtplattform*



Die Initiatoren



Mousse T.

Ein Grammy-Nominee, der als DJ die angesagten Clubs aufmischte. Ein Remix-Experte, der Konzertsäle füllt. Ein bekannter Hannoveraner, Musik-Kurator, der als Produzent und Musiker internationale Erfolge feiert: Das ist Mousse T.

Seit bald 30 Jahren feiert sein Label „Peppermint Jam Records“ internationale Erfolge. Aus der Feder von Mousse T. stammen Alltime Dancefloor-Favorites wie „Horny“, „Is It 'cos I'm Cool“ oder „Pop Muzak“. Er hat Pop-Legende Tom Jones den Megahit „Sexbomb“ auf den Leib geschrieben und sich damit in der Musikgeschichte verewigt.

Mousse T. engagiert sich für den Erhalt des VW-Fernsehturms in Hannover, einem Symbol der Stadtgeschichte und kulturellen Identität. Er träumt davon, den Turm in ein lebendiges Zentrum der Kultur umzuwandeln, um Generationen zu verbinden und Besucher weltweit anzuziehen. Mousse T plant, durch kulturelle Veranstaltungen Aufmerksamkeit zu generieren und für den Erhalt dieses ikonischen Wahrzeichens zu kämpfen.



Daniel Pflieger

Daniel Pflieger Unternehmer aus Leidenschaft ist der Kreativitäts-Experte, der „spielerisch“ Erlebnisswelten schafft. Für ihn ist die Welt ein gigantischer Spielplatz - im wahrsten Sinne des Wortes. Seit über 15 Jahren entwickelt er Geocaches und Schatzsuchen für Kauf- und Marketing-Erlebnisse. Diese Leidenschaft führte zur Gründung der weltweit ersten Geocaching-Marketing-Agentur und des einzigartigen Geocaching-Reisebüros. Seine Aktivitäten haben sich in unglaubliche Dimensionen entwickelt: von heimlich platzierten Klavieren über Guerilla-Zoo-Eröffnungen bis hin zu Straßen, die über Nacht neue Namen bekommen.

Pflieger, bekannt für sein innovatives Denken und sein Engagement für die Gemeinschaft, sieht im Fernsehturm mehr als nur eine architektonische Struktur. Für ihn ist der Turm ein Symbol der Stadtgeschichte, ein Orientierungspunkt, der Generationen von Hannoveranern verbindet und gleichzeitig ein potenzieller Magnet für Besucher aus aller Welt darstellt. Seine Vision für den Turm geht weit über seine Erhaltung als stilles Denkmal hinaus; er träumt von einer Neubelebung, die den Turm zu einem lebendigen Zentrum der Kultur und Begegnung macht.



Mark Fitz-Krugel

Mark Fitz-Krugel ist geschäftsführender Gesellschafter der pulsschlag network GmbH. Der 50-Jährige hat an der Sporthochschule Köln Sportwissenschaften und an der Universität zu Köln Betriebswirtschaft studiert. Zudem hat er sich berufsbegleitend zum Kommunikationswirt (wak Köln) sowie Werbefachwirt (IHK zu Köln) weiterqualifiziert. Nach zahlreichen leitenden Positionen in namhaften Agenturen gründete er vor über 15 Jahren die pulsschlag network GmbH. Als auf die Immobilienbranche spezialisierte Kreativ-Agentur bietet diese ein breites Spektrum an Leistungen für Makler, Projektentwickler und Eigentümer zur Vermarktung derer Immobilien.

Dies mit Schwerpunkt im Bereich der Kreation authentischer Objekt- und Projektbrands, dem Placemaking, sowie der Repositionierung von Bestandsobjekten. Darüber hinaus begleitet er mit seiner Agentur Unternehmen auf Ebene der Unternehmenskommunikation auf ihrem Zukunftspfad. Als bekennender Befürworter für den Erhalt von Bauwerken und deren Transformation in die Neuzeit fasziniert ihn beim Guten Turm Projekt insbesondere die einmalige Verbindung zwischen Immobilie, Kunst & Kultur in Verbindung mit einem echten, nachhaltigen Social Impact.

Das Team

Ein Projekt derartiger Komplexität kann nur mithilfe eines entsprechend qualifizierten und interdisziplinären Teams realisiert werden. Bereits jetzt schon können wir auf die Hilfe und die überwiegend kostenfreie Unterstützung großartiger Menschen zählen.

Mousse T.

DJ und Produzent

Dragan Budimir

Innenarchitekt

Daniel Pflieger

Unternehmer und Projektentwickler

Carsten Meiners

Onlineexperte

Mark Fitz-Krugel

Marketing- und Kommunikationsexperte

Frank Samiez

Gerüstbauer

Helge Peterknecht

Veranstalter Fairground Festival

Michael Schulte

Projektentwickler

Thorsten Levin

Produzent und Formatentwickler TV

Stefan Müller-SchleipenInitiator Real Estate Arena Hannover
und der Initiative I Die Stadttretter

Kontakt

Sie sind Feuer und Flamme und genauso begeistert wie wir? Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.

Der gute Turm c/o GeheimPunkt GmbH
Herbartstr. 5
30451 Hannover

Daniel Pflieger
T + 49 157 78 953 441
M info@derguteturm.de

pulsschlag network GmbH
Franzstr. 45
50226 Frechen

Mark Fitz-Krugel
T + 49 170 400 74 80
M derguteturm@pulsschlag-network.de

Unsere aktuellen Partner



cineteam hannover



GERÜSTBAU
SAMIEZ

**WINDRICH
& SÖRGEN**



**STEINCHEN
BRUEDER**

**PRO
JEKT
ON**



Bureau
Sebastian
Mooock



DOMIZIEL
CAMPUS

KREHTIV



HwD

Impressum und Haftungsausschluss

Konzeption

Mark Fitz-Krugel pulsschlag network
Daniel Pflieger GeheimPunkt GmbH

Layout & Design

Heine Warnecke Design GmbH

Bildnachweise

S. 4: Jerome Gerull

S. 5: Vanessa Mendola

S. 6: Dragan Budimir

S. 7: Ian Dooley

S. 10: Anna Dziubinska

S. 14: Projekt.on, Joshua Hanson

S. 15: Dragan Budimir, Lukas Bato

S. 18: Fabian Siefert, Dragan Budimir

S. 19: T-Online (https://www.t-online.de/region/hannover/id_100365452/telemoritz-in-hannover-projekt-der-gute-turm-hat-ersten-investor-gefunden.html),

Hannoversche Allgemeine Zeitung / Dragan Budimir (<https://www.haz.de/lokales/hannover/telemoritz-als-guter-turm-ob-onay-will-initiative-empfangen-NNYUUI4W-3JBMFGE7HCVSJX6XZQ.html>), **Das Fahrgastfernsehen / Franson** (<https://www.fahrgastfernsehen.city/beitrag/3025910-aufhof-ausstellung-guteturm>), **Hannoversche Allgemeine Zeitung** (<https://www.haz.de/lokales/hannover/telemoritz-rettung-in-hannover-nimmt-konkrete-formen-an-NL654ZT74BCJHEWWW6GYP2JDK4.html>),

News38 (<https://www.news38.de/wolfsburg/vw/article300362425/vw-rihana-ed-sheeran-hannover-konzerte-tickets-telemoritz-abriss-turm-news-a.html>)

S. 21: Projekt.on

S. 25: Jerome Gerull

S. 28: David Schönborn

S. 29: Dragan Budimir

S. 31: Juliane Hormann, Fabian Siefert, Alexandra Rattay

Disclaimer

Dieses Sponsoren-Proposal ist nicht als Grundlage für eine Investitionsentscheidung gedacht und erhebt weder den Anspruch, eine vollständige Beschreibung des Sponsoringgegenstands zu beinhalten noch alle Informationen zu enthalten, die von künftigen Sponsoren für eine solche Entscheidung von Interesse sein könnten.

Weder dieses Sponsoren-Proposal noch die in diesem Proposal enthaltenen Informationen dürfen als Grundlage für Verträge, Verpflichtungen oder Ähnliches verwendet werden.

Für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der im vorliegenden Dokument enthaltenen Angaben, Zahlen, Einschätzungen und Projektionen oder jeglicher anderer dem Empfänger zur Verfügung gestellten schriftlichen oder mündlichen Information werden weder ausdrücklich noch implizit Garantien oder Zusagen abgegeben und von Seiten der Initiatoren sowie deren Berater wird dafür keine Haftung übernommen.

Dieses Sponsoren-Proposal ist vertraulich zu behandeln und darf (als Ganzes oder in Teilen) ohne die vorherige schriftliche Genehmigung der Initiatoren zu keinem Zeitpunkt kopiert, reproduziert oder an andere Personen versandt oder weiter-gereicht werden. Die Initiatoren unterliegen nicht der Verpflichtung, dem Empfänger Zugang zu weiteren Informationen zu gewähren oder vorliegende Informationen zu aktualisieren oder fehlerhafte Informationen, die im Laufe des Projektverlaufs offenkundig werden, zu berichtigen.

Stand: Juni 2024



derguteturm.de