

Antwort zur Anfrage Nr. 0905/2025 der Volt-Stadtratsfraktion betreffend **Mainz 05 als touristischer und wirtschaftlicher Standortfaktor**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Welche strukturellen oder institutionellen Formen der Zusammenarbeit zwischen der Stadtverwaltung und Mainz 05 bestehen derzeit im Bereich Tourismus, Stadtmarketing und Wirtschaftsförderung?

Zwischen der mainzplus CITYMARKETING GmbH und dem 1. FSV Mainz 05 gibt es eine direkte und langjährige Kooperation. In diesem Rahmen gibt es einen regelmäßigen und konstruktiven Austausch in den Bereichen „Merchandising“, „Congress & Sales“, „Großveranstaltungen“ und „Marketing“.

Der 1. FSV Mainz 05 ist zudem Mitglied im Tourismusfonds Mainz e.V., dessen Geschäftsstelle durch die mainzplus CITYMARKETING GmbH geführt wird. In diesem Verein werden zahlreiche Marketing- und Imagekampagnen umgesetzt – auch mit direkter namentlicher Berücksichtigung und Einbindung des 1. FSV Mainz 05, siehe z.B. das „mainzgefühl-Markenbotschafter:innen-Programm“ im Rahmen dessen der Fußballverein als Botschafter für die Stadt Mainz auftritt: <https://www.xn--mainzgefhl-heb.de/botschafter>

2. Welche konkreten Maßnahmen zur besseren touristischen Nutzung der Heimspiele wurden in den vergangenen Jahren umgesetzt oder geplant?

Die von mainzplus CITYMARKETING betriebene Tourist Information der Stadt Mainz („mainz STORE“) ist gebrieft, dass rund um die Heimspiele ein verstärktes Interesse an Heimspielen existiert (sowohl von Mainzer:innen als auch von Auswärtigen). Hierbei berät das Team des mainz STORE proaktiv und gibt Informationen zum Spiel, anlassbezogenen Übernachtungsmöglichkeiten und ggf. weiterführende Angebote im Fanshop des 1. FSV Mainz 05.

Der mainz STORE ist eine der Vorverkaufsstellen für Heimspiele des 1. FSV Mainz 05.

3. Inwiefern ist eine intensivere Kooperation – etwa im Sinne von kombinierten Spiel- und Übernachtungsangeboten oder gemeinsamen Imagekampagnen – mit Mainz 05 geplant?

mainzplus CITYMARKETING steht im aktiven Austausch mit dem 1. FSV Mainz 05, um entsprechende Übernachtungspakete (inkl. Heimspieltickets) für die kommende Saison zu entwickeln und zu vertreiben.

4. Welche Potenziale sieht die Verwaltung in einer stärkeren touristischen Vernetzung mit Mainz 05, insbesondere im Hinblick auf die Übernachtungszahlen und die Sichtbarkeit der Stadt?

Der 1. FSV Mainz 05 ist einer der wesentlichen Image- und Sympathieträger für die Stadt Mainz. So ist es sehr zu begrüßen, dass bereits eine enge Vernetzung mit der städtischen Tourismusorganisation mainzplus CITYMARKETING stattfindet – und kontinuierlich weiter ausgebaut wird.

Die direkten (touristischen) Effekte sind dabei immer auch vom sportlichen Kontext abhängig. So kann beispielsweise die potenzielle Teilnahme an der Conference League in der kommenden Saison dazu führen, dass bei den Heimspielen explizit internationale Gäste der Gastmannschaften für eine / mehrere Übernachtung/en in Mainz gewonnen werden können. Im Rahmen der Teilnahme des 1. FSV Mainz 05 an der Play-off-Runde der UEFA Conference League 2025/26 steht mainzplus CITYMARKETING aktuell im Austausch mit dem 1. FSV Mainz 05, um für die Gästefans Übernachtungsangebote und Reisepakete zu organisieren.

5. Wie bewertet die Verwaltung die von der Studie vorgeschlagenen Maßnahmen und plant sie eine strategische Reaktion auf die Ergebnisse?

Die Stadt Mainz schätzt und fördert das soziale Engagement von Unternehmen in der Region sehr, da solches Engagement einen wichtigen Beitrag zur Lebensqualität und zum sozialen Miteinander leistet. Ohne die vielfältigen Initiativen der Unternehmen wäre die hohe Lebensqualität in Mainz in der heutigen Form nicht denkbar.

Gleichzeitig ist es wichtig, dass die Stadt bei der finanziellen Förderung von Projekten keinerlei Direktsubventionen tätigt, um keine Ungleichbehandlung oder Wettbewerbsverzerrung zu schaffen. Wir möchten sicherstellen, dass alle sozialen Engagements unter fairen und transparenten Bedingungen behandelt werden.

Die Stadt Mainz ist jedoch ideell jederzeit bereit, soziale Projekte zu unterstützen, wobei eine Förderung stets eine Einzelfallentscheidung darstellt und auf den jeweiligen Kontext und die Umstände abgestimmt wird.

Die Empfehlungen decken sich weitgehend mit dem Status Quo der Kooperationsgespräche zwischen mainzplus CITYMARKETING und dem 1. FSV Mainz 05.

Mainz, 17 Juni 2025

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete