



Mainzer Tourismusfonds: Willkommen in Mainz

Der Mainzer Tourismusfonds hat es sich selbst zur Aufgabe gemacht, den Tourismus in Mainz durch Marketingmaßnahmen zu fördern. Zwei Jahre lang konzentrierte sich die Förderung auf die Aktion »mainzgefühl«.

2018 ging es los: Der Mainzer Tourismusfonds e.V., in dem von der Hotellerie über die Werbegemeinschaft bis zur Mainzplus Citymarketing GmbH die Akteure Mitglied sind, die mit Touristen/-innen Geld verdienen wollen, startete die Aktion »mainzgefühl«. Die Mainzer/-innen sollten sich selbst ihr individuelles Mainz-Gefühl erarbeiten, lautete die Aufgabenstellung. Per Online-Umfrage, Workshops, Social Media, Selfies und Briefen hätten tausende Personen teilgenommen und ihr persönliches Mainzgefühl beschrieben, stellen die Organisatoren in ihrer Dokumentation fest.

In der Online-Umfrage wurde bspw. gefragt: »Wenn Mainz ein Fahrzeug wäre, welches wäre es?« 24,22% der Teilnehmenden entschieden sich für den Roller. Mainz als Roller also, eine Vorstellung, die nicht unbedingt für alle Mainzer/-innen nachvollziehbar ist, was eine klassische Altersfrage sein könnte: An der Online-Umfrage stellten die 20-30-Jährigen mit 34,83%, gefolgt von den 30-40-

Jährigen mit 24,50% den Hauptanteil.

Letztlich wurde als Mainzgefühl definiert: Offenheit, Herzlichkeit, Geselligkeit und Bodenständigkeit. Auf dieser Basis folgten 2019 Aktivitäten, u.a. in den Social Media-Kanälen Instagram und Facebook mit »Lovestorms« und im echten Leben »Herzliche Flashmobs« in Köln, Stuttgart und Würzburg.

Inwieweit diese Imagekampagne dazu führt, dass Touristen/-innen nach Mainz kommen, um hier ihr Geld auszugeben, ist offen. August Moderer, Chef der hundertprozentigen Stadttochter Mainzplus Citymarketing GmbH und gleichzeitig Vorsitzender des Tourismusfonds e.V., teilte dem MAINZER mit, die Aktion »mainzgefühl« habe einen fünfstelligen Betrag gekostet, finanziert aus dem Etat des Tourismusfonds e.V.. 180.000 Euro hat der Tourismusfonds laut einem Pressebericht zurzeit zur Verfügung.

Dessen Mitglieder zahlen entsprechend ihrer Wirtschaftskraft gestaffelte Beiträge. Die jeweilige jährliche Gesamtsumme wird aus dem Etat der Mainzer Wirtschaftsförderung in gleicher Höhe, allerdings nur bis zu einem Höchstbetrag von 100.000 Euro jährlich, verdoppelt. Mithin wird die Hälfte der Ausgaben des Tourismusfonds e.V. aus Steuergeldern gedeckt. Die Wirtschaftsförderung ist Teil des Amts für Wirtschaft und Liegenschaft unter der Leitung der Dezernentin Manuela Matz (CDU).

Über die Verwendung des jährlichen Budgets und über die entsprechenden Maßnahmen des Tourismusfonds, erläutert August Moderer weiter, entscheide die Mitgliederversammlung - so auch bzgl. der »Imagekampagne mainzgefühl«. Die Mitgliederversammlung des Vereins tage mindestens zwei Mal pro Jahr, um die umzusetzenden Maßnahmen zu besprechen und zu verabschieden.

Mehr Sauberkeit

Steuergelder werden auch verwendet, um in Mainz für Sauberkeit zu sorgen. Was regelmäßig für Unmut sorgt, denn Mainz zeigt sich oft von seiner schmutzigen Seite - gleich, ob die Menschen vom Hauptbahnhof aus in die Stadt kommen oder von den Schiffen am Rheinufer. Überquellende Mülleimer, Verpackungen aller Art, Zigarettenskippen und Kaugummireste auf den Gehwegen - einladend wirkt das nicht. Warum also, so eine MAINZER-Frage, unterstützt der Tourismusfonds nicht die Bemühungen der Stadt, für

Sauberkeit zu sorgen? Warum stellt der Verein kein Geld zur Verfügung, um größere Mülleimer anzuschaffen, oder die Reinigungszyklen an zentralen Plätzen und Straßen zu verstärken?

Tourismusförderer August Moderer verweist auf die satzungsgemäßen Aufgaben des Fonds: Marketingmaßnahmen sollen unterstützt werden. Nicht die Aufgaben, die von den Steuerzahlenden über den Mainzer Etat zu finanzieren seien und für deren Umsetzung die Ämter und Eigenbetriebe der Stadt Mainz zuständig seien. Der Frage, warum in Mainz nicht flächendeckend große Abfall-Ascher-Kombinationen angeschafft werden, widmet sich DER MAINZER in einer der nächsten Ausgaben.

| SoS