

TOP



Landeshauptstadt  
Mainz

Stadtverwaltung Mainz | Dezernat III | Postfach 3820 | 55028 Mainz

Beigeordneter  
Christopher Sitte  
Dezernat für Wirtschaft,  
Liegenschaften, Ordnung,  
Kongresse und Tourismus

Ortsverwaltung Mainz-Altstadt



Landeshauptstadt  
Mainz

- über 10 – Hauptamt -

10-Hauptamt  
im Auftrag

3/2/12

Postfach 3820  
55028 Mainz  
Rathaus | Zimmer 281  
Jockel-Fuchs-Platz 1

Tel 0 61 31 - 12 20 35  
Fax 0 61 31 - 12 20 23  
wirtschaftsdezernat@stadt.mainz.de  
www.mainz.de

Mainz, 18.12.2015

**Sitzung des Ortsbeirates Mainz-Altstadt am 18.11.2015;**

**hier: Nachfragen zu Vorlage 1813/2015 – Weinprobierstand am Fischtorplatz (SPD, Bündnis 90/DIE GRÜNEN)**

Die Verwaltung nimmt zu den Nachfragen von Frau Ammann und Frau Mende-Daum wie folgt Stellung:

**Zur Antwort auf die Fragen 1 und 2:**

**„Der Standort am Fischtorplatz ist grundsätzlich akzeptiert.“ Wir fragen: Von wem?**

Der Stadtvorstand hat sich positiv für einen Standort am Fischtorplatz ausgesprochen.

**Wenn „die mittige Blickachse freizuhalten ist“, wie soll dann ein Stand, der die in der Antwort auf die Frage 7 angeführten sehr anspruchsvollen Kriterien erfüllen soll, sowie die Aufstellung einer WC-Anlage auf so kleiner Fläche realisiert werden?**

Die Blickachse kann sehr gut freigehalten werden, indem 2 symmetrisch angeordnete Pavillons von je. ca. 4x6 Meter anstelle der 'runden Ecken' der kleinen Mauer links und rechts der sogenannten Blickachse positioniert werden. Ein Pavillon wäre der eigentliche Verkaufs- und Ausschank; der andere würde WC, Lager etc. aufnehmen. Zwischen den Pavillons wäre die Blickachse zum Dom frei, lediglich Stühle und Tische dürften dort stehen.

**Zur Antwort auf die Frage 3:**

**Wir gehen davon aus, dass wir umgehend eine Vorlage des Betriebskonzepts erhalten, sobald dies der Verwaltung vorliegt. Die GWC Geschäftsführerin hat ein solches Betriebskonzept seitens der Mainzer Winzer e.V. ja ebenfalls und zu Recht eingefordert.**

Die Verwaltung wird den Ortsbeirat über das Betriebskonzept informieren, sobald es vorliegt.

Sparkasse Mainz  
Konto 331 | BLZ 550 501 20  
IBAN: DE58 5505 0120 0000 0003 31  
Swift-Bic. MALADE51MNZ

### Zur Antwort auf die Frage 7:

**Wir bitten die Verwaltung um Vorlage des Gesamtkonzepts der weintouristischen Vermarktung der Landeshauptstadt Mainz, da uns dieses Gesamtkonzept bisher nicht bekannt ist. Wir fragen in diesem Zusammenhang, wie die Eröffnung der Vinothek im Proviantamt, die geplante Eröffnung einer weiteren Vinothek im ehemaligen Codex des Gutenbergmuseums, der Weinstand auf dem Mainzer Wochenmarkt, der Weinstand am Templertor/Fort Malakoff, der geplante Weinpavillon am Zollhafen als Konzept zusammenhängen und ob die Verwaltung unsere Bedenken teilt, dass eine solche hohe Präsenz von Weinständen nicht bereits jetzt mehr als ausreichend ist?**

Der Weinhauptstadt Deutschlands steht es gut an, sich in vielfältiger Weise zu präsentieren. Dazu gehören nicht nur Publikationen und Veranstaltungen zum Thema Wein, sondern natürlich auch verschiedenen Angebote, Weine aus den Weinbergen der Stadt Mainz, den Lagen des Great Wine Capitals Mainz/Rheinessen und anderer Mitglieder von GWC zu verkosten und auch kaufen zu können. Bislang war dieses Angebot in Mainz eher unterrepräsentiert. Die angesprochenen mittlerweile vorhandenen und noch in Planung stehenden Präsentationspunkte bieten ein Angebot für die verschiedenen Interessen und Bedürfnisse der weinaffinen Zielgruppen.

Das Thema Wein und Mainz als Weinhauptstadt Deutschlands bildet eine Säule bei der touristischen Vermarktung von Mainz und ist fester Bestandteil des Marketingplans. mainzplus CITYMARKETING mit dem Bereich Mainz Tourismus vermarktet seit Jahren auf sämtlichen Messen wie z.B. ITB (175.000 Besucher) oder CMT (240.000 Besucher), in den Broschüren und Mailings sowie auf der Homepage weintouristische Angebote. Egal ob einzelne Bausteine (wie z.B. Gästeführungen rund um den Wein, Weinproben beim Winzer oder in der Vinothek, Weinbergsrundfahrten), als auch Übernachtungspauschalen inkl. mehreren weintouristische Leistungen sind wichtige Schwerpunkte bei sämtlichen Vermarktungsaktivitäten.

Die unterschiedlichen Weinangebote in der Stadt und in der Region sind die Basis, um entsprechende touristische Angebote für unterschiedliche Zielgruppen erstellen zu können. Deshalb ist es erfreulich, dass in der letzten Zeit zusätzliche Angebote geschaffen wurden, die wiederum die Angebotspalette vergrößern. So können Vinotheken beispielsweise nicht nur von Gruppen sondern auch von Individualgästen besucht werden. Ein weiterer Vorteil von solchen Einrichtungen ist auch, dass sie ganzjährig besucht werden können.

Zudem darf nicht außer Acht gelassen werden, dass Weinangebote nicht nur für Touristen geschaffen werden, auch zahlreiche Einheimische, Gäste aus der Region, Arbeitnehmer, die in Mainz beschäftigt sind, nutzen die unterschiedlichen Angebote.

Auch im Bereich Congress konnte durch einen 10-jahres Vertrag mit dem VDP- Verband Deutscher Prädikatsweingüter die Weinbörse langfristig nach Mainz geholt werden, die zusätzlich weinaffines Publikum nach Mainz zieht.

Das Thema Wein darf durchaus in der Weinhauptstadt Deutschlands spürbar sein - egal ob für Einheimische, Touristen oder Fachleute. Und der Erfolg der zahlreichen Aktivitäten macht deutlich, dass der eingeschlagene Weg richtig ist.

Zurzeit gibt es auch zahlreiche privatwirtschaftliche Aktivitäten, die das Thema Wein in Mainz aufgreifen (z. B. die Vinothek im Proviantamt oder das Vinarmarium). Dies zeigt, dass es offensichtlich noch Potenzial zu diesem Thema in Mainz geben wird. Wir begrüßen von Seiten der Verwaltung diese Aktivitäten, da sie das Angebot für Besucherinnen und Besucher in unserer Stadt erweitern und positiv abrunden.

Einen virtuellen Überblick über die weintouristische Vermarktung der Stadt Mainz findet man auf den Seiten <https://www.mainz.de/tourismus/weinerlebnis/weinhauptstadt-mainz.php> und <http://www.touristik-mainz.de/weinundsekt.html>.

Mit freundlichen Grüßen



Christopher Sitte  
Wirtschaftsdezernent