

# Miteinander im Detailhandel

Notizen für die Arbeitsgruppen

Arbeitsprotokolle ergänzt

11. Oktober 2021

kühne wicki  
future stuff

Stadt Zug

VEREINIGUNG  
**PRO ZUG**

# Zusammenarbeit stärken

Die eigentlich hohe Kaufkraft in Zug soll jetzt abgeholt werden. Ein Fokus auf Qualität und das Vernetzen der Akteure um gemeinsam Vergnügen beim Einkaufen zu schaffen sind dabei die Schlüssel zum Erfolg.  
Die Ingredienzien sind vorhanden, sie müssen nur richtig zusammengebracht werden um Zug eine Seele zu geben!

Moderation Johanna Margraf

## 1. Wo erkennen wir Potenziale in Zug?

Vergütungsmodelle für Angestellte im DH

Erlebnisse (z.B. Konzerte) schaffen längere Aufenthaltsdauer/Ambiente

Schaufenster-tausch, verbunden mit einem Event

Gemeinsame Events / Aktionen durch-führen (Midnight-Shopping, Adventsschmuck..)

→ Traditionen (Blumenstadt, Lichterstadt)

## 2. Was wären mutige Pilot-projekte?

Attraktiver Mietermix (Citymanager?)

B2C Velo-kurier?

Verkehrsreie Innenstadt zwischen Metalli, Bundesplatz und Bahnhofstrasse

Gemeinsame Strukturen: Wie organisieren wir uns?

Gemeinsamer Marktplatz  
-> Logistik,  
-> APP  
-> Marktplatz  
-> Login für DH

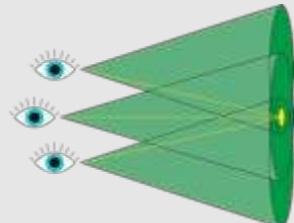
## 3. Menschen, die es dafür braucht

Personal, Arbeitgeber  
Flexibilität

## Ressourcen, die es dafür braucht

Personal  
Plattform für Schaufenstertausch  
Finanzen?

## Wissen, das es dafür braucht



vgl. mit "Mietmodelle"

vgl. öff. Raum

vgl. Digitalisierung

# Digitalisierung nutzen

Regionale online Marktplätze haben bisher selten funktioniert. Denn welcher Mehrwert wird dem Kunden tatsächlich damit geboten?  
> Könnten alternative Modelle sinnvoll sein?

## 1. Wo erkennen wir Potenziale in Zug?

Bedingung für Akzeptanz:  
einfache, intuitive Bedienung

Zusatznutzen,  
damit die Nutzung  
der App attraktiv wird:  
Event-Liste, Rating,  
Testkäufe usw.

Motivator, der das Projekt vorantreibt

übergeordnete Idee:  
Schulung für Händler  
(generell im Umgang mit Digitalisierung)

## 2. Was wären mutige Pilot-Projekte?

Vernetzung +  
Zusatznutzen:  
Plattform mit Rabatt  
System koppeln

Erweiterung  
des Shop  
Zug Tourismus

Erster Schritt:  
Bedürfnisse der Händler  
Erfassen z.B.  
gemeinsamer Lieferservice

## 3. Menschen, die es dafür braucht

- Power-user zum Testen (Händler und Kunden)
- IT Spezialisten

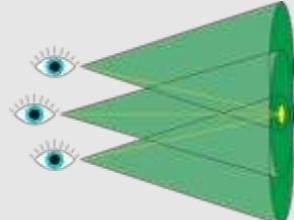
## Ressourcen, die es dafür braucht

Geld  
ideeller Support

## Wissen, das es dafür braucht

Bedürfnisse der Händler kennen,  
Marketing, Nutzerverhalten, IT-Spezialisten, Wissen über Bedürfnisse von Detailhandel und Kunden für Plattform

Moderation Werner Schaeppi



# Hybride Nutzungen / Neue Miet- und Geschäftsmodelle

Um Rahmenbedingungen in Zug neu zu denken und den bestehenden Spielraum auszunutzen müssen einige Stolpersteine aus dem Weg geräumt werden. Doch die Stadt bietet Potenziale: Industriearale, Leerräume und Freiraum bieten sich an, in Zukunft neue Wege zugehen. Die Erfahrungen während Corona und neuartige hybride Nutzungen und Geschäftsmodelle zeigen, dass viel mehr möglich ist als wir denken.

Moderation Martina Kühne

## 1. Wo erkennen wir Potenziale in Zug?

Gewerbebaugenossenschaften

Ausnahmeregelungen (Nightshopping, Rausstühlen, Sonntagsverkauf bei Events..)

Hybride Nutzungen Drinnen/Draussen (z.B. Parkplatz-Nutzung)

Leerräume nutzen (Altstadt) Leerflächen Management (Erwartung für einen City Manager formulieren)

## 2. Was wären mutige Pilotprojekte?

Velo-frei statt Auto-frei

Quersubventionierte Flächen

Hybride Geschäftsmodelle (Beratung & Produkte, Kurse & Produkte etc.)

Vernetzungsplattform (Wo ist was leer, wer braucht Fläche?)

## 3. Menschen, die es dafür braucht

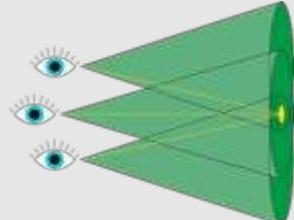
Immobilienbesitzer  
Grundeigentümer  
Stadt  
Lokale Netzwerker  
Vorreiter

## Ressourcen, die es dafür braucht

Ideen/Gute Beispiele  
Marktplatz/Plattform  
Kultur/Gastronomie

## Wissen, das es dafür braucht

Wissen, was wo leer steht  
Wissen, wer was braucht



# Öffentlichen Raum beleben

Der öffentliche Raum bildet Brücken zwischen Geschäften und entscheidet ob jemand überhaupt "in die Stadt kommt". In der Zuger Kompaktheit und Kleinheit können wir mit gestalterischen Interventionen und niedrigschwengigen Aktivitäten zusammen diese Brücke für die Kunden bauen. Konkret: Am Seeufer, auf dem Arenaplatz, in der Altstadt, am Postplatz aber auch in den Quartieren und vor allem: entlang der Zwischenräume!

Moderation Senem Wicki

## 1. Wo erkennen wir Potenziale in Zug?

"First Friday" oder "Primavera", "Night-shopping": Alle Altstadtgeschäfte veranstalten zusammen einen Abend, Konzert etc.

vgl.  
Zusammenarbeit

Kleine, verspielte Interventionen und temporäre Impulse:  
Rollrasen, Kurzinstallationen

Spielerische Interventionen!  
"Postplatz als Sandbeach" oder "Aktion Liegestühle"

Temporäre verkehrsreie Bahnhofstrasse und entsprechende Gestaltung (oder auch kompletter Freiraum?) für Fußgänger

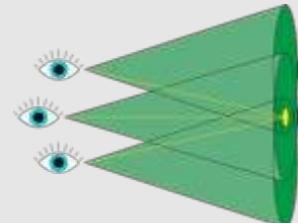
"Wechselnde Zonen" bilden – wo darf man was?

"Motivierte Leute machen lassen": was können wir tun, indem wir weniger tun? (Regelabbau Plan, Privatveranstaltungen zulassen?)

"Flaniernetz statt Flickenteppich" oder "Kinderwalk": Zusammenhängende Führung / Signale

Flexible Möblierung auf Rollen für alle (Altstadt?)  
> Bänkli zum Sitzen und Verweilen

## 2. Was wären mutige Pilot-projekte?



### 3. Menschen, die es dafür braucht

Einbezug, Offenheit der Anwohnerinnen und Anwohner  
Betreiber  
Sicherheit, Bewilligungen  
Eltern mit Kindern

### Ressourcen, die es dafür braucht

Raum!  
Engagement anerkennen! (nicht Demotivieren statt zu motivieren)

### Wissen, das es dafür braucht

Transparenz: wer ist eigentlich wofür zuständig?  
Von anderen Städten lernen!  
Was ist geplant, (laufende Projekte)

# Einkaufspotenzial Tourismus nutzen

## 1. Wo erkennen wir Potenziale in Zug?

Grossveranstaltungen nutzen, um Angebote zu verknüpfen

Themenrundgänge, Führungen, Podcast / App / QR Codes im öffentlichen Raum und Besucherzentren

Märkte beleben den öffentlichen Raum und bringen Kunden

Geschäfte wirken bei Grossveranstaltungen mit: Geschäfte müssten offen haben dürfen bei Veranstaltungen wie z.B. Weihnachtsmarkt, Mittelalterfest)

## 2. Was wären mutige Pilotprojekte?

Attraktive Stadtführungen, digitaler Stadtführer AR/VR, Touristenbänkli, (Detective Trail)

Touristisches Mobilitätsangebot (z.B. Touristenbähnli, Rikscha, Velos..)

Beschriftungen: Autobahntafel für Altstadt, Besucherlenkung in der Innenstadt (Denkmäler, Kulturinstitutionen)

Zusammenarbeit mit Kulturinstitutionen

Informationen für Geschäfte: Touristischer Jahreskalender

Moderation Regula Kaiser

## 3. Menschen, die es dafür braucht

Influencer  
Journalisten, Magazine  
Kulturschaffende

## Ressourcen, die es dafür braucht

Bilder, EVZ  
Sponsoren, Kt, Stadt  
Plakattafeln

## Wissen, das es dafür braucht

Jahreskalender,  
Veranstaltungskalender (Geschäfte sollten früher wissen was läuft!)

