



Antwort zur Anfrage Nr. 1533/2023 der FDP-Stadtratsfraktion betreffend **Konzept „Weinerlebniszentrum,, - Great Wine Capital (FDP)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

- 1. Mit welchen Maßnahmen plant die Verwaltung in Abstimmung mit allen relevanten Akteur\*innen ein Konzept zu entwickeln für eine größere Vermarktung des Titels „Great Wine Capital“ für Mainz und Rheinhessen? In welcher Weise möchte die Verwaltung dabei das Thema „Wein in Mainz“ präsentieren?**

Die Umsetzung und Etablierung eines „Weinerlebniszentrums“ in der „Great Wine Capital Mainz-Rheinhessen“ kann einen wesentlichen Schub für die weintouristische Erschließung und Vermarktung der gesamten Region herbeiführen. Mainz/Rheinhessen – als deutscher Vertreter des global agierenden Netzwerks „Great Wine Capitals“ – würde mit einem Weinerlebniszentrum eine konkrete Anlaufstelle für Tourist:innen und Mainzer:innen erhalten, um das Thema „Wein & Genuss“ in unserer Region erlebbar und weiter zugänglich zu machen. Durch das institutionalisierte Erlebnis in Form eines Weinerlebniszentrums wäre gewährleistet, dass der ganzjährige Zugang – unabhängig von Jahreszeiten, (Wein-)Saisons und/oder Ferienzeiten – ermöglicht wird. Sowohl das globale Netzwerk „Great Wine Capitals“ (inkl. der darin involvierten Weinregionen) als auch das Thema „Wein in Mainz“ – aber auch weitere relevante Themen rund um das Thema „Wein & Genuss“ – können im Rahmen des Nutzungskonzepts ganzjährig präsentiert werden.

- 2. Welchen langfristigen Mehrwert (Wirtschaftsförderung, Tourismus) erwartet die Verwaltung dadurch für den Standort Mainz und welche Voraussetzungen sind dafür zu schaffen?**

Beispiele aus anderen „Great Wine Capitals“ zeigen den deutlichen Mehrwert für den Tourismus, aber auch für die Einheimischen und den Standort per se. Weinerlebniszentren sind dort zu touristischen Aushängeschildern und zum Teil zu Haupt-Sehenswürdigkeiten geworden (Bsp. Cité du Vin, Bordeaux). Teilweise reisen Tourist:innen sogar explizit wegen dieser Weinerlebniszentren an – und nehmen dabei noch zusätzliche Angebote der Destinationen wahr. Der große wirtschaftliche Effekt durch ein Weinerlebniszentrum würde dem Standort Mainz und auch der Region Rheinhessen zugutekommen. Dadurch, dass – laut einschlägigen Studien – Tagesreisende durchschnittlich 30 bis 40 Euro sowie Übernachtungstourist:innen bis zu 200 Euro pro Aufenthaltstag ausgeben, wäre die Wertschöpfung für den Tourismus in Mainz enorm. Die wirtschaftlichen Effekte durch die Schaffung einer neuen, frequentierten Sehenswürdigkeit wirken sich dabei nicht nur für die direkten Profiteure rund um das Weinerlebniszentrum positiv aus, sondern für alle in der touristischen Wertschöpfungskette involvierten Betriebe und Branchen (Hotellerie, Gastronomie, Einzelhandel, Dienstleister, Zulieferer, Handwerk usw.).

Die durch ein Weinerlebniszentrum entstehende Wertschöpfung wird dem Standort Mainz langfristig zugutekommen, indem Umsätze gesteigert, Arbeitsplätze geschaffen und Steuereinnahmen generiert werden.

**3. Welche konzeptionelle Idee eines „Weinerlebniszentrums“ soll nach Vorstellung der Verwaltung hierfür zugrunde gelegt werden (beispielsweise um einen musealen, bildungsorientierten, gastronomischen oder verkaufsorientierten Ansatz oder eine Kombination dieser Möglichkeiten)?**

Bestehende Weinerlebniszentren geben gute Eindrücke, welche konzeptionellen Ansätze grundsätzlich möglich sind. In der Regel hat sich eine Mischung aus verschiedenen Elementen bewährt, die pädagogische und museale (z.B. Ausstellungen, Führungen), sensorische (z.B. Tastings) gastronomische (z.B. Restaurant), vertriebliche (z.B. Weinverkauf, Souvenirs, Merchandising), imagebildende (z.B. Branding) und interaktive (z.B. „Gamification“) Erlebnisinhalte berücksichtigt. Auch für den Standort Mainz bietet es sich grundsätzlich an, eine entsprechende Kombination zu wählen und dabei die „Mainzer DNA“ und die Besonderheiten der Region als besondere Charakteristika und Differenzierungsmerkmale konzeptionell mit einzubinden.

Um ein finales Konzept erstellen und bewerten zu können, muss vorab eine Konzept- und Machbarkeitsstudie erstellt werden. In dieser Studie sollen dann schließlich Aspekte wie bspw. die Art der Nutzung/inhaltliche Ansätze (z.B. Pädagogik/Didaktik, Erlebnis, Genuss, Verkostungen, Gastronomie, Veranstaltungen, Souvenirs/Merchandising/Weinverkauf), Größe/Flächenbedarfe, erwartbare Besucher:innenzahlen, relevante Partner/Stakeholder/Multiplikatoren, potenzielle Standorte/Immobilien, bauliche Sachverhalte und Ersteinschätzung möglicher Betreiber-/Finanzierungsmodelle beleuchtet und von gutachterlicher Seite Empfehlungen gegeben werden.

**4. Mit welchen Stakeholdern hat die Verwaltung hierzu Gespräche mit welchem Ergebnis geführt?**

Seit 2020 wurden zu dieser Thematik mit einer Vielzahl von relevanten Stakeholdern Gespräche geführt – unter anderem mit dem rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministerium, mit den Mainzer Winzern, Rheinhessenwein, Rheinhessen Touristik, mit Winzern aus Rheinhessen, Vertreter:innen des Mainzer Einzelhandels, der Gastronomie und der Hotellerie, dem Tourismusfonds Mainz, Mainz City Management, der Werbegemeinschaft Mainz, dem Verein „Unser Mainz in Rheinhessen“. In allen Gesprächen wurden die Überlegungen bzgl. eines Weinerlebniszentrums in Mainz begrüßt und unterstützt. Konkrete Ergebnisse wurden noch nicht gefasst.

**5. Wie kann die Realisierung eines „Weinerlebnisentrums“ nach Vorstellung der Verwaltung durch private Betreiber und Projektentwickler ohne dauerhafte finanzielle Subventionierung durch die Stadt Mainz erfolgen?**

Der Blick auf weltweite (Wein-)Erlebniszentren zeigt, dass durchaus unterschiedliche Betreiber- und Finanzierungsmodelle und -konzepte existieren. Diese gilt es sorgfältig zu beleuchten, abzuwägen und individuell gemäß den Rahmenbedingungen am Standort zu bewerten. Potenzielle Szenarien zum Betrieb und der Finanzierung eines Weinerlebnisentrums sollen ebenfalls Teil der Konzept- und Machbarkeitsstudie sein.

Mainz, 9 Oktober 2023

gez.

Manuela Matz  
Beigeordnete

