

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

Schaufenstertausch, verbunden mit einem Event

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

→ Traditionen (Blumenstadt, Lichterstadt)

Gemeinsamer Effort!

Emotionen wecken, Vernetzen mit Akteuren

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

vgl. Digitalisierung

2. Was wären mutige Pilot-projekte?

Attraktiver Mietermix (Citymanager?)

B2C Velokurier?

vgl. mit "Mietmodelle"

Verkehrsfreie Innenstadt zwischen Metalli, Bundesplatz und Bahnhofstrasse

vgl. öff. Raum

Gemeinsame Strukturen: Wie organisieren wir uns?

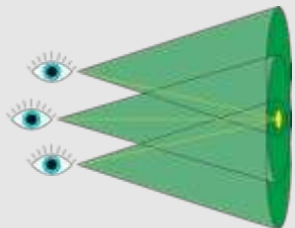
3. Menschen, die es dafür braucht

Personal, Arbeitgeber Flexibilität

Ressourcen, die es dafür braucht

Personal
Plattform für Schaufenstertausch
Finanzen?

Wissen, das es dafür braucht



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?

Moderation Werner Schaeppi

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

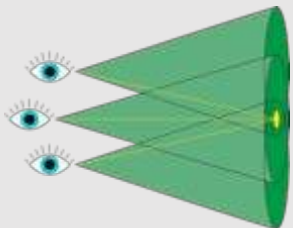
- Power-user zum Testen (Händler und Kunden)
- IT Spezialisten

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



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: Industrieareale, 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?

Gewerbe-
baugenoss
enschaften

Ausnahme-
regelungen
(Nightshopping,
Rausstuhlen,
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 Pilot-projekte?

Quer-
subventio-
nierte
Flächen

Velo-frei
statt
Auto-frei

vgl. öff. Raum"

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

Vernetzungs-
plattform (Wo ist
was leer, wer
braucht Fläche?)

vgl. Zusammenarbeit

3. Menschen, die es dafür braucht

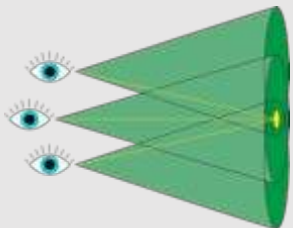
Immobilienbesitzer
Grundeigentümer
Stadt
Lokale Netzwerker
Vorreiter

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 niedrigschwelligen 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 verkehrsfreie 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

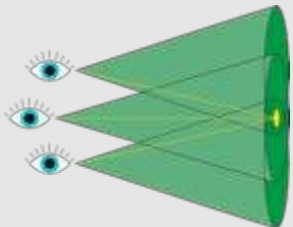
Einbezug, Offenheit der Anwohnerinnen und Anwohner Betreiber
Sicherheit, Bewilligungen Eltern mit Kindern

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

Zug hat Potenzial, mehr Touristen anzusprechen, z.B. Besucher, die Wert auf Nachhaltigkeit legen LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) und Naturliebhaber (Radfahrer, Wanderer, ...). Dieses Potenzial gilt es mit interessanten Angeboten, guter Information und interessantem Storytelling auszuschöpfen!

1. Wo erkennen wir Potenziale in Zug?

Moderation Regula Kaiser

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. Weihachtsmarkt, 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

Geo Cashing/ Schnitzeljagd

Informationen für Geschäfte: Touristischer Jahreskalender

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!)

