Landeshauptstadt Mainz

Antwort zur Anfrage Nr. 0999/2026 der ÖDP-Stadtratsfraktion betreffend **Great Wine Capitals Mainz (ÖDP)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Welche konkrete Strategie verfolgt die Stadt Mainz beziehungsweise das Wirtschaftsdezernat zur wirtschaftlichen und touristischen Nutzung der Mitgliedschaft im Netzwerk „Great Wine Capitals“ und welche Maßnahmen wurden hierzu seit 2023 umgesetzt?

Die Mitgliedschaft im Netzwerk „Great Wine Capitals“ (GWC) ist ein wichtiger Bestandteil bei der Weiterentwicklung des Weintourismus in Mainz und Rheinhessen. Hierzu arbeiten die Stadt Mainz und die Region Rheinhessen eng zusammen und bilden ein schlagkräftiges Netzwerk, um den Weintourismus in der Region gebündelt zu bearbeiten und am Markt zu positionieren.

Um die zukünftige Strategie und eine noch schlagkräftigere Struktur im regionalen Weintourismus zu entwickeln, wurde in den Jahren 2023 bis 2025 ein extern begleiteter Strategie- und Strukturprozess umgesetzt. Zentrales Ergebnis war und ist es, eine „zentrale Schaltstelle“ für den Weintourismus in Mainz und Rheinhessen (inkl. dem Thema „Great Wine Capitals“) zu schaffen und zukünftig gebündelt am Markt aufzutreten. Diese zentrale Stelle gibt es seit dem 1. Januar 2026. Zudem ist der Weintourismus eine der Säulen der Tourismusstrategie, die mainzplus sukzessive umsetzt.

2. Welche Kooperationen bestehen aktuell mit Akteuren wie Rheinhessenwein, mainzplus CITYMARKETING, Gastronomie, Hotellerie, Weinwirtschaft, IHK, DEHOGA oder weiteren Partnern, um die Marke „Great Wine Capital Mainz/Rheinhessen“ sichtbarer zu machen und wirtschaftlich zu nutzen?

Die federführenden und finanzierenden Institutionen sind die Landeshauptstadt Mainz, die mainzplus GmbH, die Rheinhessen-Touristik GmbH und der Rheinhessenwein e.V. Diese vier so genannten „Tragenden Partner“ setzen sich auch bislang bereits stark für GWC und Weintourismus in Mainz und Rheinhessen ein und tragen das (neue) Konstrukt maßgeblich. Sie sehen den meisten Nutzen und Mehrwert, den die Stärkung des Weintourismus für Stadt und Region hat bzw. ist es ihr Kerngeschäft und „Anliegen“, den Weintourismus mit und durch GWC weiter zu stärken.

Die genannten Institutionen vereinen dabei alle relevanten (wein-)touristischen Akteur:innen der Region (u.a. aus der Weinwirtschaft, Tourismus, Hotellerie, Gastronomie, Handel, Kultur) und arbeiten dabei eng mit übergeordneten Institutionen und Verbänden (u.a. Convention Bureau Rheinland-Pfalz, IHK für Rheinhessen, DEHOGA Rheinland-Pfalz e.V., Tourismus- und Heilbäderverband Rheinland-Pfalz e.V., Rheinland-Pfalz Tourismus GmbH) zusammen.

Zum 01.01.2026 wurde eine neue Personalstelle, die von den vier „Tragenden Partnern“ finan-

ziert wird, geschaffen, und mit einer kompetenten Ansprechperson besetzt. Die gemeinsame Weintourismus-Stelle stellt die Schnittstelle der profilgebenden weintouristischen Aktivitäten in Mainz und Rheinhessen (gemeinsam mit GWC) dar und agiert dabei im Sinne der touristischen Strategien in Rheinland-Pfalz, Mainz und Rheinhessen sowie der Strategie des GWC Global Networks. Die neue Weintourismus-Struktur bündelt die relevanten weintouristischen Angebote in Mainz und Rheinhessen und setzt sich für exzellente Qualität im Weintourismus in Mainz und Rheinhessen ein. Sie bringt sich außerdem aktiv als Netzwerkknoten zwischen GWC Global Network, den regionalen weintouristischen Akteur:innen in Mainz und Rheinhessen sowie weiteren relevanten Partnern (u.a. auf Landesebene) ein. Schließlich fördert sie die Entwicklung von Angeboten und Produkten sowie die Vermarktung des Weintourismus in Mainz und Rheinhessen.

3. Warum ist die Mitgliedschaft im Netzwerk „Great Wine Capitals“ bislang im Stadtbild, bei Veranstaltungen und im touristischen Marketing der Stadt Mainz nur begrenzt sichtbar und welche konkreten Maßnahmen sind geplant, dies künftig zu verändern? Welche Räumlichkeiten oder Standorte wurden bislang geprüft oder in Betracht gezogen, um die Vielfalt der Great Wine Capitals-Mitglieder sowie die internationale Wein- und Genusskultur dieses Netzwerks dauerhaft oder temporär in Mainz zu präsentieren?

Bereits jetzt sind die „Great Wine Capitals“ vielerorts sichtbar. Zum einen bei den ausgezeichneten „Best of Wine Tourism-Award“-Gewinnerbetrieben, zum anderen beispielsweise mit einem eigenen Sortiment und einer präsenten Verkaufsauslage in der Info-Vinothek im mainz STORE (Tourist Information), wo Weine aus dem GWC-Netzwerk dargeboten und verkauft werden. Hinzu kommt das seit Jahren durchgeführte GWC-Weindorf als eigener Erlebnisraum im Rahmen des „Mainzer Weinmarkts“ des Veranstalters mainzplus GmbH. Dort können ebenfalls Weine aus den GWC-Partnerländern probiert und erworben werden – teilweise sogar unter Einbindung von Vertreter:innen aus den Mitgliedsstädten des GWC Global Network. Auch bei der diesjährigen Ausgabe des „Mainzer Weinmarkt“ wird das GWC-Weindorf wieder umgesetzt, um die Marke „Great Wine Capitals“ zu erleben.

Um das Thema „Wein & Weinkultur“ für eine breite Zielgruppe greifbar und erlebbar zu machen, gibt es seit einiger Zeit in Mainz die Überlegung, eine "Weinerlebniswelt" zu entwickeln. Vergleichbare Projekte gibt es europaweit bereits in einigen Städten. Zu der Projektidee haben auch bereits Workshops mit relevanten Stakeholdern und der Politik stattgefunden.

Ziel einer Weinerlebniswelt ist es, die Geschichte des Weines inkl. des Weinhandels mit allen Facetten rund um das Thema „Wein“ erlebbar zu machen. Mit einer Weinerlebniswelt könnte ein weiterer Attraktivitätsanker geschaffen und zusätzliche Besucher angezogen werden.

Für die Realisierung dieses Projektes ist jedoch im Vorfeld die Erstellung einer Machbarkeitsstudie erforderlich. Eine solche Studie soll als Grundlage für die Umsetzung dienen. Sie soll verschiedene Aspekte untersuchen und bewerten. Hierzu zählen etwa mögliche Standorte im Innenstadtbereich, Größen- und Flächenbedarfe, bauliche Sachverhalte, inhaltliche Aspekte sowie in Frage kommende Betreiber- und Finanzierungsmodelle. Aktuell wird an der Finanzierung einer solchen Machbarkeitsstudie gearbeitet.

4. Welche wirtschaftlichen Effekte erwartet die Stadt Mainz durch eine stärkere Nutzung der Mitgliedschaft, insbesondere für Tourismus, Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel, Weinwirtschaft sowie Kongress- und Veranstaltungswesen, und liegen hierzu bereits Auswertungen oder Kennzahlen vor?

Der Tourismus in Mainz generiert laut einer repräsentativen Studie jährlich einen Bruttoumsatz für die ansässigen Betriebe in Höhe von 714,3 Mio. Euro. Hierin liegen – neben vielen weiteren Teilsegmenten – auch die Umsätze aus dem Weintourismus. Weitere Investitionen in den Weintourismus werden die positiven wirtschaftlichen Effekte des Tourismus auf den Standort Mainz weiter verstärken.

Explizite Kennzahlen für den Weintourismus in Mainz und Rheinhessen liegen bislang nicht vor. Geplant ist aber eine entsprechende Wertschöpfungsstudie, die die Effekte des regionalen Weintourismus unter die Lupe nimmt.

5. Welche Haushaltsmittel wurden seit 2023 für Aktivitäten rund um „Great Wine Capitals Mainz/Rheinhessen“ bereitgestellt beziehungsweise verausgabt und welche konkreten Projekte oder Veranstaltungen sind für 2026 vorgesehen?

In der „alten Struktur“ (vor 2026) setzte sich das Jahresbudget aus den Mitgliedsbeiträgen der Arbeitsgemeinschaft zusammen und lag in der Regel zwischen 30.000 und 45.000 Euro. Davon wurde vor allem die Mitgliedschaft im internationalen Netzwerk bezahlt (aktuell: 19.000 Euro). Die weiteren Ausgaben entfielen auf den „Best of Wine Tourism Award“. Zudem wurde regelmäßig ein Journalist zum Verfassen der vom Netzwerk vorgegebenen Blogbeiträge beauftragt. Weitere Ausgaben sind Reisekosten, Bewirtungskosten, weitere Marketingmaßnahmen.

Das Budget für Weintourismus in Mainz und Rheinhessen (inkl. „Great Wine Capitals“) wurde im Zuge der Neustrukturierung ab 2026 signifikant erhöht und beträgt für das Jahr 2026 insgesamt 127.500 Euro. Hiervon bringen die vier „Tragenden Partner“ mit 92.000 Euro den größten Teil mit ein (Aufteilung: Landeshauptstadt Mainz: 5.000 Euro, mainzplus GmbH: 41.000 Euro, Rheinhessen-Touristik GmbH: 23.000 Euro, Rheinhessenwein e.V.: 23.000 Euro). Hinzu kommen 28.000 Euro aus Umlagetöpfen des regionalen Tourismus und der Weinwirtschaft sowie ein Überschuss aus den Vorjahren der GWC-Geschäftsstelle Mainz-Rheinhessen in Höhe von ca. 7.500 Euro.

6. Prüft die Verwaltung, die Marke „Great Wine Capital Mainz/Rheinhessen“ künftig stärker mit bestehenden Veranstaltungen oder einer eigenen regelmäßig wiederkehrenden Leitveranstaltung zu verknüpfen, um die internationale Sichtbarkeit und die wirtschaftliche Wertschöpfung für Mainz zu erhöhen?

Für das Jahr 2026 sind eine Vielzahl an Maßnahmen geplant und teilweise schon umgesetzt: Teilnahme an den Tagungen des GWC Global Networks (Mid-term-meeting in Bilbao/Rioja und Jahrestagung in Hawkes Bay/Neuseeland), diverse Netzwerkveranstaltungen für die lokalen Weintourismus-Betriebe, Organisation und Umsetzung des „Best of Wine Tourism-Awards“, repräsentative Auftritte und Vorträge bei relevanten Veranstaltungen in der Region (u.a. Mainzer WeinUfer, Mainzer Weinmarkt, International Women‘s Trophy Mainz, Antrittsbesuch der Deutschen Weinmajestäten in Ingelheim, Culinary and Wine Tourism Conference in Worms), Organisation und Durchführung des GWC-Weinexpresses (vier geführte Touren für Studierende zu renommierten Weingütern in Mainz und Rheinhessen). Hinzu kommen strategische Projekte wie die Weiterentwicklung des Labels „Rheinhessen AUSGEZEICHNET“ und dessen konzeptionelle Anbindung an den „Best of Wine Tourism-Award“. Darüber hinaus wird derzeit ein Partnermodell entwickelt, um weitere, bislang nicht berücksichtige weintouristische Akteur:innen in die Arbeit des Weintourismus in Mainz und Rheinhessen einzubinden. Außerdem wurden jüngst seitens des rheinland-pfälzischen Wirtschaftsministeriums Fördermittel zugesichert, um

eine „Digitale Lernplattform für Weintourismus in Mainz und Rheinhessen“ zu entwickeln.

7. Gibt es Überlegungen, im Herzen der Innenstadt eine dauerhafte Präsentations- und Vermarktungsfläche – beispielsweise in Form einer Markthalle oder eines Wein- und Genusszentrums etwa im ehemaligen Karstadt-Gebäude – einzurichten, um die Mitgliedschaft im Netzwerk „Great Wine Capitals“ für Bürgerinnen und Bürger sowie Gäste der Stadt erlebbar zu machen?

Siehe die Erläuterungen zum Thema „Weinerlebniswelt“ in Frage 3.

Mainz, 15.06.2026

gez.

Manuela Matz
Beigeordnete