

Entwicklung des Detailhandels der Stadt Zug

Ines von der Ohe
Reto Frey
Wüest Partner

Zürich, 13. März 2020



Modul 1

Lageeinschätzung der Einkaufszone in Zug

Modul 1

Lageeinschätzung der Einkaufszone in Zug

- Beschäftigungsentwicklung, -dichte, -struktur (Branchen)
- Points of Interest: Verkehr, Bildung, Kultur/Freizeit, Shopping, öffentliche Gebäude etc.
- Passantenfrequenzen
- Lagequalitäten auf Basis des Wüest Partner Mikrolagenratings für Geschäftsflächen, Verkauf (strassengenau)

Perimeter Einkaufszone Zug



Einkaufszone Stadt Zug

Die Einkaufszone der Stadt Zug wird definiert über die **Baarerstrasse** im Norden, welche in südliche Richtung in die **Bahnhofstrasse**, in die **Neugasse** und schliesslich in die **Grabenstrasse** mündet.

Der Perimeter schliesst damit sowohl das Gebiet um den Bahnhof, das Metalli sowie Teile der Altstadt bis hin zum Seeufer ein.

Lageeinschätzung

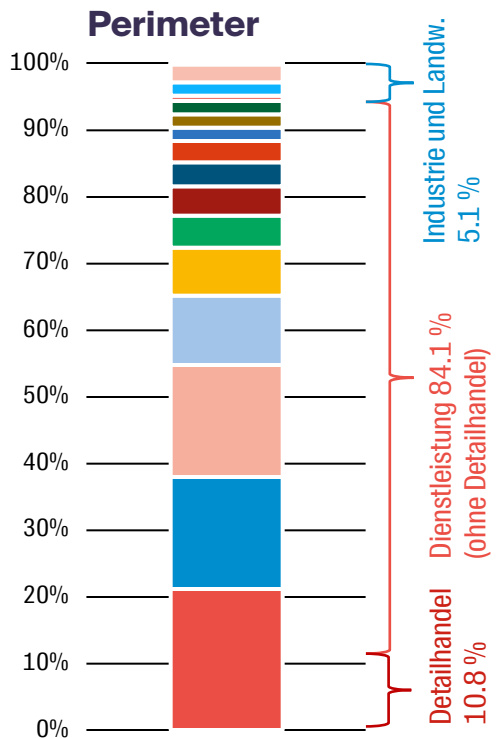
Nutzerdichte als entscheidendes Kriterium

Parallel zum grossräumigen Angebot-Nachfrage-Verhältnis entscheiden auch die **kleinräumigen Lagequalitäten** über die Umsatzpotenziale der Verkaufsläden. Und je besser die innerkommunale **Standortqualität** ist, desto höher fällt auch das Umsatzpotenzial der Detaillisten an den entsprechenden Lagen aus.

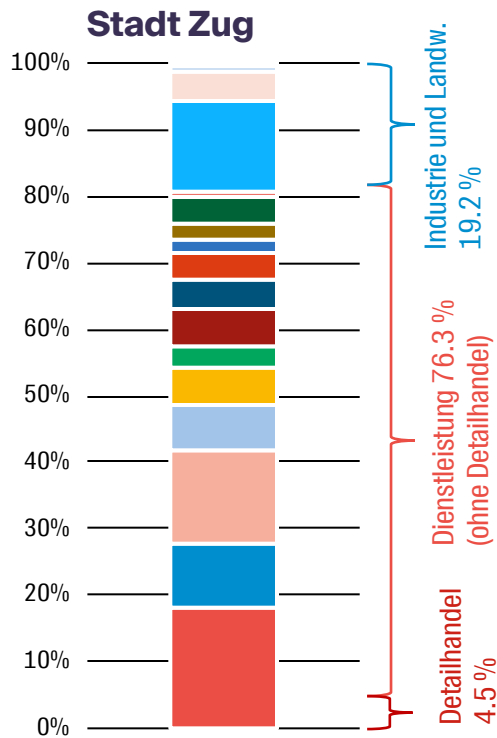
- Einerseits wird heutzutage die **Passantenfrequenz** als entscheidendes **Kriterium für die Standortqualität** angesehen. Je höher die Frequentierung, desto grösser das Umsatzpotenzial.
- Einen noch stärkeres Kriterium ist die **Beschäftigungsdichte**: Gerade zur Mittagszeit und auf dem Nachhauseweg werden oft Versorgungseinkäufe bequem und schnell erledigt, was die Umsätze an den entsprechenden Lagen nach oben treibt.
- Entscheidend für das Umsatzpotenzial sind demnach die **Passantenfrequenzen**, die durch den **Arbeits-** oder auch durch den **Ausbildungsweg** generiert werden. Das höchste Umsatzpotenzial ist folglich an **beschäftigungsinduzierten Hochfrequenzlagen** zu erwarten.

Beschäftigung

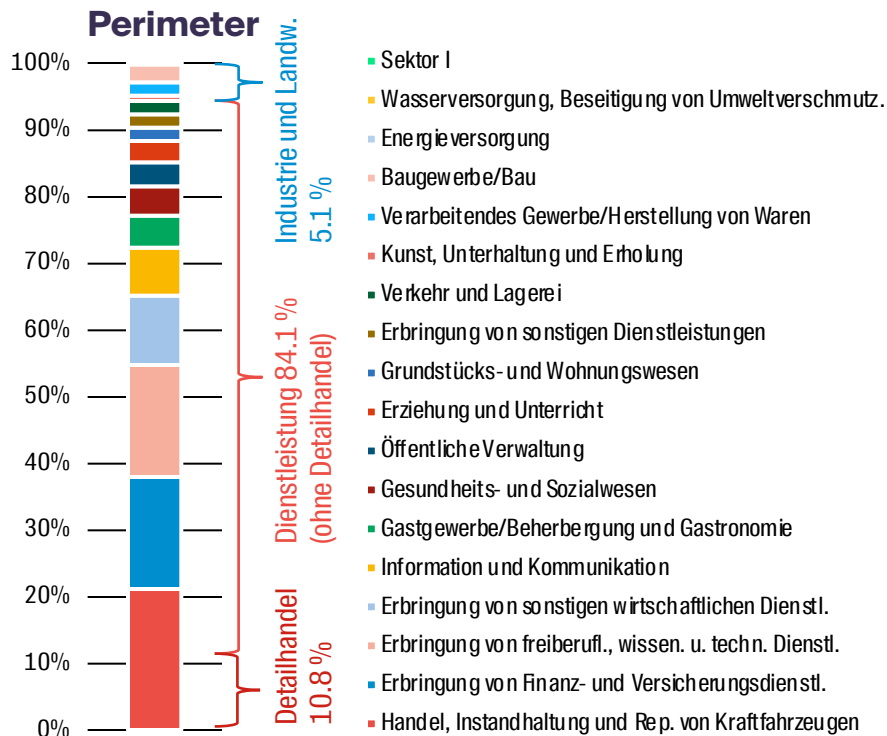
Beschäftigungsstruktur im Perimeter



- Sektor I
- Wasserversorgung, Beseitigung von Umweltverschmutz.
- Energieversorgung
- Baugewerbe/Bau
- Verarbeitendes Gewerbe/Herstellung von Waren
- Kunst, Unterhaltung und Erholung
- Verkehr und Lagerei
- Erbringung von sonstigen Dienstleistungen
- Grundstücks- und Wohnungswesen
- Erziehung und Unterricht
- Gesundheits- und Sozialwesen
- Gastgewerbe/Beherbergung und Gastronomie
- Information und Kommunikation
- Erbringung von sonstigen wirtschaftlichen Dienstl.
- Erbringung von freiberufl., wissen. u. techn. Dienstl.
- Erbringung von Finanz- und Versicherungsdienstl.
- Handel, Instandhaltung und Rep. von Kraftfahrzeugen



Beschäftigungsstruktur im Perimeter



Beschäftigungsstruktur 2017

Die Zahl der Beschäftigten (VZAE) im **Perimeter** beträgt **10'300**, wovon **94.9 Prozent** im **Dienstleistungssektor** arbeiteten (Zug: 80.8 Prozent). **10.8 Prozent** der Beschäftigten (in VZAE) im Perimeter arbeiten im **Detailhandel** – im Jahr 2011 waren es noch 10.6 Prozent.

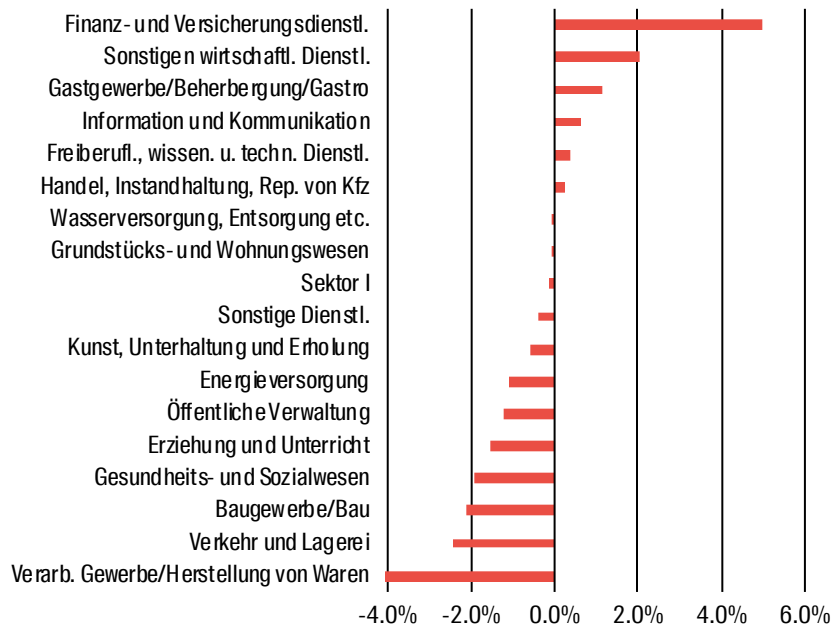
In der gesamten Stadt Zug beträgt der Anteil der Beschäftigten im **Detailhandel 4.5 Prozent**, im 2011 waren es nur geringfügig mehr (4.8 Prozent).

Anzahl Beschäftigte (in VZAE), 2017

	Perimeter	Gemeinde Zug
total	10300	32500
Sektor 1	20	100
Sektor 2	500	6140
Sektor 3	9780	26240
Detailhandel	1100	1500

Beschäftigungsstruktur im Perimeter

Über- und Unterrepräsentierte Branchen im Perimeter im Vergleich zur Stadt Zug, in P.p.

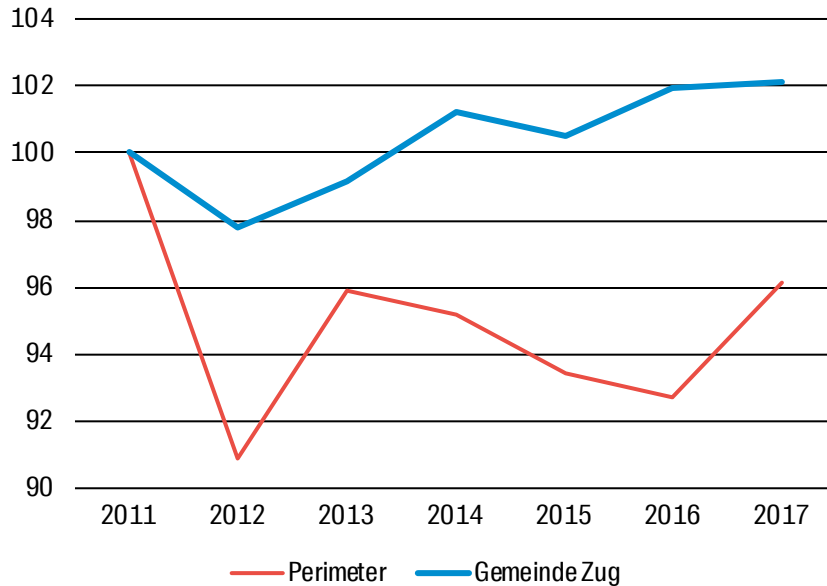


Der Anteil der Beschäftigten (in VZAE) im Finanz- und Versicherungssektor ist im Perimeter mit **5.0 Prozentpunkten** deutlich überrepräsentiert im Vergleich zur Gemeinde.

Stärker als im restlichen Gemeindegebiet vertreten sind im Perimeter ausserdem insbesondere **wirtschaftliche Dienstleistungen** mit **2.0 Prozentpunkten** und das **Gast- und Gastronomiegewerbe** mit **1.1 Prozentpunkten**.

Beschäftigungsentwicklung im Perimeter

Entwicklung der Anzahl Vollzeitäquivalente total, Index 2011 = 100

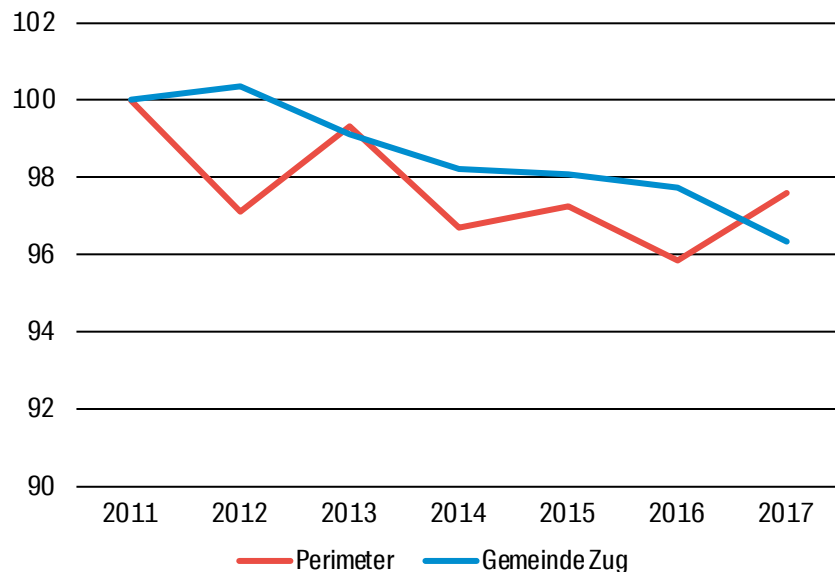


Die Zahl der Beschäftigten (in VZAE) im Perimeter ist zwischen 2011 und 2017 insgesamt um **3.9 Prozent** gesunken (**Gemeinde Zug: +2.1 Prozent**).

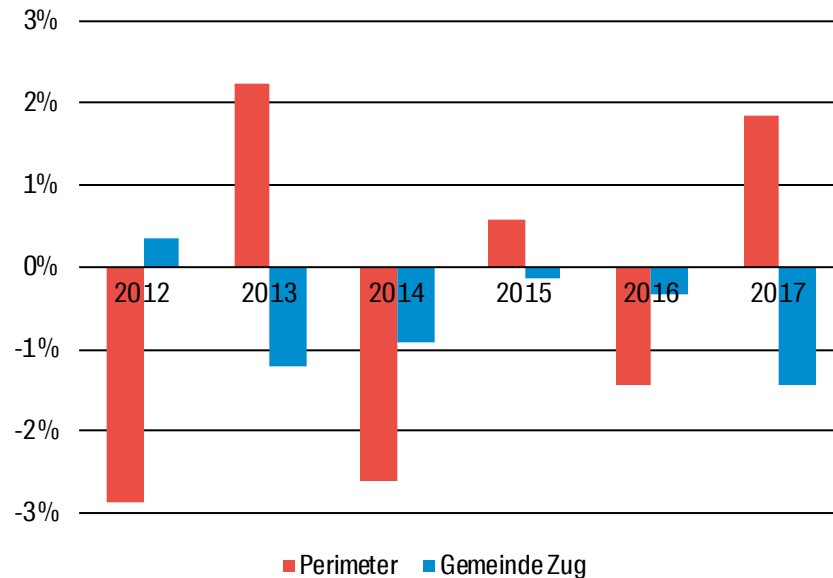
Nicht berücksichtigt bei der Analyse der Beschäftigungsstruktur und der Beschäftigungsentwicklung im Perimeter wird die Neuregistrierung von rund 1'600 Beschäftigten (in VZAE) in der Gubelstrasse im Bereich der «Herstellung von elektronischen Bauelementen» (NOGA08: 261100) im Jahr 2017. Diese dürfte nicht auf einen tatsächlichen Stellenaufbau sondern auf eine administrative Zuordnung von Mitarbeitern auf die entsprechende Geschäftsadresse zurückzuführen sein.

Beschäftigungsentwicklung im Perimeter

Entwicklung der Anzahl Vollzeitäquivalente im Detailhandel, Index 2011 = 100



Entwicklung der Anzahl Vollzeitäquivalente im Detailhandel, jährlich



Zusammenfassung

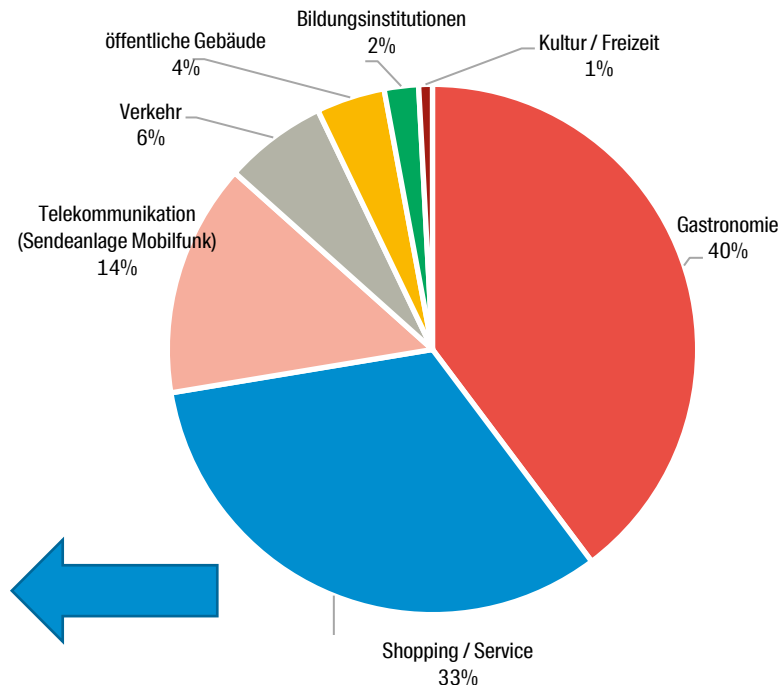
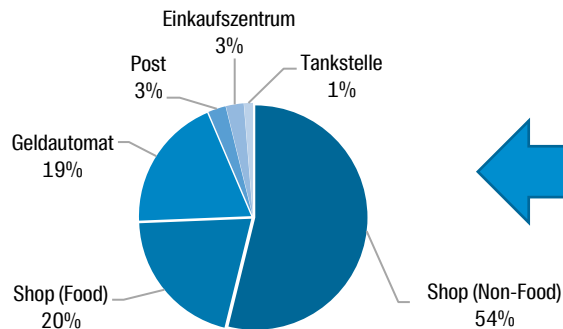
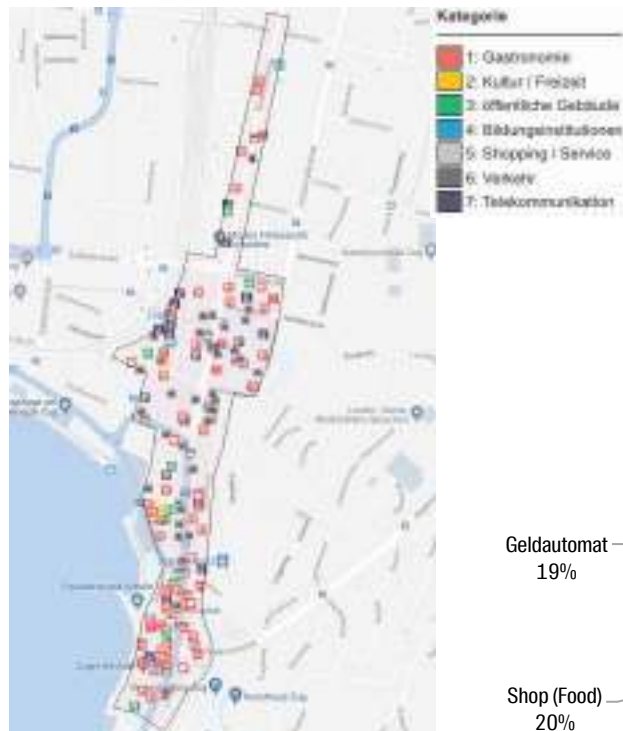
Beschäftigung im Perimeter

Im Vergleich zum gesamten Gemeindegebiet von Zug weist der Perimeter der Einkaufszone eine **hohe Dichte an Arbeitsplätzen** auf. Die Zahl der **effektiv Beschäftigten** hat sich in den letzten Jahren jedoch **negativ** entwickelt:

- Die Beschäftigung (in VZAE) im Perimeter der Einkaufszone Zug ist zwischen 2011 und 2017 insgesamt um **3.9 Prozent** gesunken (**Gemeinde Zug: +2.1 Prozent**).
- Im **Detailhandel** verzeichnet der Perimeter im Vergleich zu vor sechs Jahren einen **Beschäftigungsrückgang** (in VZAE) um **2.4 Prozent**, in der gesamten **Gemeinde Zug** um **3.7 Prozent**.
- Der **Anteil der Beschäftigten hat dort leicht zugenommen**: Im 2017 arbeiten **10.8 Prozent** der Beschäftigten (in VZAE) im Perimeter im Detailhandel – im Jahr 2011 waren es noch 10.6 Prozent.
- Die **Beschäftigungsdichte** im Perimeter beträgt rund **400 Vollzeitäquivalente pro Hektare** (bzw. 460 Vollzeitäquivalente pro Hektare unter Berücksichtigung der 1'600 Beschäftigten in der Gubelstrasse 17 im Bereich der «Herstellung von elektronischen Bauelementen»). Zum Vergleich: In der Gemeinde Zug beziffert die Beschäftigungsdichte 15 Vollzeitäquivalente pro Hektare.

Points of Interest

Points of Interest



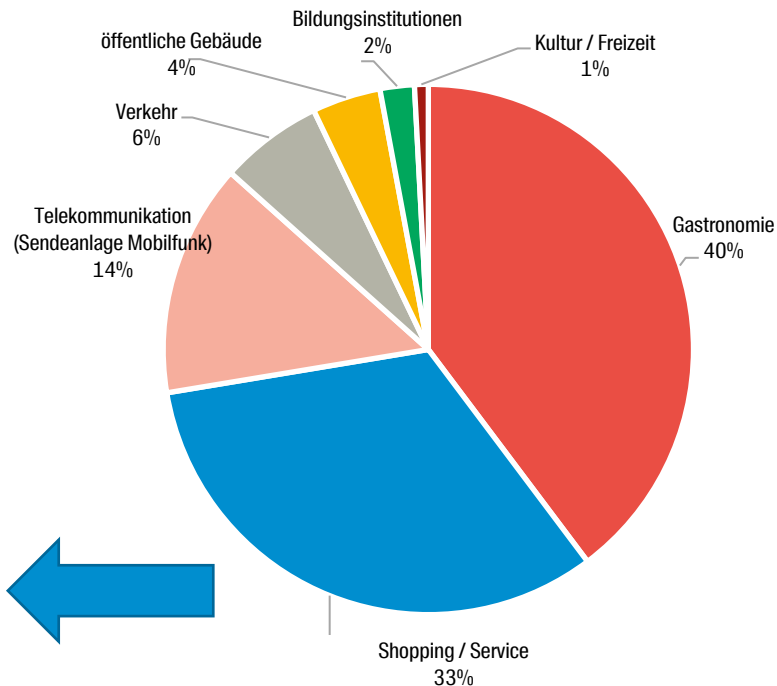
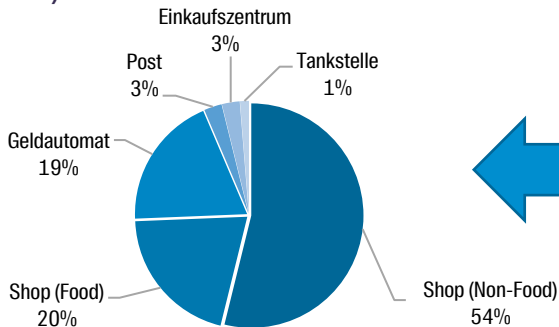
Quellen: Ascarix AG; BAV; BAKOM; Wüest Partner AG

Points of Interest

Points of Interest (POIs)

Im betrachteten Perimeter der Einkaufszone Zug herrscht ein grosses gastronomisches Angebot: **40 Prozent** der POIs werden der **Gastronomie** zugeordnet (vor allem südlich des Postplatzes, Altstadt).

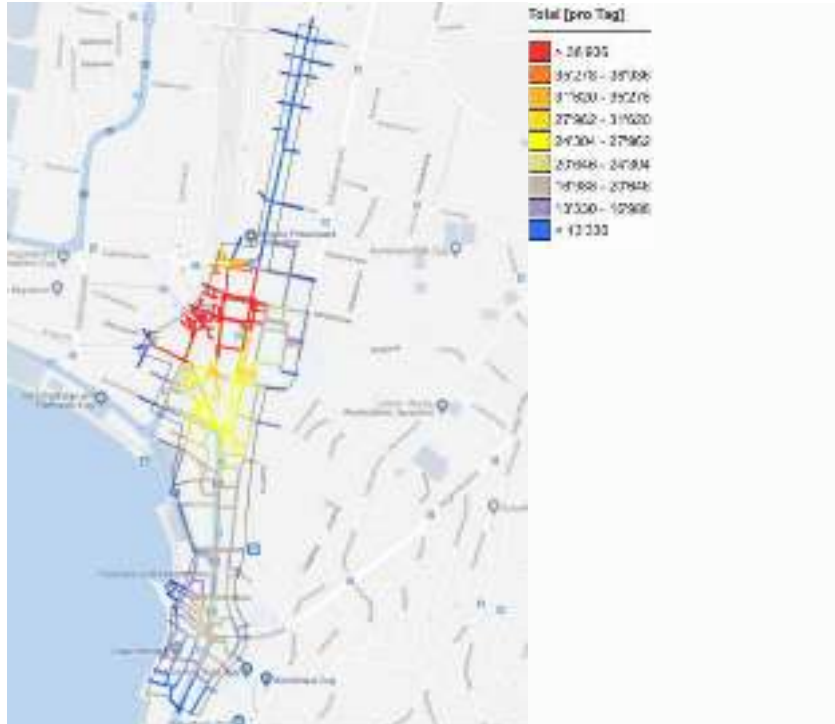
Rund **ein Drittel** der POIs sind aus dem Bereich **Shopping/Service** – davon mehr als die Hälfte aus dem Bereich Non-Food (42 Läden).



Quellen: Ascarix AG; BAV; BAKOM; Wüest Partner AG

Passantenfrequenzen

Passantenfrequenzen im Perimeter

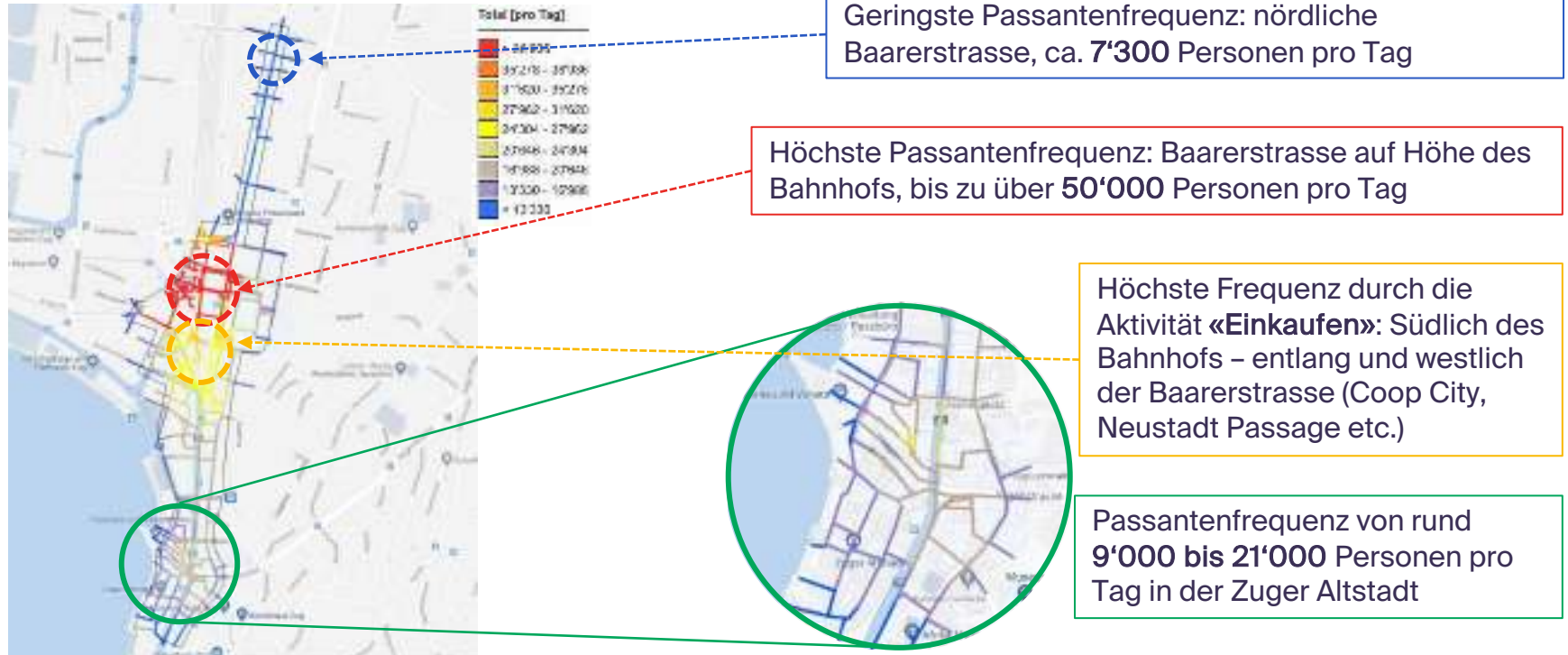


Definition

Das vorliegende **Modell** von Senozon (www.senozon.com) **simuliert** die Passantenfrequenzen eines durchschnittlichen Werktags (8 - 24 Uhr) eines Jahres für das gesamte Strassen- und Wegnetz der Schweiz. Dabei werden sechs Aktivitätsabsichten (z.B. Arbeit, Einkaufen) unterschieden.

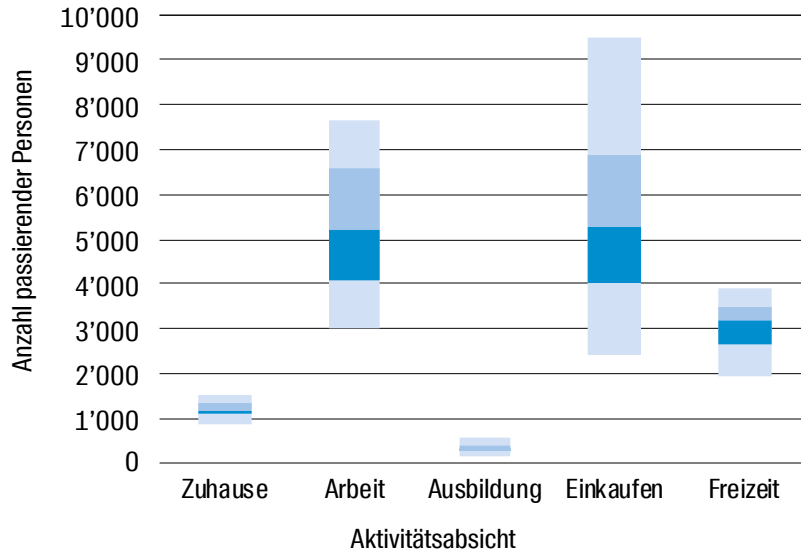
Die modellierte Passantenfrequenz entspricht dabei der Anzahl Aktivitäten gemäss Kriterien, die im **Umkreis von 150 Metern** um den **Strassenabschnittsmittelpunkt** beginnen oder enden.

Passantenfrequenzen im Perimeter



Passantenfrequenzen im Perimeter

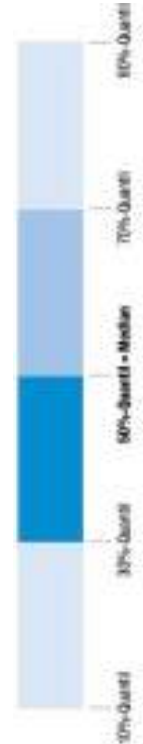
Anzahl passierender Personen an einem durchschnittlichen Werktag (8-24 Uhr) nach Aktivitätsabsicht im Perimeter



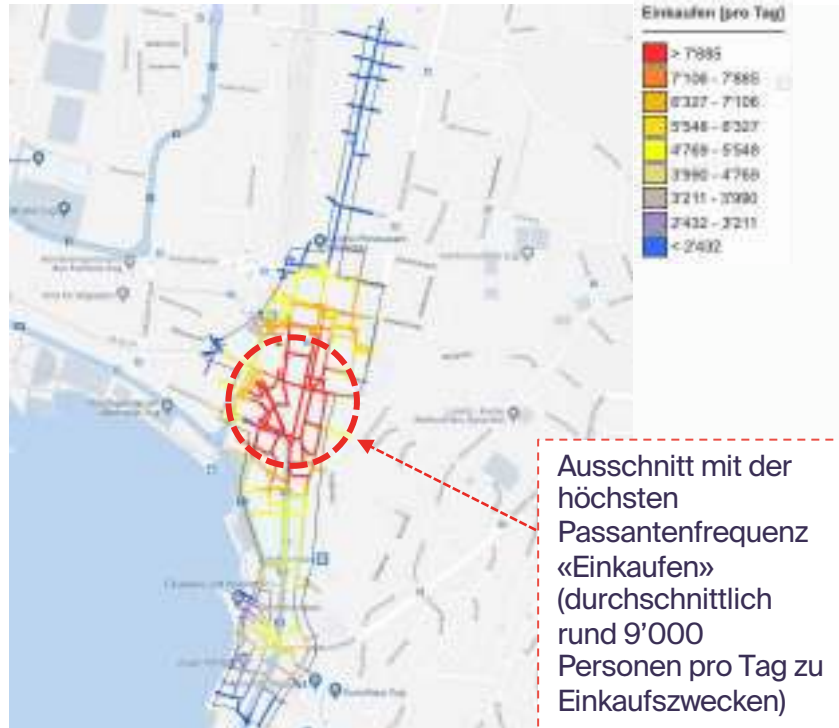
Die höchsten Passantenfrequenzen im Perimeter werden durch Aktivitäten im Bereich «Einkaufen» und «Arbeit» ausgelöst.

Lesebeispiel: 10 Prozent der Strassenabschnitte im Perimeter werden täglich von weniger als 2'000 Personen zu Freizeit Zwecken passiert.

Das 50-Prozent-Quantil markiert die Grenze zwischen den stärker und den weniger stark frequentierten Strassenabschnitten im Perimeter und wird auch als «Median» bezeichnet. In 50 Prozent der Strassenabschnitte liegt die Passantenfrequenz darüber, in 50 Prozent darunter.



Passantenfrequenzen im Perimeter



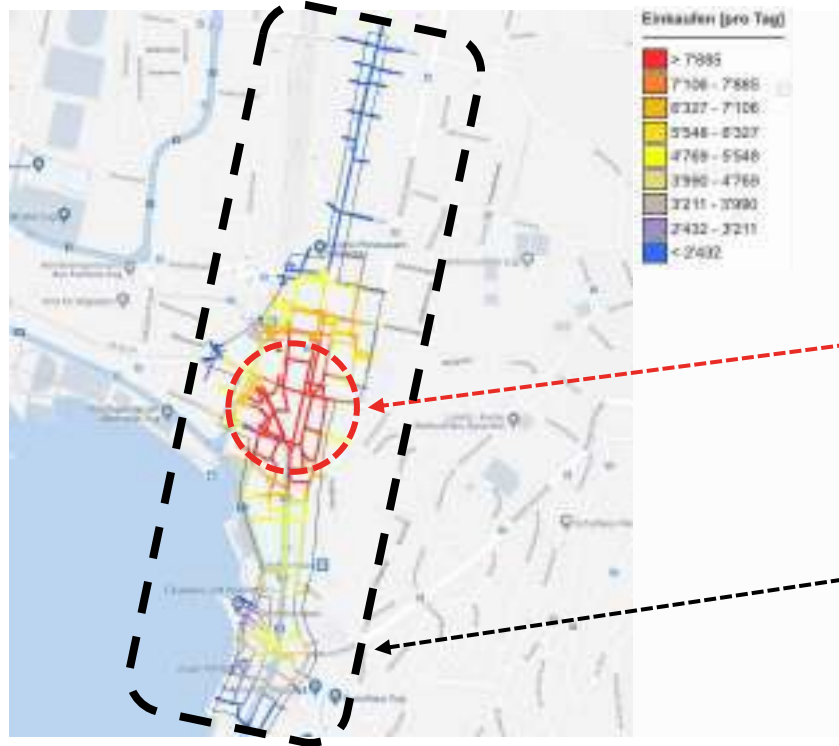
Passantenfrequenzen durch Aktivitäten im Bereich «Einkauf»

Die Zahl der Passanten, welche den Perimeter der Einkaufszone Zug für **Einkäufe** passieren, ist **südlich des Bahnhofs** – entlang und westlich der **Baarerstrasse** bis Ecke **Bundesplatz** – am grössten.

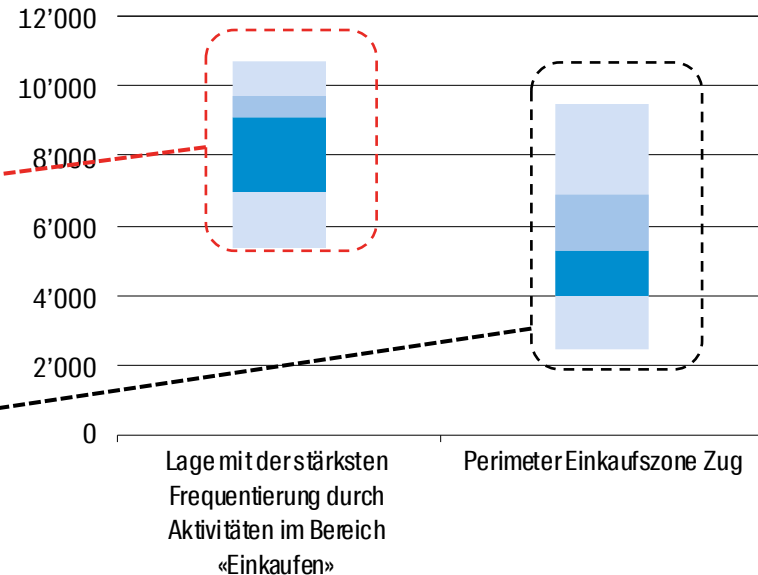
In diesen Raumausschnitt fallen auch das **Einkaufszentrum Metalli** und die **Neustadt Passage**.

An den am **stärksten frequentierten Strassenabschnitten** innerhalb dieses Ausschnitts sind an einem durchschnittlichen Werktag zwischen 8 und 24 Uhr ca. **11'800** Personen zu erwarten, welche zu **Einkaufszwecken** unterwegs sind.

Passantenfrequenzen im Perimeter



Passantenfrequenzen an einem durchschnittlichen Werktag (8-24 Uhr) durch Aktivitäten im Bereich «Einkaufen»



Zusammenfassung

Passantenfrequenzen im Perimeter

In der Stadt Zug konzentrieren sich die hohen **Passantenfrequenzen** überwiegend auf der **Achse zwischen Bahnhof und Altstadt** sowie entlang der **Baarerstrasse** – darunter fällt auch der betrachtete Perimeter. Aufgrund der direkten Nähe zum Bahnhof und sehr guten Erreichbarkeit sowie aufgrund der hohen Beschäftigungsdichte – dort sind zahlreiche Arbeitsplätze im Dienstleistungssektor lokalisiert – wird die Innenstadt hier hoch frequentiert.

- Innerhalb des Perimeters ist eine **klare Differenzierung** zwischen dem **Bahnhofsbereich** und der Zuger **Altstadt** ersichtlich: Die Bahnhofslage verzeichnet erheblich mehr Bewegungen als die Altstadt.
- Die höchsten Passantenfrequenzen im Perimeter (bis zu **über 50'000** Personen pro Tag) werden an der Baarerstrasse **auf Höhe des Bahnhofs** erzeugt.
- Nach **Aktivitätsabsicht** betrachtet, werden die höchsten Frequenzen im Bereich **«Einkaufen»** und **«Arbeit»** ausgelöst.
- **Südlich des Bahnhofs** und westlich der Baarerstrasse werden die **höchsten Frequenzen im Aktivitätsfeld «Einkaufen»** erzeugt.

Lagequalitäten auf Basis des
Wüest Partner Mikrolagenratings für
Geschäftsflächen

Das Mikrolagenrating beurteilt die relative Güte einer Lage **innerhalb der Gemeinde Zug** bezüglich zahlreicher räumlicher Faktoren, welche für die jeweilige Nutzung relevant sind.

Die Mikrolage umfasst in der Summe eine Vielzahl an kleinräumigen Eigenschaften, die das unmittelbare Umfeld einer Immobilie charakterisieren. Die Beurteilung der Mikrolage auf der Notenskala von 1.0 (sehr schlecht) bis 5.0 (exzellent) erfolgt relativ zur Gemeinde. Innerhalb jeder Gemeinde kommt jede Mikrolagenote der Skala von 1.0 bis 5.0 vor, unabhängig davon, ob die Lagequalität der Gemeinde als Ganzes als sehr schlecht oder exzellent eingestuft wird. Weiter wird die Spezialbewertung „High Street“ vergeben für die absoluten Toplagen in Gross- und Mittelstädten.

Lagequalitäten

Mikrolagenrating für Verkaufsflächen: Perimeter



Exzellente Lage in Nähe des Zuger Bahnhofs

Die höchsten Ratingwerte werden auf der **Baarerstrasse** auf Höhe **Bahnhof/Metalli** in südliche Richtung bis **Ecke Bundesplatz/Bahnhofstrasse** erreicht. Dieser Bereich wird anhand des Wüest Partner Mikrolagenratings innerhalb der Stadt Zug als **High Street** ausgemacht.

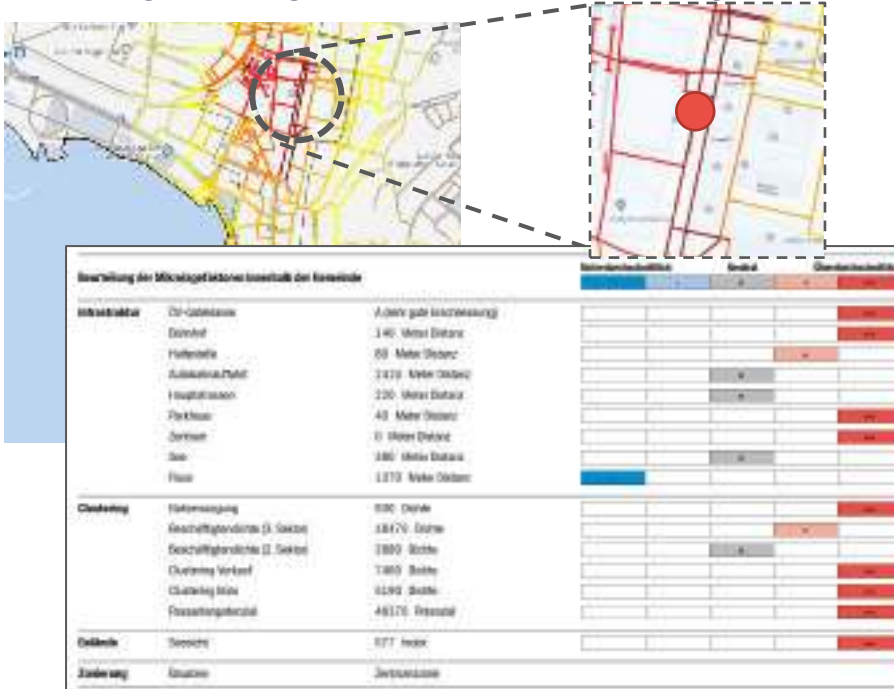
Als **exzellent** werden zudem die Lagen rund um den **Bahnhof** bewertet.

In nördliche Richtung (entlang der Baarerstrasse) und südliche Richtung (entlang der Bahnhofstrasse) nimmt die Qualität der Mikrolage zunehmend ab.

Bis zum **Postplatz** wird die Lage (relativ zur Gemeinde) als **gut** eingeschätzt, bereits in der **Altstadt** wird die Lage nur noch als **leicht überdurchschnittlich bis durchschnittlich** bewertet.

Lagequalitäten: High-Street

Mikrolagenrating für Verkaufsflächen: High-Street



Die Highstreet-Lagen auf Höhe vom **Metalli** bzw. **Bahnhof** profitieren von der **überdurchschnittlichen Erreichbarkeit** mit dem **ÖV** sowie der Nähe zum **Parkhaus** und zum **Zentrum**.

Ebenfalls **überdurchschnittlich** stark in Relation zur Gemeinde sind u.a. die **Nahversorgungsmöglichkeiten**, das **Clustering von Unternehmen im Büro- und Verkaufssegment** und die **Passantenfrequenz** ausgeprägt.

● Ausgewählter Adresspunkt, auf den sich die nebenstehende Beurteilung bezieht.

Lagequalitäten: Altstadt

Mikrolagenrating für Verkaufsflächen: Altstadt



Überdurchschnittlich werden in der Zuger Altstadt (Ecke Kolinplatz/Neugasse) die **ÖV-Güte** (sehr gut), die **Nähe zu Hauptstrassen** und zum **Zentrum** sowie **Nahversorgung** und **Seesicht** bewertet. Die **Passantenfrequenz** und die **Beschäftigungsdichte** im Dienstleistungssektor gelten als leicht überdurchschnittlich, ebenso die **Nähe zu Bahnhof** und **Haltestellen**.

Durchschnittlich ausgeprägt sind die Faktoren **Clustering von Unternehmen** im Büro- und Verkaufssegment sowie die Nähe zu **Autobahnauffahrten**.

● Ausgewählter Adresspunkt, auf den sich die nebenstehende Beurteilung bezieht.

Zusammenfassung

Lageeinschätzung der Einkaufszone in Zug

Das **Mikrolagenrating** beurteilt die relative Güte einer Lage **innerhalb der Gemeinde Zug** bezüglich zahlreicher räumlicher Faktoren, welche für die jeweilige Nutzung relevant sind. Wie zu erwarten, sind die Lagequalitäten für Geschäftsnutzung (Verkauf) in der Einkaufszone von Zug **grösstenteils überdurchschnittlich** hoch. **Innerhalb des Perimeters** sind jedoch **Diskrepanzen** auszumachen:

- Die höchsten Ratingwerte werden auf der Baarerstrasse auf Höhe des Bahnhofs und in südliche Richtung bis zur Ecke Bundesplatz/Bahnhofstrasse erreicht. Dieser Bereich gilt innerhalb von Zug als **High Street**.
- In nördliche Richtung (entlang der Baarerstrasse) und südliche Richtung (entlang der Bahnhofstrasse) nimmt die Qualität der Mikrolage zunehmend ab.
- Die **Erreichbarkeit** wird trotz zunehmender Entfernung vom Bahnhof sowohl an der **High-Street** als auch in der **Altstadt** als **überdurchschnittlich gut** bewertet. Nur geringfügig schlechter als die High-Street schneidet die Altstadt beim Faktor **Nähe zum Parkhaus** ab.
- Besser als die Altstadt schneidet die High-Street zudem hinsichtlich der Faktoren **Clustering im Verkaufs- und Bürosegment** sowie **Nähe zum Bahnhof** ab. Hingegen profitiert die Altstadtlage von ihrer unmittelbaren **Nähe zum See**.

Modul 2

Konkurrenz-/Potenzialanalyse Stadt
Zug: Nachfrageseitig

Modul 2

Konkurrenz-/Potenzialanalyse Stadt Zug: Nachfrageseitig

- Nachfrageentwicklung: Bevölkerungsstruktur (Haushaltsgrösse, Alter, Einkommensklassen, Pendlerbilanzen etc.), Bevölkerungsentwicklung und weitere soziodemographische Daten
- Sinus-Geo-Milieus, für Zielgruppenanalysen geeignet (gebäudescharf/ aggregiert auf Hektare)
- Entwicklung Tourismus/Hotelmarkt (Anzahl Betriebe/Zimmer/Betten, Auslastung)

Stadt Zug



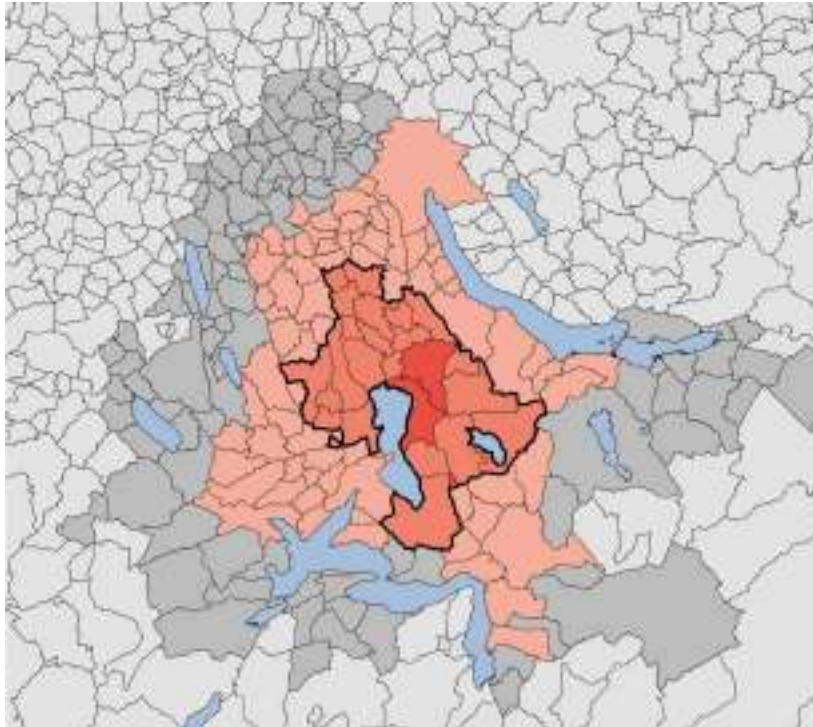
Die Gemeinde Zug (ZG) ist das **Zentrum** einer **mittelgrossen Agglomeration** und zählt 30'542 Einwohner.

Die **Zahl der Beschäftigten** (Vollzeitäquivalente) im Industrie- und Dienstleistungssektor beträgt im Jahr 2017 **32'380**.

Der Anteil der besonders **einkommensstarken Personen** (hochqualifizierte und qualifizierte Führungskräfte) liegt im Jahr 2017 bei **17 Prozent** (Schweiz: 12 Prozent).

In einem Perimeter von 10 und 20 Minuten Fahrzeit rund um Zug leben 55'000 respektive 182'000 Einwohner (zum Vergleich Stadt Zürich: rund 415'000 respektive 695'000 Personen).

Einzugsgebiet für den stationären Detailhandel



Definition über Reisezeiten (MIV)

Die Definition des Einzugsgebiets der Stadt Zug für den stationären Detailhandel erfolgt anhand der Reisezeit von und nach Zug:

Zum Einzugsgebiet gehören alle Gemeinden, welche von Zug aus **innerhalb von 20 Minuten Reisezeit** mit dem **motorisierten Individualverkehr** erreichbar sind.

Reisezeit von und nach Zug (MIV)



Zug und Vergleichsgemeinden



Zug und Vergleichsgemeinden

Definition von Vergleichsgemeinden

Die drei Vergleichsgemeinden **Baden, Rapperswil-Jona und Frauenfeld** wurden aufgrund verschiedener Faktoren bestimmt:

- Regionale Bedeutung als **Wirtschaftsstandort** und/oder **Einkaufsstadt**
- Gemeindetyp Mittel- bzw. Kleinzentrum
- Zwischen 20'000 und 30'000 **Einwohner**
- Ähnlich hohe **Erreichbarkeit** (Anzahl erreichbare Einwohner und Beschäftigte MIV/ÖV)
- **Pendlersaldo** positiv
- **Beschäftigungswachstum** im **Dienstleistungssektor** positiv
- Stationärer Detailhandel konkurrenziert aufgrund der räumlichen **Nähe zu weiteren Einkaufsstandorten**
- Hohes **Standort- und Marktrating** für Verkaufsflächen

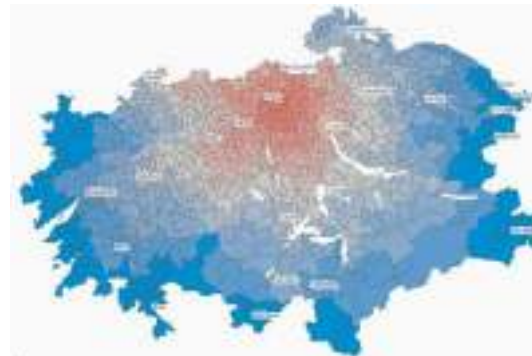
Zug und Vergleichsgemeinden: Eckdaten

	Zug	Baden	Rapperswil-Jona	Frauenfeld
Gemeindetyp	Mittelzentrum	Mittelzentrum	Kleinzentrum	Kleinzentrum
Einwohner	30'500	19'300	27'000	25'600
Anzahl Beschäftigte (in Vollzeitäquivalente)	32'500	23'400	12'900	16'000
Erreichbare Einwohner MIV: innert 30 Minuten	1'065'300	1'128'200	613'400	766'400
Erreichbare Beschäftigte MIV: innert 30 Minuten	861'800	850'300	270'500	381'100
Erreichbare Einwohner ÖV: innert 30 Minuten	100'500	98'100	81'400	183'700
Erreichbare Beschäftigte ÖV: innert 30 Minuten	92'900	54'300	44'500	111'900
Standort- und Marktrating, Verkaufsflächen (1 = schlechteste, 5 = beste Note)	5	4.8	4.5	4.4
Pendlersaldo	18'200	15'400	1'100	4'300
Pendler pro Beschäftigter (in Vollzeitäquivalente)	0.56	0.66	0.09	0.27

Zug und Vergleichsgemeinden: Erreichbarkeit MIV



Zug



Baden



Rapperswil-Jona

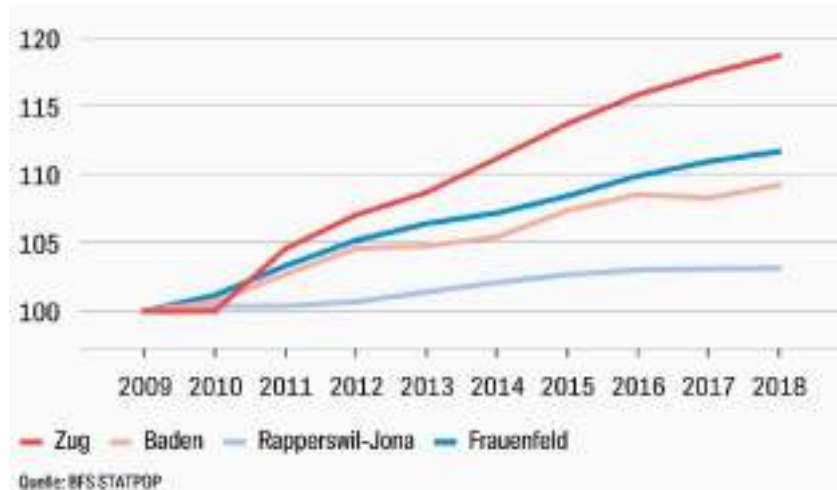


Frauenfeld

Nachfrageentwicklung

Bevölkerungsstruktur

Entwicklung der Gesamtbevölkerung (indexiert) Index 2009 = 100



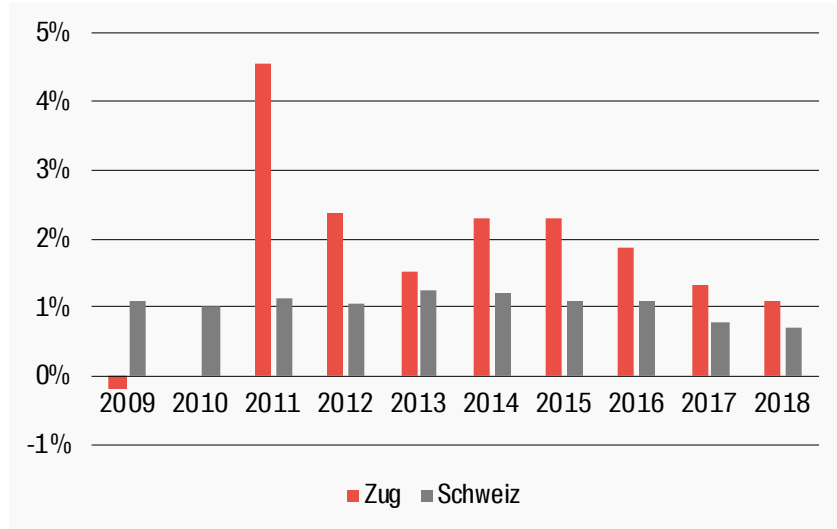
Überdurchschnittliches Bevölkerungswachstum
Zug verzeichnet in der vergangenen Dekade ein überdurchschnittlich starkes Bevölkerungswachstum.

Zwischen 2009 und 2018 ist die Zahl der **ständigen Wohnbevölkerung** um **18.7 Prozent** gestiegen (Schweiz: 9.7 Prozent, Frauenfeld: 11.7 Prozent, Baden: 9.2 Prozent, Rapperswil-Jona 3.1 Prozent).

Die **durchschnittliche jährliche Wachstumsrate** liegt bei **1.9 Prozent** (Schweiz: 1.0 Prozent).

Bevölkerungsstruktur

Jährliches Bevölkerungswachstum



Bevölkerungswachstum flaut ab

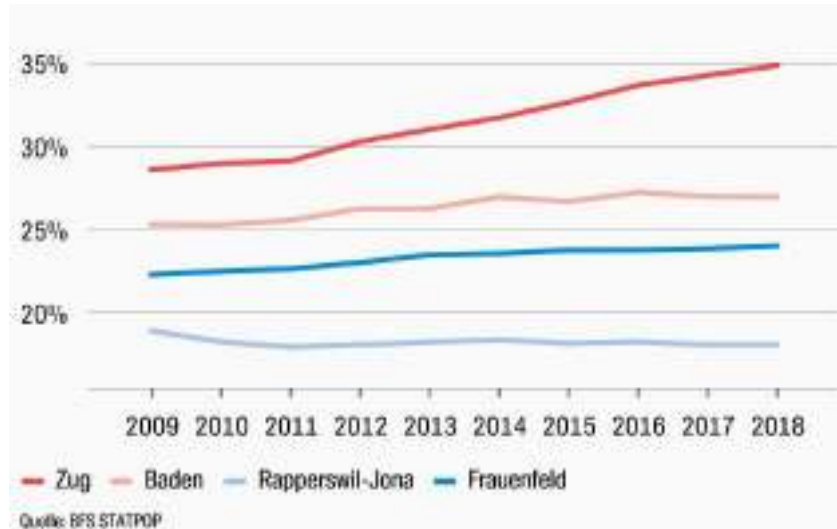
Das stärkste Bevölkerungswachstum innerhalb der vergangenen Dekade hat im 2011 mit einem Plus von 4.5 Prozent stattgefunden.

Wie auch im schweizweiten Mittel ist das **Wachstum** in Zug seit dem Jahr 2014 bzw. 2015 **kontinuierlich zurückgegangen**.

Dabei liegt die jährliche Wachstumsquote zuletzt mit **1.1 Prozent** noch immer über dem Schweizer Mittel (0.7 Prozent).

Bevölkerungsstruktur

Entwicklung der ausländischen Bevölkerung an der Gesamtbevölkerung (Anteile)



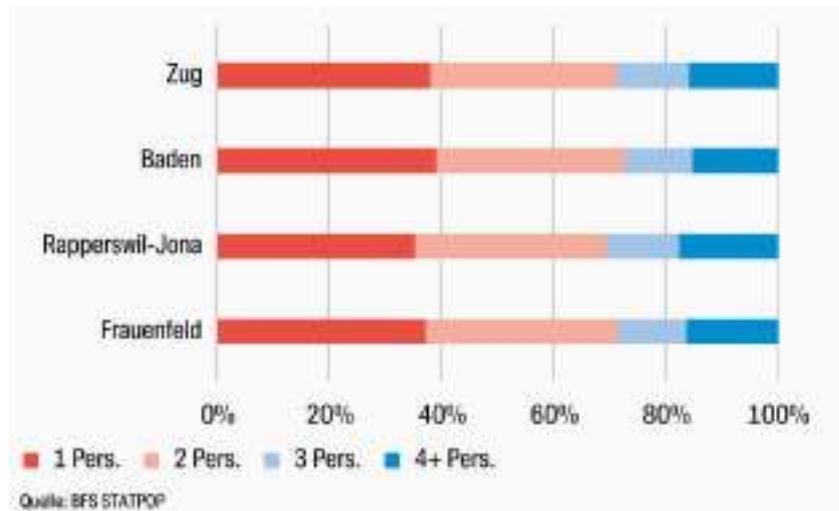
Wachsende ausländische Bevölkerung

Das dynamische Bevölkerungswachstum in Zug ist insbesondere auf den **Zuzug von ausländischen Personen** zurückzuführen: Die **Nettozuwanderung** ausländischer Personen machte in den vergangenen fünf Jahren einen **Anteil am Bevölkerungswachstum von rund 80 Prozent** aus (Schweiz: 50 Prozent).

Die **Nettozuwanderung aus dem Ausland** ist in den vergangenen zwei Jahren **zurückgegangen** und lag in Zug zuletzt (2018) bei einem Plus von ca. **290 Personen** bzw. **2.8 Prozent** im Vergleich zum Vorjahr (Schweiz: 1.0 Prozent). Noch vor drei Jahren lag das Wachstum der ausländischen Bevölkerung bei über 5 Prozent pro Jahr.

Bevölkerungsstruktur

Privathaushalte nach Haushaltsgrösse (Anteile)



Hoher Anteil Kleinhaushalte

Die **Ein- und Zweipersonenhaushalte** machen in Zug einen Anteil von **71.1 Prozent** aus. Damit liegt der Anteil der Kleinhaushalte etwa im Durchschnitt der kleinen und mittleren Zentren schweizweit (Klein- und Mittelzentren: 71.4 Prozent).

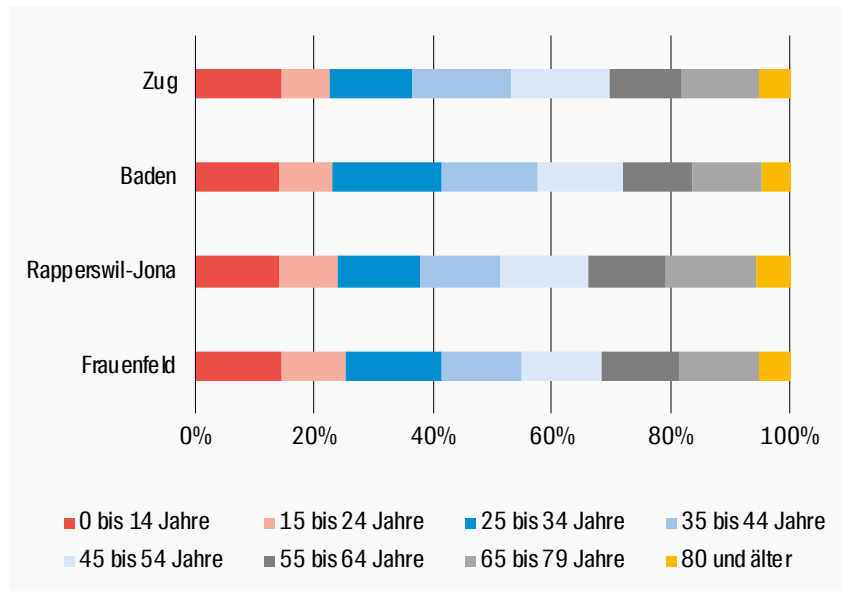
Ähnlich hoch wie in Zug ist der Anteil der Single- und Paarhaushalte in Frauenfeld. Etwas höher ist er in Baden (72.7 Prozent) und etwas tiefer in Rapperswil-Jona (69.5 Prozent).

Privathaushalte nach Haushaltsgrösse (Anzahl)

	Zug	Baden	Rapperswil-Jona	Frauenfeld
1 Pers.	5'293	3'557	4'309	4'341
2 Pers.	4'583	3'042	4'161	3'992
3 Pers.	1'805	1'093	1'569	1'426
4+ Pers.	2'200	1'384	2'149	1'902
Total	13'881	9'076	12'188	11'661

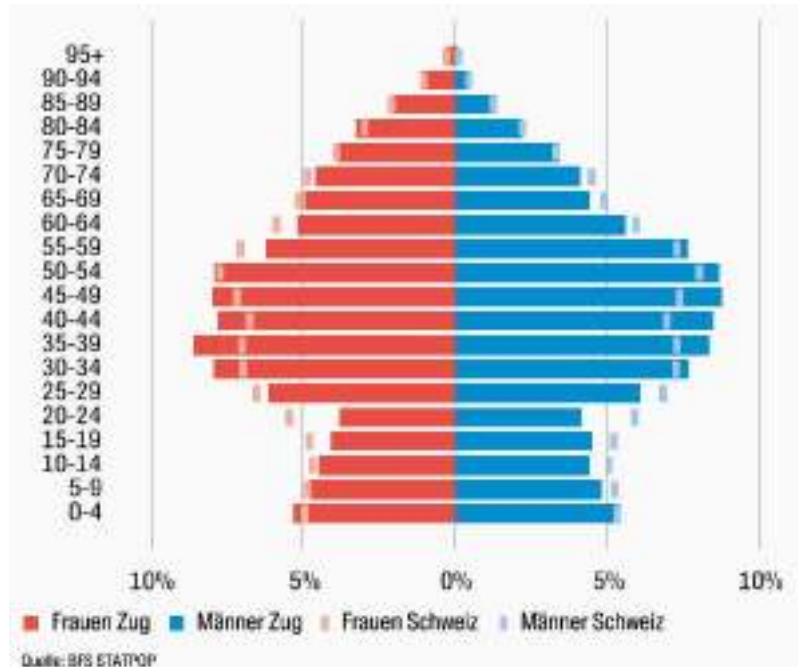
Bevölkerungsstruktur

Einwohner nach Alter (Anteile)



Bevölkerungsstruktur

Altersstruktur Zug im Vergleich zur Schweiz



Altersstruktur

In Relation zu den vier Vergleichsgemeinden ist der Anteil der **unter 34-jährigen** in Zug etwas grösser.

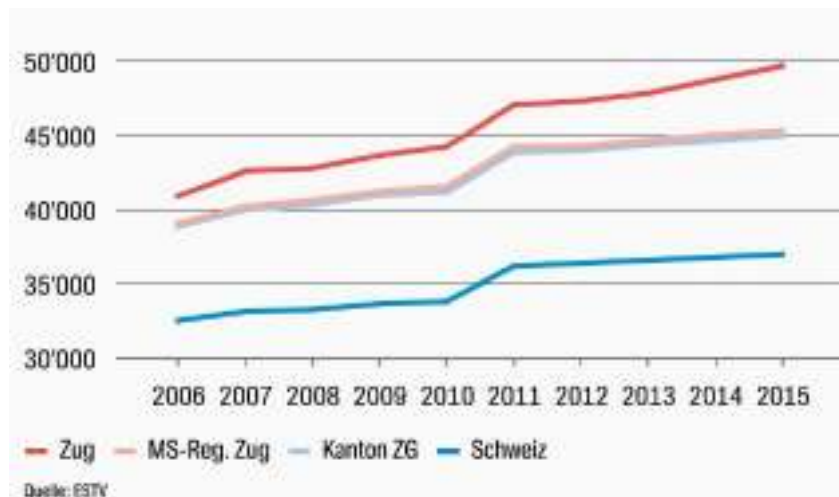
Insbesondere Personen im Alter von **15 bis 29 Jahren** sind in Zug **weniger stark vertreten** – auch im nationalen Vergleich.

Die **30- bis 54-jährigen** wiederum machen in Zug einen **übermässig grossen Teil** der Wohnbevölkerung aus.

Dafür ist hier der Anteil der Personen im Alter von **65 Jahren und mehr** wiederum – ähnlich wie in Baden – **verhältnismässig gering**.

Bevölkerungsentwicklung

Entwicklung des steuerbaren Medianeinkommens (in CHF, kontrolliert für die Familiengrösse)



	Zug	MS-Reg. Zug	Kanton ZG	Schweiz
2006	40'933	39'080	38'887	32'533
2015	48'717	45'344	45'000	37'000

Veränderungen zum Vorjahr und Vergleich zu vor zehn Jahren				
	Zug	MS-Reg. Zug	Kanton ZG	Schweiz
1 Jahr	1.8%	0.8%	0.7%	0.5%
10 Jahre	21.5%	16.0%	15.8%	13.7%

Das **steuerbare Medianeinkommen** hat sich in den vergangenen Jahren in Zug **überdurchschnittlich stark entwickelt**.

2010/2011: Umstellung in der Datenerfassung von der ESTV (Eidgenössische Steuerverwaltung).

Pendlersaldo

Wichtigste Zupendler-Regionen, Zug



11.4 Prozent der Zupendler in der Gemeinde Zug stammen aus der Gemeinde Baar, 6.7 Prozent aus Cham und 6.5 Prozent aus Zürich. Luzern und Steinhausen machen mit 4.3 und 4.1 Prozent einen geringeren Anteil aus. 67 Prozent der Zupendler verteilen sich auf übrige Gemeinden.

Pendlersaldo

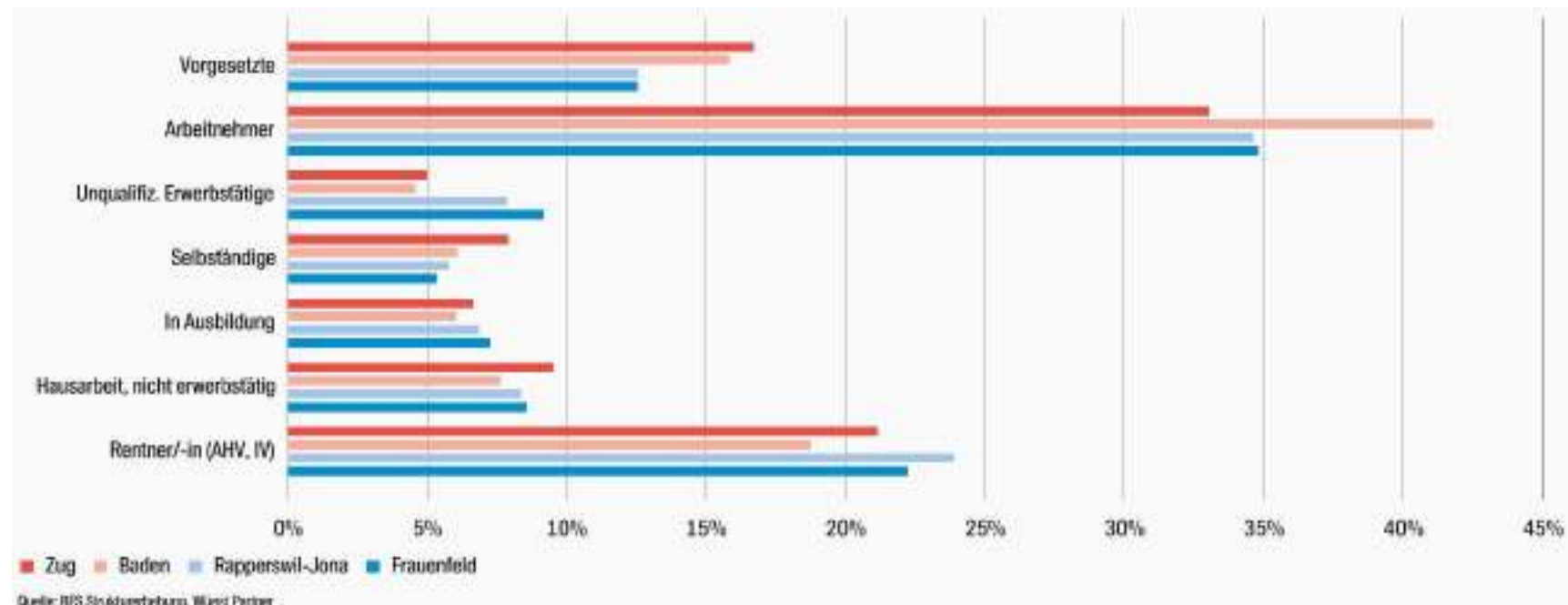
	Zug	Baden	Rapperswil-Jona	Frauenfeld
Pendlersaldo	18'200	15'400	1'100	4'300
Pendler pro Beschäftigte (in Vollzeitäquivalente)	0.56	0.66	0.09	0.27

Zug hat unter den vier Gemeinden das **grösste Pendlersaldo** (absolut) mit rund 18'200 Pendlern. Dies entspricht **0.56 Pendlern pro Beschäftigtem** (in VZAE).

Einen noch höheren Anteil Pendler am Arbeitsmarkt hat die Stadt Baden mit 0.66 Pendlern pro Beschäftigtem (in VZAE).

Sozioprofessionelle Struktur

Sozioprofessionelle Struktur: Anzahl Personen pro Berufskategorie (Anteile)



Zusammenfassung

Nachfrageentwicklung in der letzten Dekade

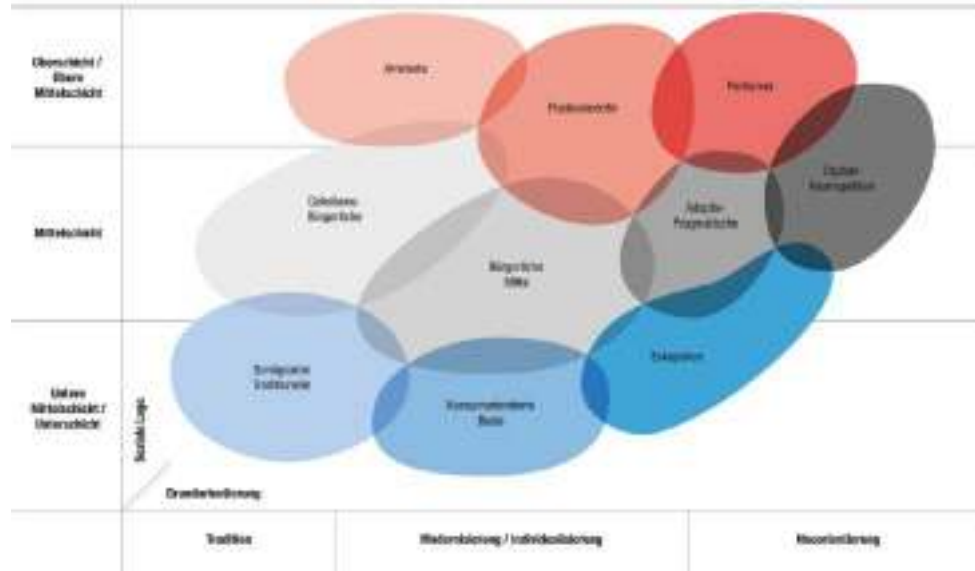
Das überdurchschnittlich starke Bevölkerungswachstums dürfte der **Nachfrage** in den vergangenen Jahren deutliche **Impulse** verliehen haben: Zwischen 2009 und 2018 ist die Zahl der **ständigen Wohnbevölkerung** um **18.7 Prozent** gestiegen (Schweiz: 9.7 Prozent), die durchschnittliche jährliche Wachstumsrate liegt bei **1.9 Prozent** (Schweiz: 1.0 Prozent).

Das dynamische Bevölkerungswachstum ist insbesondere auf den Zuzug von ausländischen Personen zurückzuführen: Die **Nettozuwanderung aus dem Ausland** ist überdurchschnittlich hoch, jedoch – wie auch schweizweit zu beobachten – zuletzt **rückläufig**.

Das Nachfragewachstum dürfte in jüngster Vergangenheit an Fahrt verloren haben: Seit 2015 ist das **Bevölkerungswachstum** in Zug kontinuierlich **zurückgegangen**. Die jährliche Wachstumsquote lag zuletzt nur noch bei **1.1 Prozent** (Schweiz: 0.7 Prozent). Ein Grund dafür ist die rückschreitende Nettozuwanderung aus dem Ausland: Diese lag im 2018 bei einem Plus von ca. 290 Personen bzw. 2.8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr (Schweiz: 1.0 Prozent). Noch vor drei Jahren lag das Wachstum der ausländischen Bevölkerung bei über 5 Prozent.

Sinus-Geo-Milieus

Sinus-Geo-Milieus

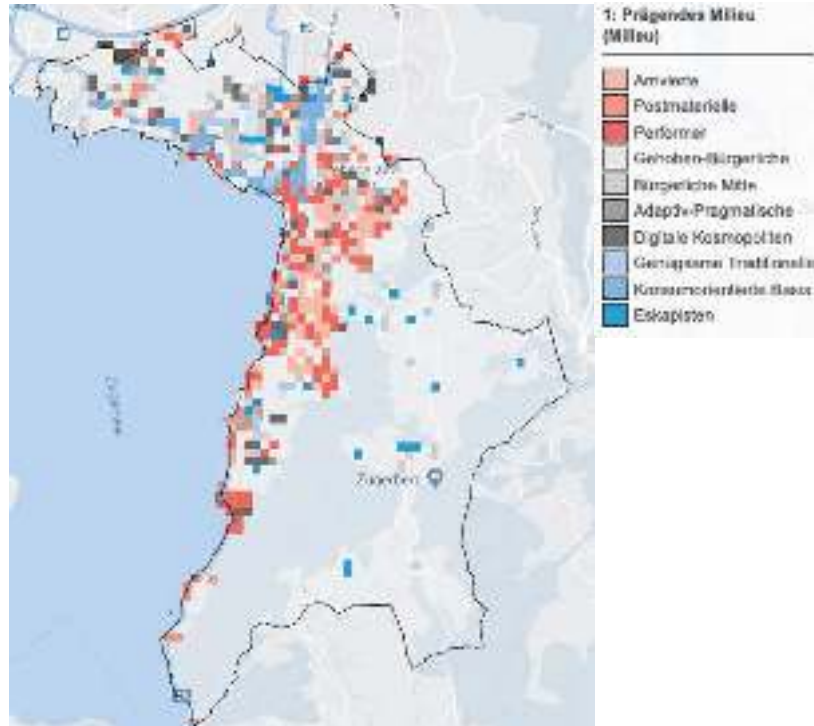


Die Sinus-Milieus sind eine **Gesellschafts- und Zielgruppentypologie**, die Menschen nach Lebensauffassungen, **Werthaltungen** und sozialer Lage in Gruppen **«Gleichgesinnter»** zusammenfasst.

Diese Gruppierung erfolgt entlang zweier Dimensionen: **Soziale Lage** und **Grundorientierung**.

Die soziale Lage hängt massgeblich vom Einkommen und Wohlstand der Personen ab und wird grob in drei Gruppen unterteilt: Unter-, Mittel- und Oberschicht. Die Grundorientierung wird über die Einstellungen und Werthaltung von Personen gemessen, unter anderem hinsichtlich der Themen Arbeit, Familie, Freizeit, Medien, Geld und Konsum.

Sinus-Geo-Milieus



Sinus-Geo-Milieus

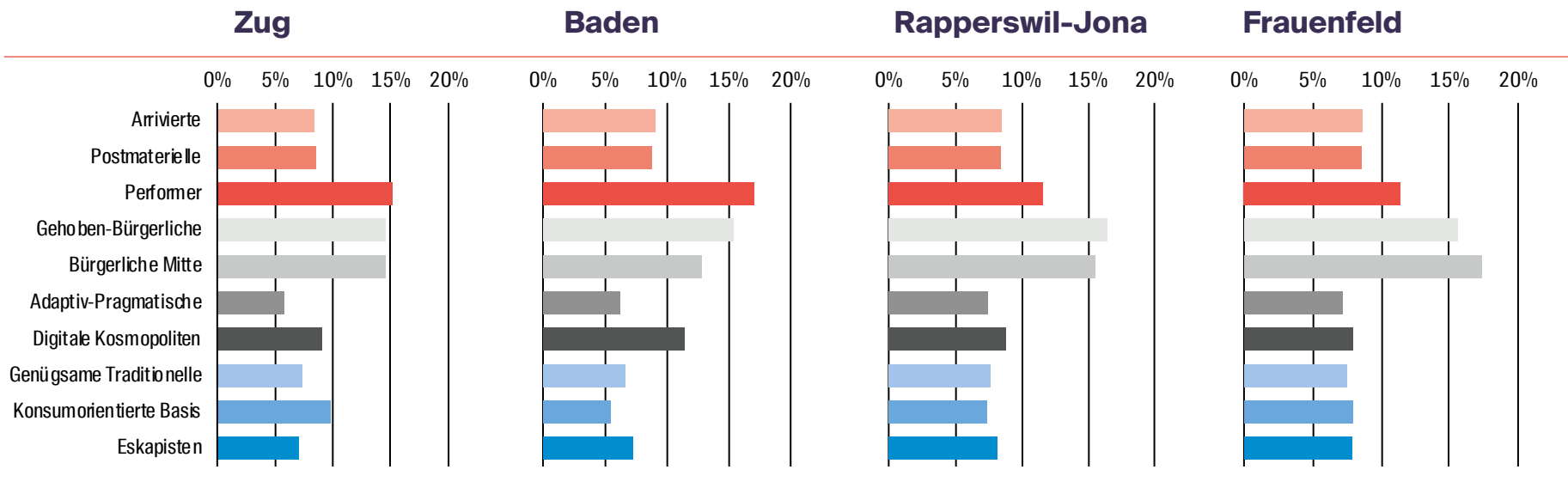
Die **Sinus-Geo-Milieus** übertragen die Sinus-Milieus in den geographischen Raum (z.B. in Strassenabschnitte, Quartiere, Gemeinden).

Auf der Karte wird das jeweils **«prägende Milieu»** innerhalb einer **Hektar-Zelle** dargestellt.

Das «prägende Milieu» entspricht dem jeweiligen Milieu, welches in Relation zur Gemeinde am stärksten **überrepräsentiert** ist.

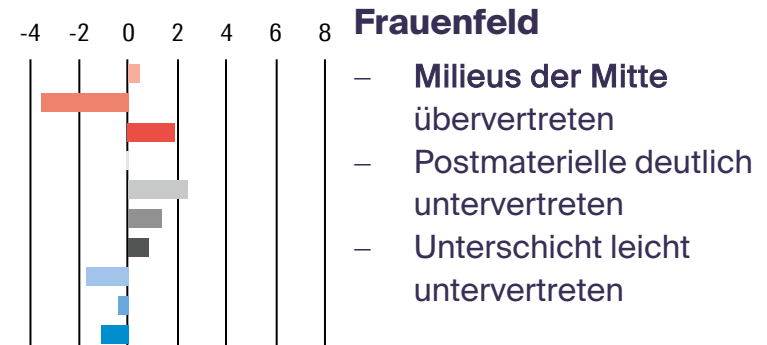
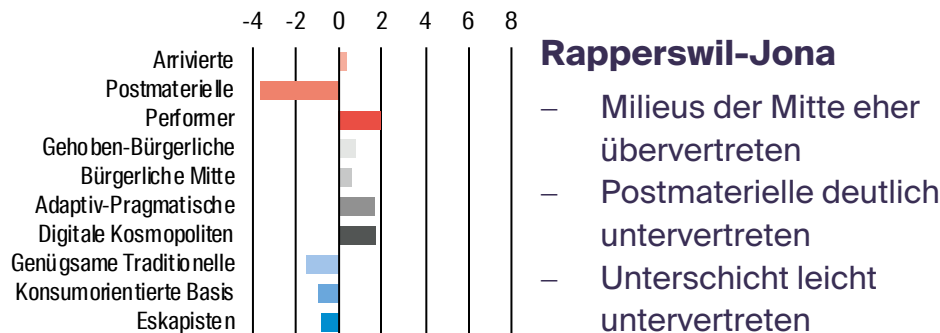
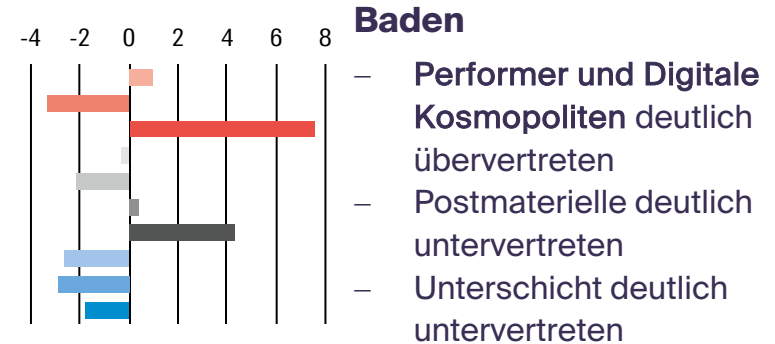
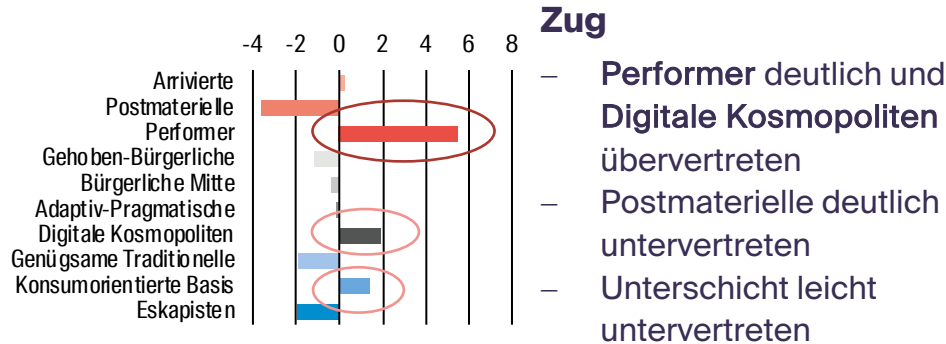
Sinus-Geo-Milieus

Verteilung der Sinus-Geo-Milieus (in Prozent)



Sinus-Geo-Milieus

Über- und Untervertretung der Sinus-Geo-Milieus im Vergleich zur Schweiz (Prozentpunkte)



Zusammenfassung

Performer

Die **flexible, intrinsisch motivierte Leistungselite** stellt sich mit **Ehrgeiz und hohem Selbstvertrauen** dem Wettbewerb. Sie begreifen Globalisierung als Chance. Die Performer verfolgen keine lineare Lebensplanung, sondern greifen sich bietende Chancen auf. In der Freizeit sind sie stark erlebnisorientiert, betreiben generell intensive Netzwerkpflege und nutzen dabei ihre Affinität zu den neuen Medien. Im Konsumbereich sind sie häufig Early Adopters, haben ein Durchschnittsalter von 39 Jahren, verfügen über höhere Bildungsabschlüsse und das höchste Haushaltseinkommen im Milieuvvergleich.

- Durchschnittsalter 39 Jahre
- Männer leicht überrepräsentiert
- Hoher Ledigenanteil mit und ohne feste Beziehungen
- Gehobene, teilweise nicht universitäre Bildungsabschlüsse
- Leitende Angestellte, Direktionsmitglieder, Selbständige / Unternehmer
- Höchstes Einkommensniveau im Milieuvvergleich, monatliches Haushaltseinkommen CHF 9'000.- und mehr

Sinus-Geo-Milieus in der Stadt Zug

Deutlich übervertreten in der Stadt Zug ist das Milieu der «Performer».

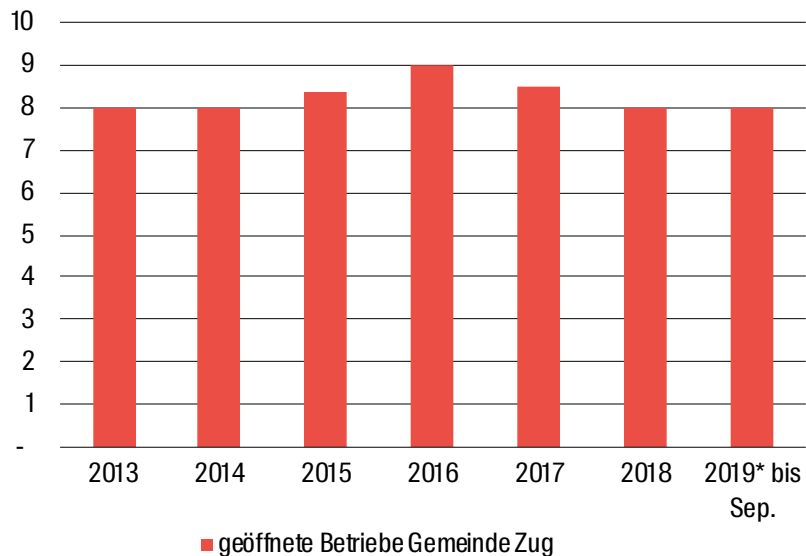
«Als technikaffine Early Adopters pflegen sie einen trendorientierten, exklusiven Lebensstil.»
(Quelle: künzlerbachmann)

Diese Leistungselite verfügt zwar über **sehr hohe Einkommen** und entsprechend liquide Mittel, dürfte jedoch ihre elektronischen Gadgets und trendigen Outfits hauptsächlich via **Onlinekanäle** beziehen – dies auch aufgrund der selbstgewählten hohen Arbeitsbelastung.

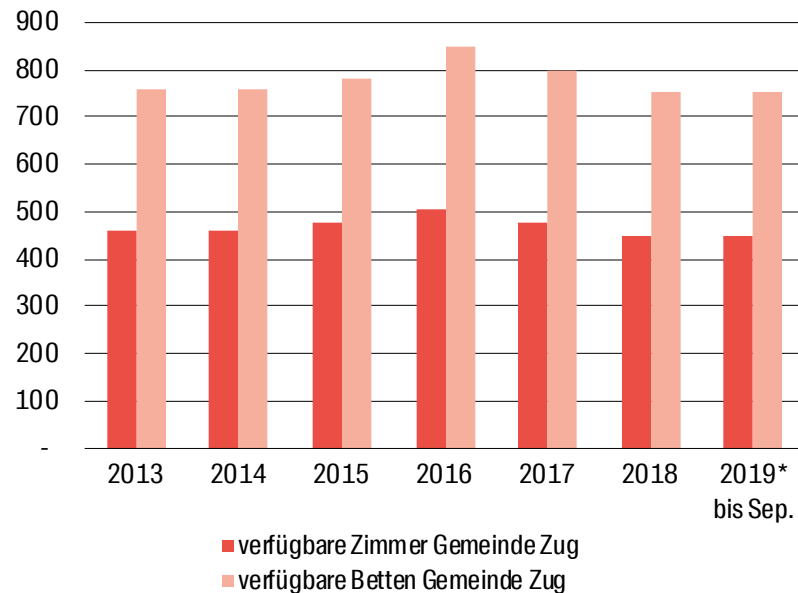
Entwicklung Tourismus/Hotelmarkt

Tourismus/Hotelmarkt

Hotel- und Kurbetriebe: Geöffnete Betriebe

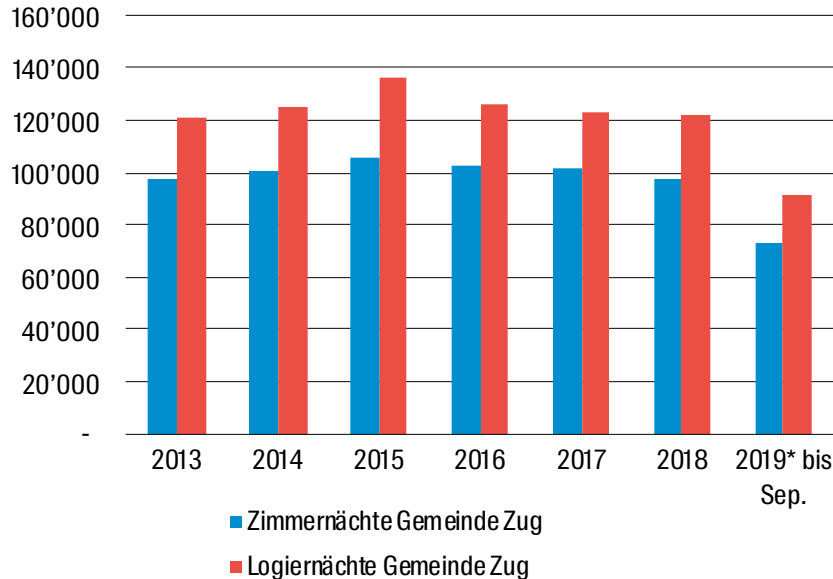


Hotel- und Kurbetriebe: Verfügbare Zimmer und Betten



Tourismus/Hotelmarkt

Hotel- und Kurbetriebe: Zimmer- und Logiernächte



Entwicklung des Hotelmarkts Zug

Die Zahl der Hotel- und Kurbetriebe beläuft sich im September 2019 laut BFS auf 8 Betriebe.

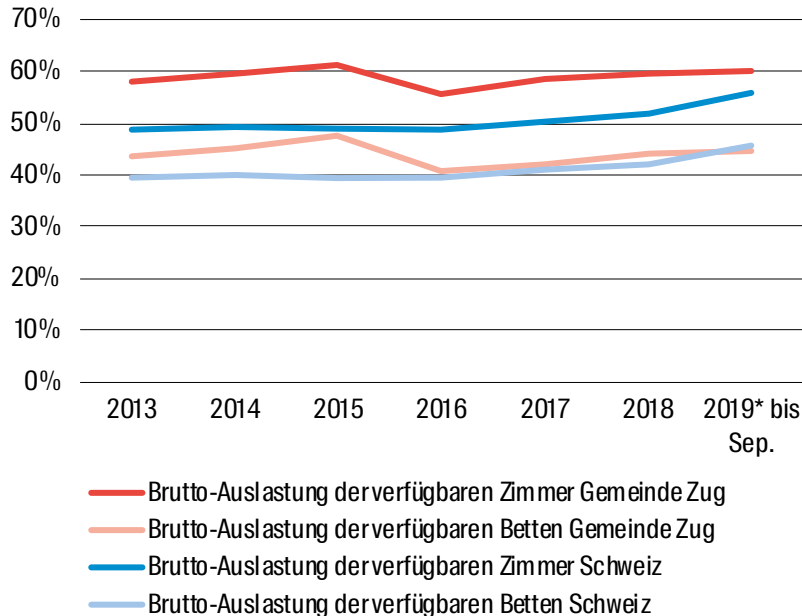
Die Beherbergungsstatistik (HESTA) vom BFS zählt 753 verfügbare Betten, aufgeteilt auf 449 verfügbare Zimmer.

Die Zahl der Betten und Zimmer in der Gemeinde Zug ist ab dem Jahr 2016 bis heute etwas zurückgegangen.

Fast zeitgleich hat auch **die Zahl der Zimmer- und Logiernächte zwischen 2015 und 2018 abgenommen (Zimmernächte -4.7 Prozent; Logiernächte -3.3 Prozent).**

Tourismus/Hotelmärkte

Hotel- und Kurbetriebe: Auslastung



Entwicklung der Brutto-Auslastung

Die **Brutto-Zimmer-Auslastung** ist entsprechend in derselben Periode von 56 auf 60 Prozent gestiegen.

Zug hat mit **60 Prozent** eine überdurchschnittlich hohe Brutto-Zimmer-Auslastung (Schweiz: 56 Prozent).

Während die Zimmer-Auslastung in der Schweiz im vergangenen Jahr etwas angezogen hat, blieb diese in Zug konstant.

Bei der Brutto-Betten-Auslastung hingegen schneidet Zug mit einer Abweichung von einem Prozentpunkt minimal schlechter ab als die Gesamtschweiz.

Zusammenfassung

Entwicklung Tourismus/Hotelmarkt

Die Zuger Hotellerie hat sich in den vergangenen Jahren nur **wenig dynamisch** entwickelt. So ist die **Kapazität** in den letzten drei Jahren leicht **zurückgegangen**. Damit dürften die **zusätzlich generierten Nachfrageimpulse** im Einzelhandel durch die Übernachtungsgäste in der Stadt Zug zuletzt **schwächer ausgefallen sein als auch schon**:

- Die **Zahl der Betten und Zimmer** hat sich ab dem Jahr 2016 bis heute **reduziert**.
- Entsprechend **gestiegen** ist die **Brutto-Zimmer-Auslastung** in derselben Periode von 56 auf 60 Prozent, während die Gesamtschweiz zuletzt eine Auslastung von 56 Prozent erreichte.
- Fast zeitgleich hat auch die Zahl der Zimmer- und Logiernächte zwischen 2015 und 2018 abgenommen (**Zimmernächte: -4.7 Prozent; Logiernächte: -3.3 Prozent**).

Modul 3

Konkurrenz-/Potenzialanalyse Stadt
Zug: Angebotsseitig

Modul 3

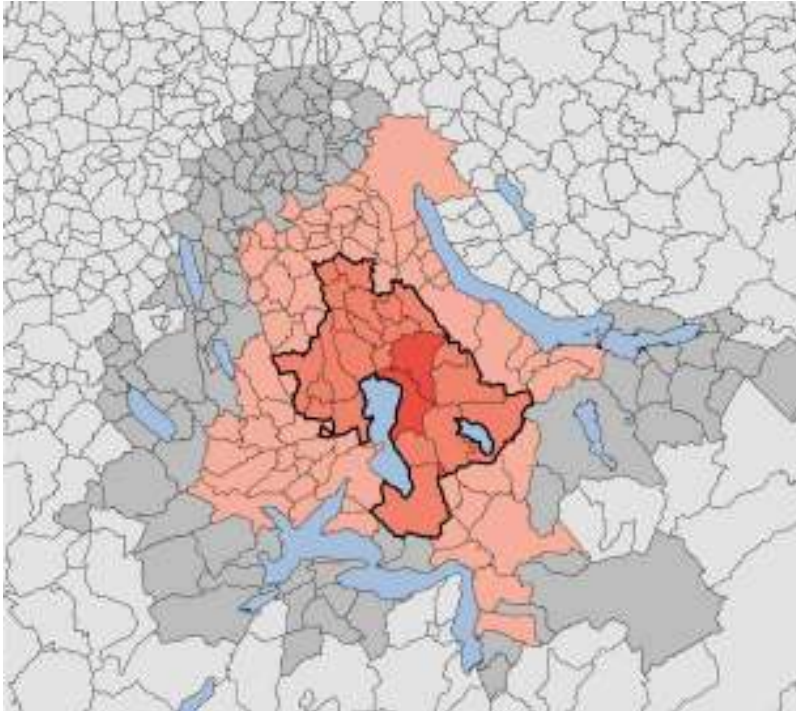
Konkurrenz-/Potenzialanalyse Stadt Zug: Angebotsseitig

- Bestehende Konkurrenz im Detailhandel im weiteren Umkreis
- Entwicklung der Verkaufsfläche pro Einwohner
- Geplante Bauprojekte für Verkaufsflächen im weiteren Umkreis

Zug und Vergleichsgemeinden: Lage



Einzugsgebiet Stadt Zug für den stationären Einzelhandel: Definition über Reisezeiten (MIV)

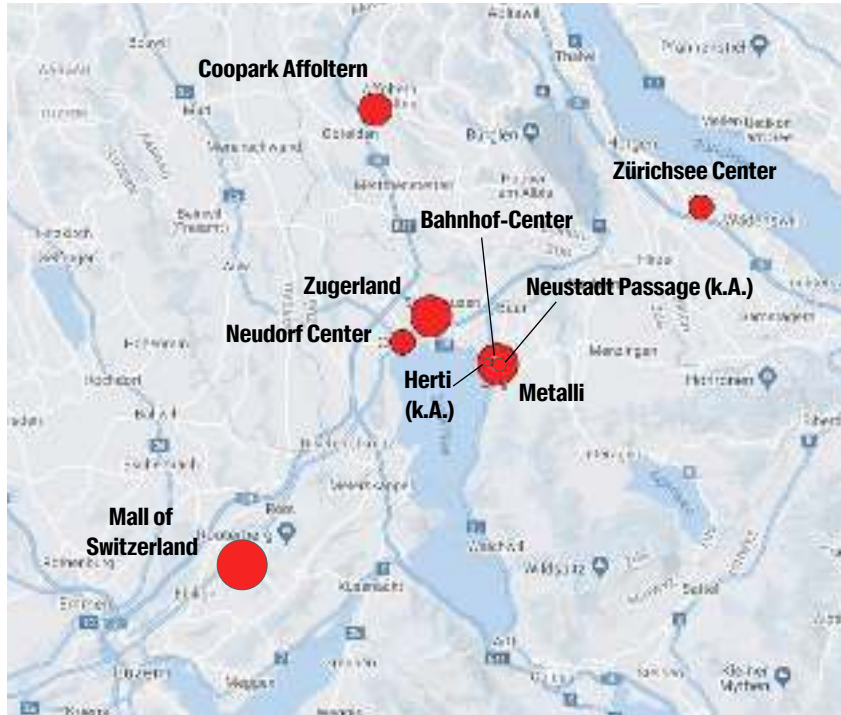


Reisezeit von und nach Zug (MIV)



Bestehende Konkurrenz im
Detailhandel im weiteren Umkreis

Bestehende Konkurrenz im Umkreis



Einkaufszentren im Umkreis

Einkaufszentrum	Gemeinde	Umsatz (MCHF)	Verkauftefläche [m ²]	Flächenumsatz [CHF/m ²]	Stand
Bahnhof-Center Zug	Zug	38	2'130	17'840	2015
Metalli	Zug	185	18'702	9'879	2017
Neudorf Center	Cham	38	5'587	6'802	2017
Zugerland	Steinhausen	224	22'744	9'849	2017
Coopark Affoltern	Affoltern am Albis	77	12'758	6'035	2017
Zürisee Center	Wädenswil	36	8'255	4'361	2017
Mall of Switzerland	Ebikon	-	85'000	-	2017
Neustadt Passage	Zug	-	-	-	-
Einkaufszentrum Herti	Zug	-	-	-	-

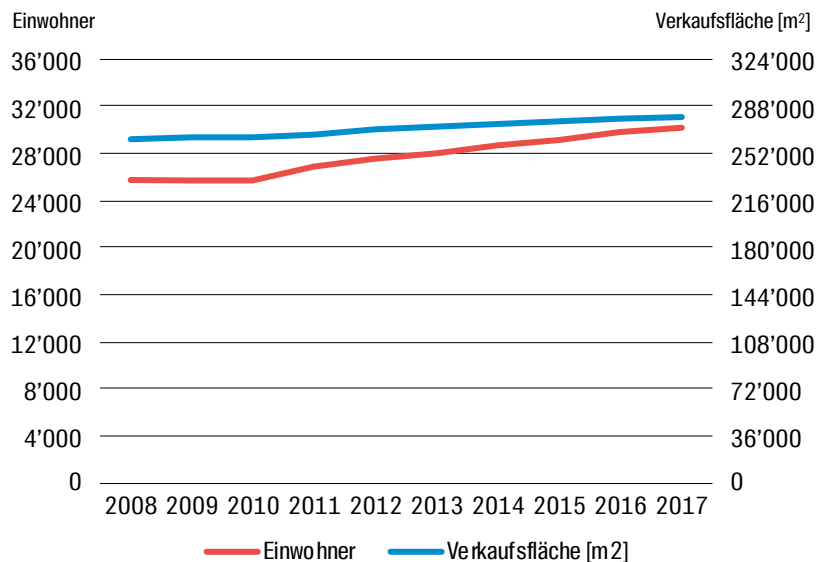
Entwicklung der Verkaufsfläche pro
Einwohner

Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsgebiet

Entwicklung der Verkaufsfläche und der Anzahl Einwohner in Zug, 2008 – 2017

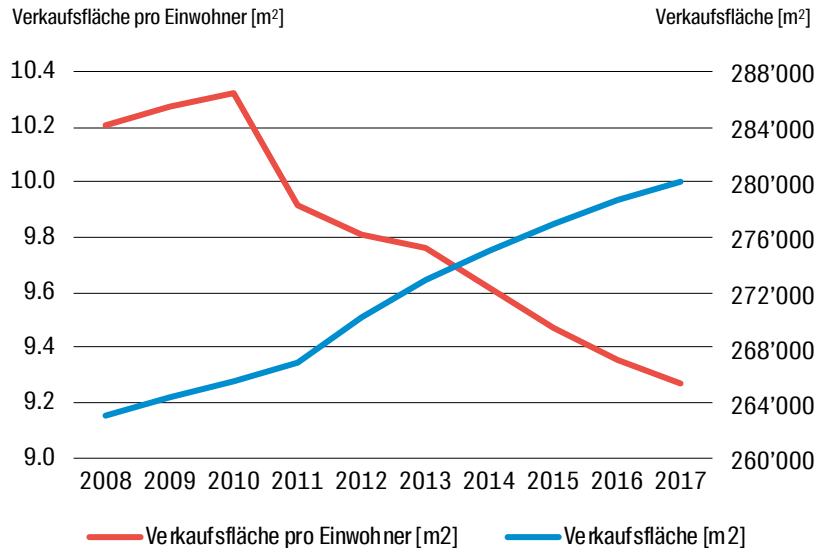
Die Verkaufsfläche in m² hat zwischen 2008 und 2017 um **6.4 Prozent** zugenommen.

Stärker zugenommen als das Verkaufsflächenvolumen hat jedoch die Zahl der **Einwohner (+17.2 Prozent)**.



Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsgebiet

Entwicklung der Verkaufsfläche und der Verkaufsfläche pro Einwohner in Zug, 2008 – 2017

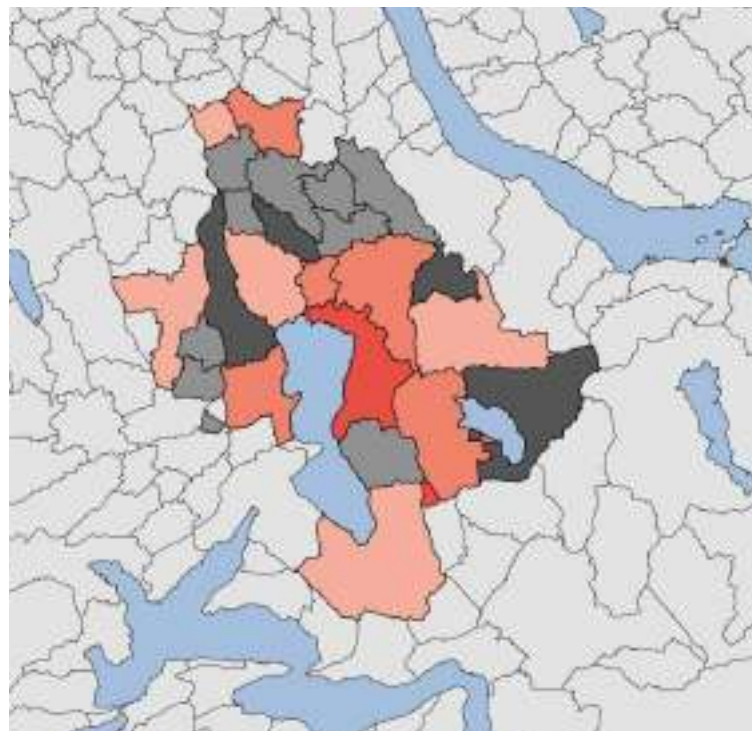


Die **Verkaufsfläche** in m² hat zwischen 2008 und 2017 um **6.4 Prozent** zugenommen.

Stärker zugenommen als das Verkaufsflächenvolumen hat jedoch die Zahl der **Einwohner (+17.2 Prozent)**.

Entsprechend ist die **Verkaufsfläche pro Einwohner** trotz steigendem Flächenvolumen in der besagten Periode um **9.2 Prozent zurückgegangen**.

Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsgebiet



Verkaufsfläche pro Einwohner

Die **Stadt Zug** hat im Vergleich zu den restlichen Gemeinden im **Einzugsgebiet** mit **9.3 m²** das **grösste** Verkaufsflächenvolumen pro Einwohner.

Zug weist auch im Vergleich zu den **Klein- und Mittelzentren** schweizweit (**7.5 m²**) eine **hohe** Verkaufsflächenzahl pro Kopf auf.

In Relation zu den **Vergleichsgemeinden** Baden, Rapperswil-Jona und Frauenfeld liegt Zug damit jedoch in etwa im **Durchschnitt**.

Verkaufsfläche pro Einwohner [m²]	
Zug	9.3
Einzugsgebiet (inkl. Zug)	4.2
Einzugsgebiet (exkl. Zug)	3.2
Baden	12.8
Rapperswil-Jona	9.3
Frauenfeld	7.4

Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsgebiet

Verkaufsfläche pro Einwohner

Im Einzugsgebiet von Zug (inkl. Zug) gibt es insgesamt ca. 764'000 m² Verkaufsfläche, davon fallen 280'000 m² auf das Gemeindegebiet von Zug.

Pro Einwohner stehen im Einzugsgebiet (inkl. Zug) somit **4.2 m²** Verkaufsfläche zur Verfügung, **etwa gleich viel wie im Schweizer Durchschnitt (4.1 m² pro Einwohner)**.

	Verkaufsfläche pro Einwohner [m ²]
Zug	9.3
Einzugsgebiet (inkl. Zug)	4.2
Einzugsgebiet (exkl. Zug)	3.2
Baden	12.9
Rapperswil-Jona	9.3
Frauenfeld	7.4

Exkurs: Kleine und mittlere Zentren

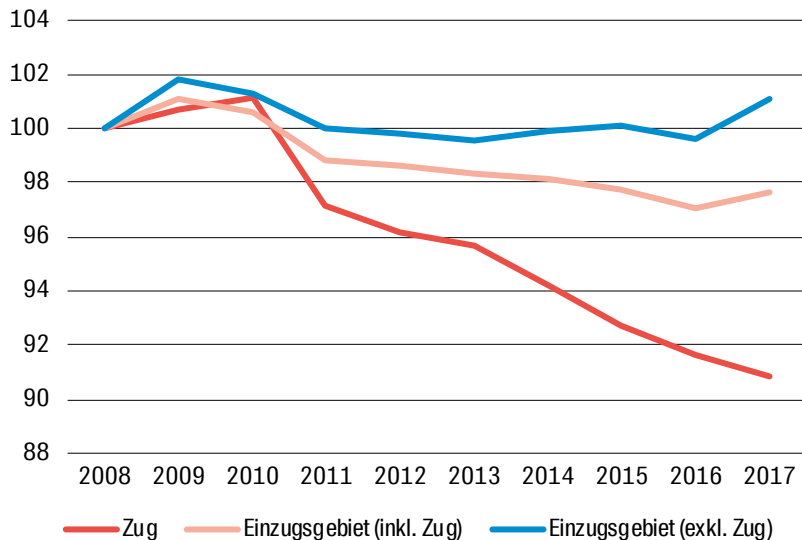
Überangebot in den kleinen und mittleren Zentren

Im Vergleich dürften die stationären Einzelhändler in den Schweizer Klein- und Mittelzentren vom Strukturwandel im Detailhandel am stärksten herausgefordert werden. Denn die bestehende Verkaufsfläche im Vergleich zur Anzahl Einwohner ist mit durchschnittlich 7.5 m² Verkaufsfläche pro Person bei keinem anderen Gemeindetyp so hoch.

	Verkaufsfläche pro Einwohner [m ²]
Grosszentren	4.8
Kleine und mittlere Zentren	7.5
Agglomeration Grosszentren	3.3
Agglomeration kleine und mittlere Zentren	3.8
Peripherie	2.4
Schweiz	4.1

Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsgebiet

Entwicklung der Verkaufsfläche pro Einwohner in Zug und im Einzugsgebiet, Index 2008 = 100

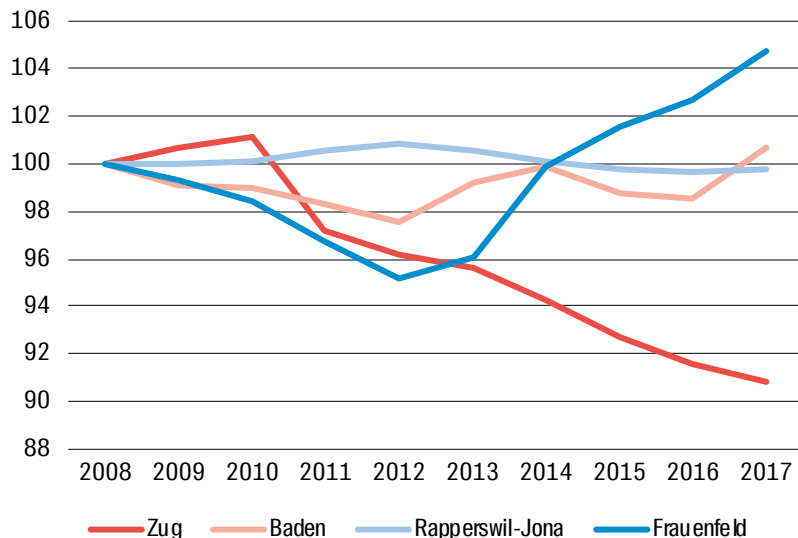


Im Einzugsgebiet (exkl. Zug) für den stationären Einzelhandel der Stadt Zug hingegen ist das Flächenwachstum im Verkaufssegment zwischen 2008 und 2017 höher ausgefallen als das Bevölkerungswachstum – hier ist die Verkaufsfläche pro Kopf um **1.1 Prozent** gewachsen.

	Entwicklung der Verkaufsfläche, 2008 - 2017 [%]	Entwicklung der Verkaufsfläche pro Einwohner, 2008 - 2017 [%]
Zug	6.4%	-9.2%
Einzugsgebiet (inkl. Zug)	11.9%	-2.3%
Einzugsgebiet (exkl. Zug)	15.4%	1.1%
Baden	10.7%	0.7%
Rapperswil-Jona	3.4%	-0.2%
Frauenfeld	17.6%	4.7%

Verkaufsfläche pro Einwohner im Einzugsgebiet

Entwicklung der Verkaufsfläche pro Einwohner in Zug und in den Vergleichsgemeinden, Index 2008 = 100



...Und auch die Vergleichsgemeinden **Baden** und **Frauenfeld** weisen eine **steigende Verkaufsfläche pro Einwohner** auf.

	Entwicklung der Verkaufsfläche, 2008 - 2017 [%]	Entwicklung der Verkaufsfläche pro Einwohner, 2008 - 2017 [%]
Zug	6.4%	-9.2%
Einzugsgebiet (inkl. Zug)	11.9%	-2.3%
Einzugsgebiet (exkl. Zug)	15.4%	1.1%
Baden	10.7%	0.7%
Rapperswil-Jona	3.4%	-0.2%
Frauenfeld	17.6%	4.7%

Zusammenfassung

Entwicklung der Verkaufsfläche pro Einwohner

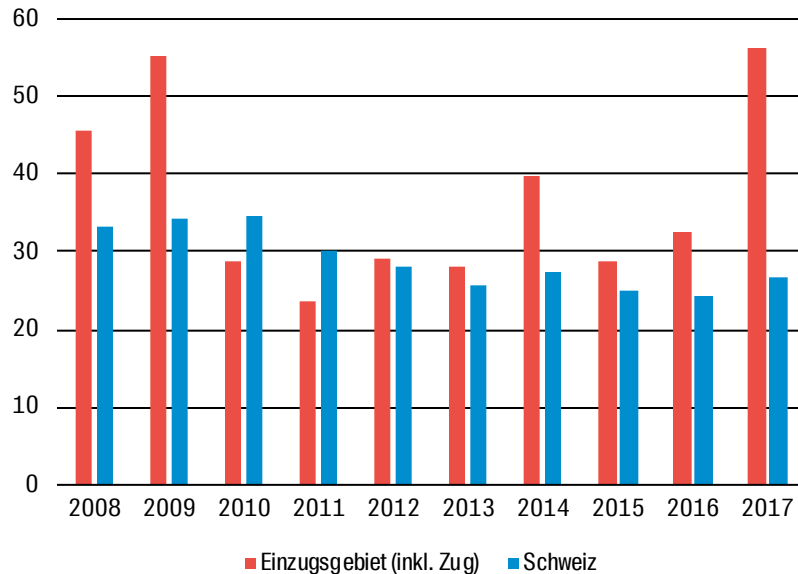
Die Grundvoraussetzung für einen florierenden Einzelhandel ist ein grosses Nachfragepotenzial, das sich mit dem Angebot die Waage hält. Das Umsatzpotenzial ergibt sich einerseits aus der **Zahl und der Kaufkraft der Konsumenten** und andererseits aus der **Zahl der Konkurrenten durch nahe gelegene Verkaufsläden**. Diesbezüglich zeigt sich aus der Vogelperspektive in Zug eine stabile Entwicklung:

- Die **Stadt Zug** weist im Vergleich zu den restlichen Gemeinden im Einzugsgebiet mit **9.3 m²** das grösste Verkaufsflächenvolumen pro Einwohner auf. Diese hohe Kennzahl verdeutlicht einerseits die **regionale Bedeutung** von Zug als **Einzelhandelsstandort**. Andererseits bergen solch grosse **Kapazitäten** im Verkaufsflächensegment im derzeitigen Strukturwandel im Detailhandel auch **Risiken**.
- Positiv auf die Nachfrage dürfte sich das **starke Bevölkerungswachstum (+17.2 Prozent)** der letzten zehn Jahre ausgewirkt haben.
- Im Verhältnis zur Verkaufsfläche hat sich die Bevölkerung in Zug sogar stärker entwickelt als der **Flächenbestand** (zwischen 2008 und 2017: **+6.4 Prozent**), damit ist das **Verkaufsflächenvolumen pro potenziellem Nachfrager** in der letzten Dekade **gesunken (-9.2 Prozent)**.

Geplante Bauprojekte für
Verkaufsflächen im weiteren Umkreis

Geplante Bauprojekte für Verkaufsflächen

Neubauinvestitionen (in CHF) in Verkaufsflächen in Bezug auf den Flächenbestand

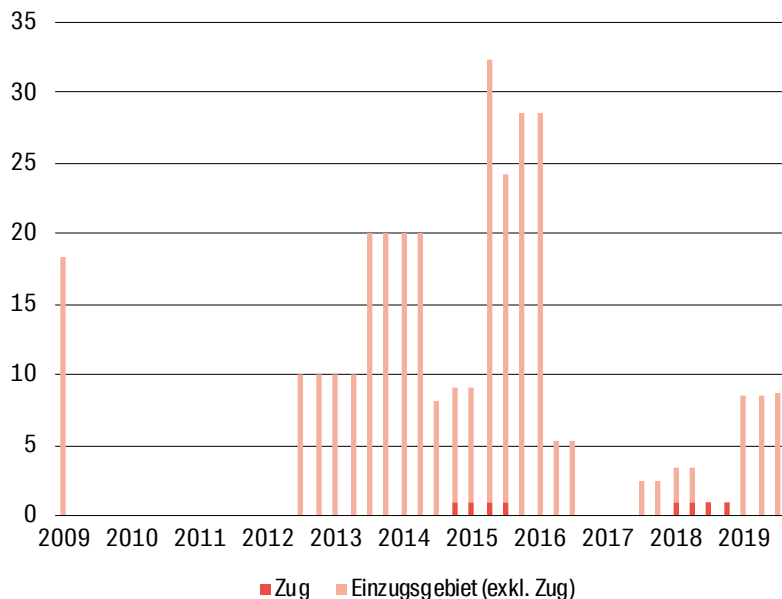


Gemessen am Schweizer Mittelwert bewegten sich im **Einzugsgebiet** von Zug die Neubauinvestitionen bei den Verkaufsflächen (in Bezug auf den Flächenbestand) in den vergangenen 10 Jahren auf einem **überdurchschnittlichen Niveau**.

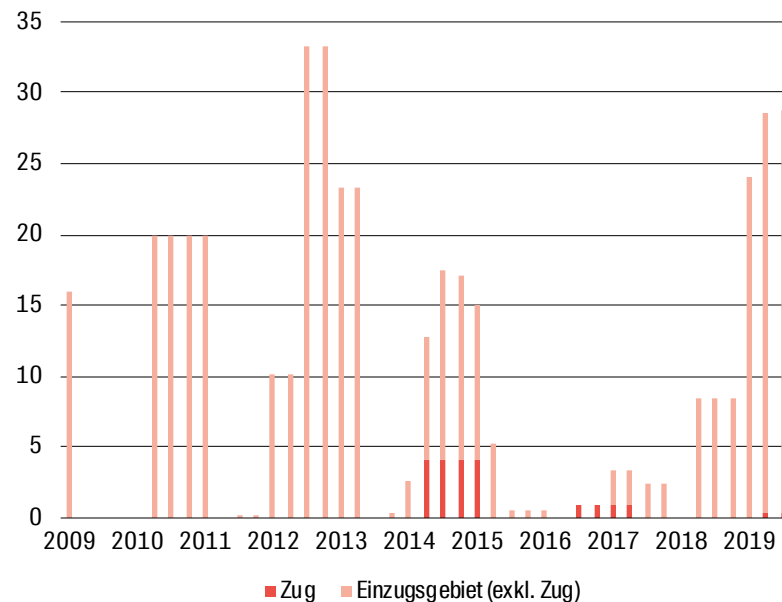
Der punktuelle Anstieg der Neubauinvestitionen im Einzugsgebiet im Jahr 2017 ist auf den Neubau eines Bau- und Gartenmarkts (Hornbach) in Affoltern am Albis zurückzuführen (Baugesuch 2010, Baubewilligung 2013).

Geplante Bauprojekte für Verkaufsflächen

Baubewilligungen (Neubau, in Mio. CHF)



Baugesuche (Neubau, in Mio. CHF)



Zusammenfassung

Entwicklung der Bautätigkeit

- Gemessen am Schweizer Mittelwert waren die Neubauinvestitionen (in Bezug auf den Flächenbestand) im Einzugsgebiet in den vergangenen 10 Jahren auf überdurchschnittlichem Niveau.
- Mittelfristig dürfte die Neubauproduktion von Retailflächen weiter anziehen: In den vergangenen 12 Monaten wurden in Zug und im Einzugsgebiet Baugesuche für Verkaufsflächen mit einem Investitionsvolumen von insgesamt rund CHF 28.7 Mio. (Stand Oktober 2019) eingereicht.
- Viele dieser geplanten Verkaufsflächen, die zur Zeit in der Entwicklungspipeline sind, entstehen in **grösseren gemischten Überbauungen** in Form von Gewerbenutzungen im Erdgeschoss:
 - Suurstoffi in Risch Rotkreuz
 - Papieri Areal in Cham (innerhalb von 15-20 Jahren sollen rund 1'000 Wohnungen und rund 40'000 m² Dienstleistungs- und Gewerbefläche entstehen, Erstbezug planmässig November 2021)
 - Zentrumsentwicklung Hünenberg Dorf
 - Wohnüberbauung Lindenpark in Steinhausen (Bauzeit planmässig 2019 – 2022)
 - Landhauspark in Baar (Wohnüberbauung mit Gewerbeanteil, Fertigstellung planmässig November 2021)

Modul 4

Verkaufsflächenmarkt Stadt Zug

Modul 4

Verkaufsflächenmarkt Stadt Zug

- Bestehende Mietpreise für Verkaufsflächen (auf Basis effektiver Mietabschlüsse)
- Vertragslaufzeiten
- Inseratedaten für Verkaufsflächen (Inserierte Verkaufsfläche, Marktliquidität, Angebotspreise/ Preisbandbreiten, Insertionsdauern)

Zug und Vergleichsgemeinden: Lage



Einzugsgebiet Stadt Zug für den stationären Einzelhandel: Definition über Reisezeiten (MIV)



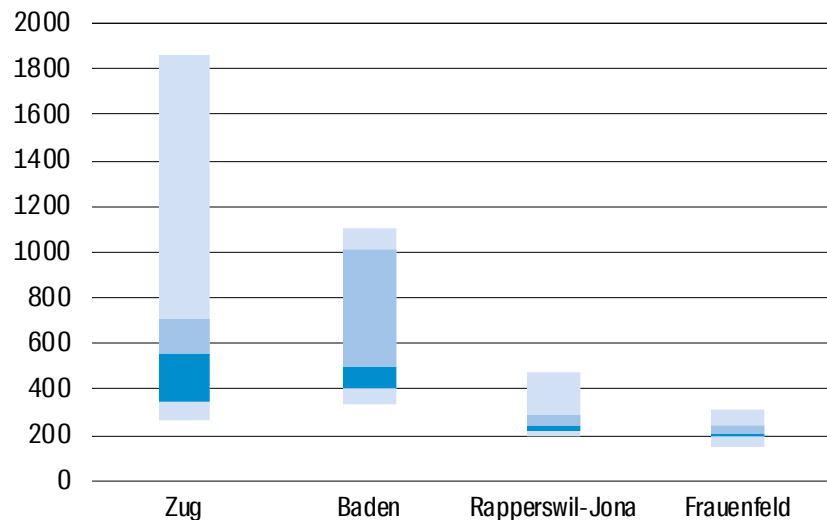
Reisezeit von und nach Zug (MIV)



Effektive Mietvertragsabschlüsse:
Bestehende Mietpreise für
Verkaufsflächen und Vertragslaufzeiten

Mieten für Verkaufsflächen

Mietabschlüsse für Verkaufsflächen (sehr gute und gute Lage): Nettomiete in CHF pro m² und Jahr, ab dem 01.01.2016



Mietabschlüsse seit dem 01.01.2016

Bei den dargestellten, aktuellen Mietpreisquantilen für Verkaufsflächen handelt es sich um **effektiv beobachtete Mietvertrags-Neuabschlüsse**, die **ab dem 01.01.2016 an sehr guter und guter Lage getätigt** wurden:

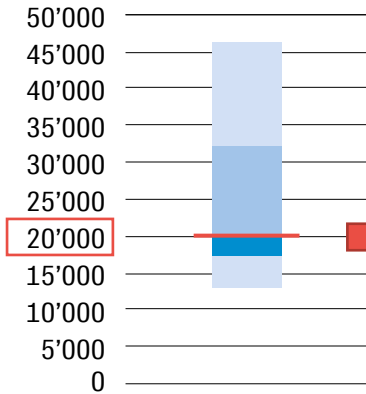
In Zug werden an **sehr guter und guter Lage** Nettomieten von durchschnittlich rund **CHF 550 pro m² und Jahr** gezahlt.

In Baden betragen die Nettomieten im Median **CHF 500 pro m² und Jahr**.

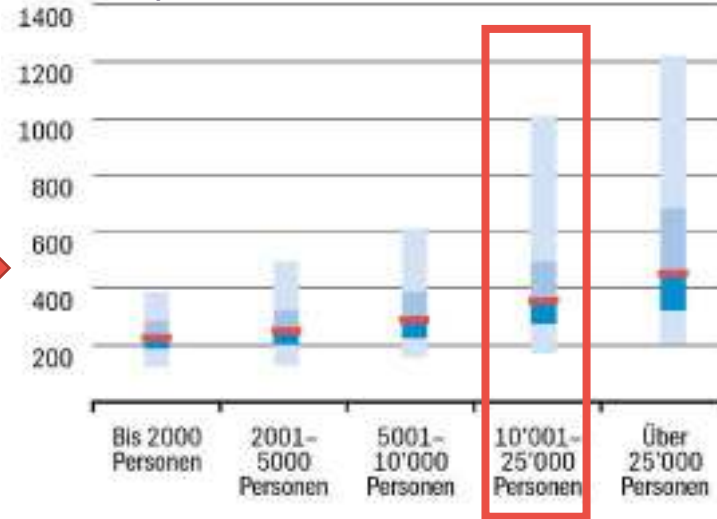
Deutlich **günstiger** sind Verkaufsflächen derzeit in **Rapperswil-Jona und Frauenfeld** mit rund **CHF 240 bzw. 210 pro m² und Jahr**.

Mieten für Verkaufsflächen

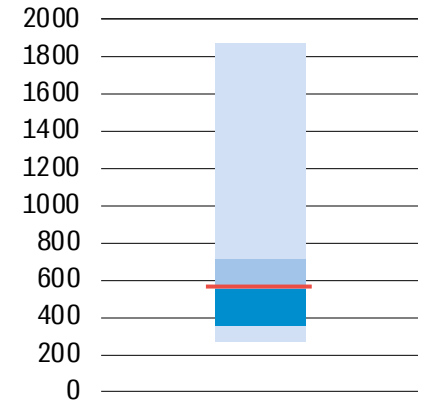
Passantenfrequenz im Perimeter der Einkaufszone



Mietabschlüsse Schweiz nach Passantenfrequenz: Nettomiete in CHF pro m² und Jahr, 2016 – 18



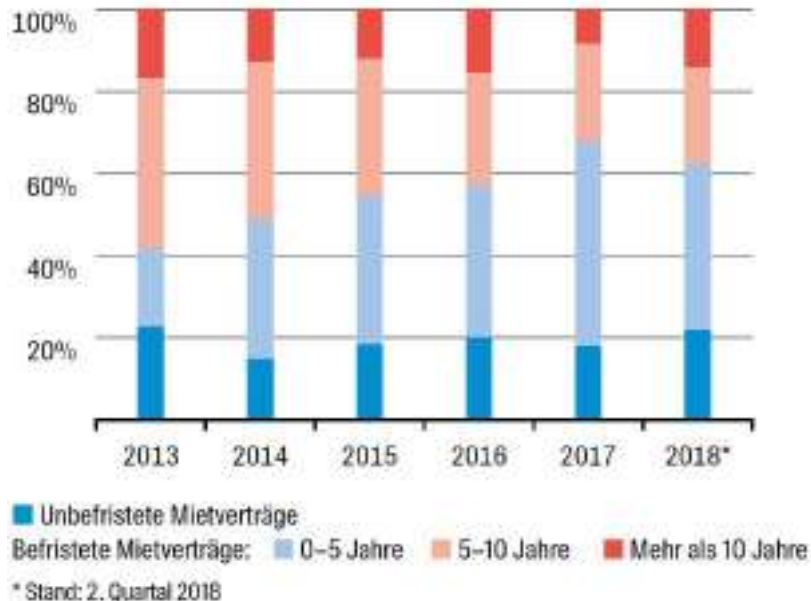
Mietabschlüsse Zug (sehr gute und gute Lage): Nettomiete in CHF pro m² und Jahr, ab 2016



Bei ähnlich hoher **Passantenfrequenz**, welche nachweislich das Mietpreinsniveau von Verkaufsflächen mitbestimmt, liegen die Vertragsmieten in Zug (Median) deutlich **über dem Schweizer Mittel**.

Exkurs: Vertragslaufzeiten Schweiz

Mietverträge Schweiz nach Vertragslaufzeit und Abschlussdatum



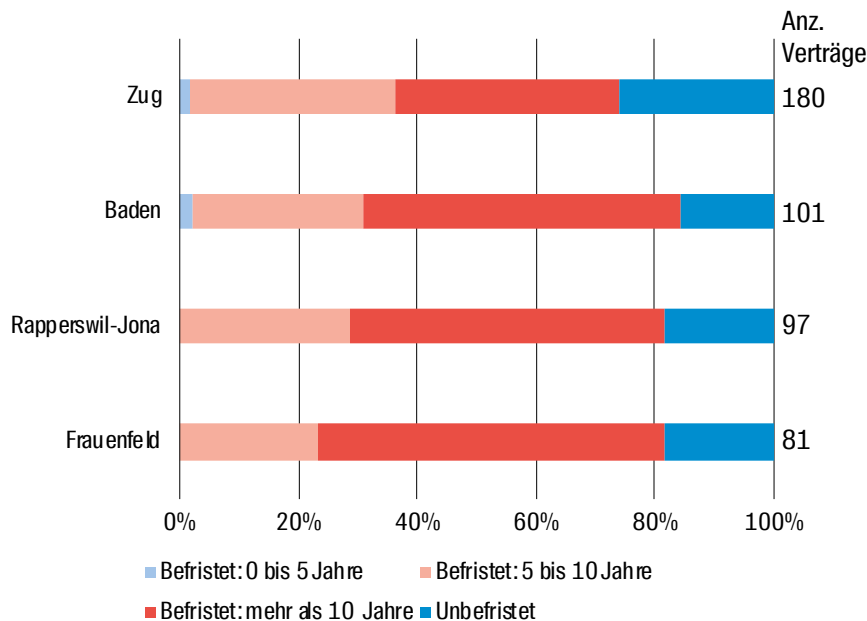
Die Dauer der Vertragslaufzeiten nimmt schweizweit tendenziell ab

Der Anteil der **kurzfristigen Mietverträge** mit Laufzeiten von weniger als fünf Jahren hat sich seit 2013 nahezu verdoppelt, wohingegen Abschlüsse von längerfristigen Mietverträgen mit einer Dauer von fünf bis zehn Jahren immer seltener zu beobachten sind.

Das Marktumfeld für den Detailhandel ist anspruchsvoll und die Branche befindet sich in einem Wandel. Entsprechend verlangen die Mieter bezüglich der Laufzeiten heute **mehr Flexibilität**. Folglich werden **höhere Fluktuationen** respektive häufigere Mieterwechsel im Vergleich zur Vergangenheit beobachtet.

Vertragslaufzeiten

Mietverträge Schweiz nach Vertragslaufzeit



Vertragslaufzeiten bestehender Mietverträge

In Zug wurden rund **60 Prozent** aller von Wüest Partner beobachteten Mietverträge für **10 Jahre und länger** abgeschlossen. Dabei ist der Anteil **unbefristeter** Mietverträge mit **26 Prozent** relativ hoch.

In Relation zu den Vergleichsgemeinden zeigt sich in Zug jedoch ein grösserer Anteil kurz- bis mittelfristiger Mietverträge: **Mehr als ein Drittel** der Mietverträge ist für eine Dauer von **bis zu 10 Jahren** gültig.

Zusammenfassung

Mieten und Vertragslaufzeiten (auf Basis effektiver Mietabschlüsse)

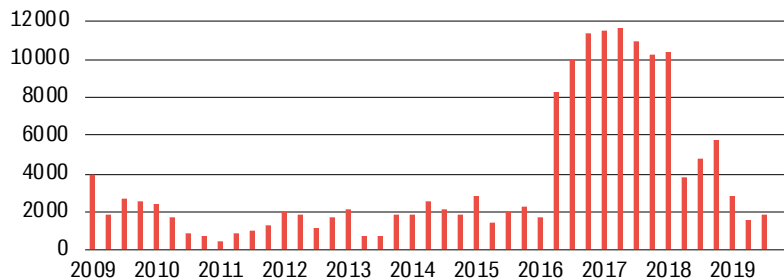
Bei den bestehenden Mietpreisen für Verkaufsflächen handelt es sich um effektiv beobachtete Mietvertrags-Neuabschlüsse. Um ausreichend Vertragsdaten zur Berechnung der Preisspektren zu erhalten, wurden alle Mietabschlüsse seit dem 01.01.2016 akkumuliert berücksichtigt.

- In Zug werden an **sehr guter und guter Lage** Nettomieten von durchschnittlich rund **CHF 550 pro m² und Jahr** gezahlt. Damit befinden sich die Ladenmieten in Relation zu den Vergleichsgemeinden auf hohem Niveau: In **Baden** betragen die Nettomieten an sehr guter und guter Lage im Median **CHF 500 pro m² und Jahr**. Deutlich günstiger werden Verkaufsflächen derzeit in **Rapperswil-Jona** und **Frauenfeld** vermietet mit rund **CHF 240 bzw. 210 pro m² und Jahr**.
- Bei einer vergleichsweise hohen Passantenfrequenz werden auf Basis effektiv beobachteter Vertragsabschlüsse im Schweizer Schnitt deutlich geringere Mieten für Verkaufsflächen gezahlt als derzeit in Zug.
- Die effektiv abgeschlossenen **Vertragslaufzeiten nehmen in Zug** – wie auch schweizweit – **tendenziell ab**. Dabei ist der Anteil **unbefristeter** Mietverträge in Zug mit **26 Prozent** noch relativ hoch.

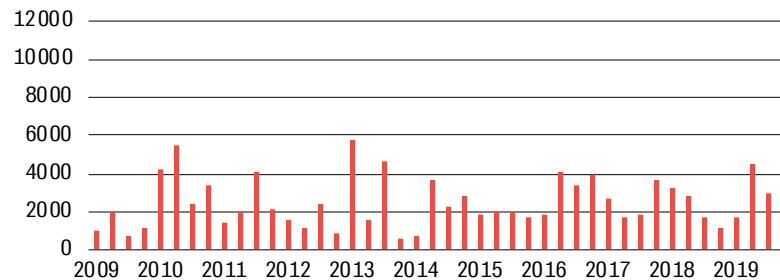
Inseratedaten: Inserierte
Verkaufsfläche, Marktliquidität,
Angebotspreise, Insertionsdauern

Inserierte Verkaufsfläche in m²

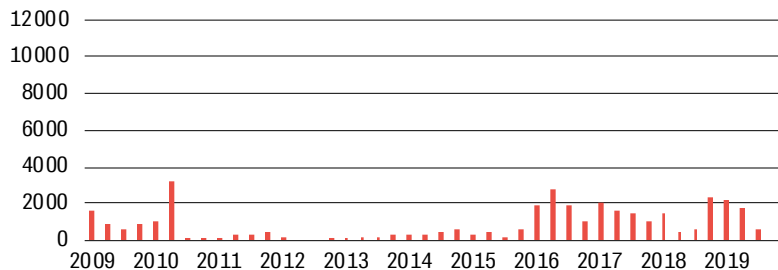
Zug



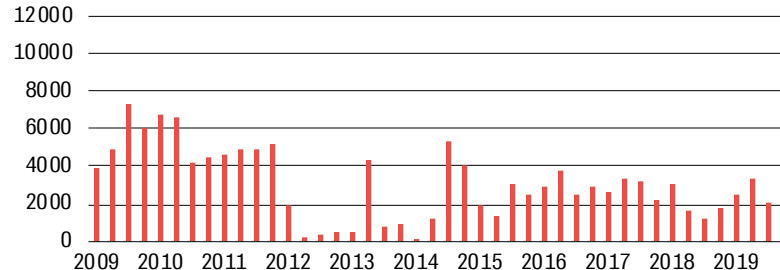
Baden



Rapperswil-Jona

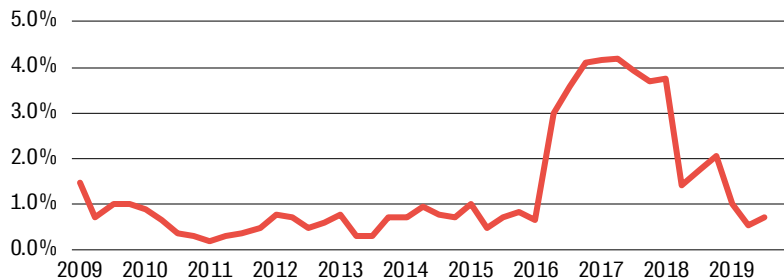


Frauenfeld

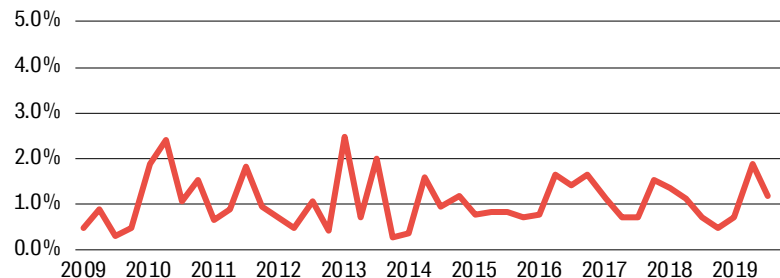


Inserierte Verkaufsfläche in % des Bestandes

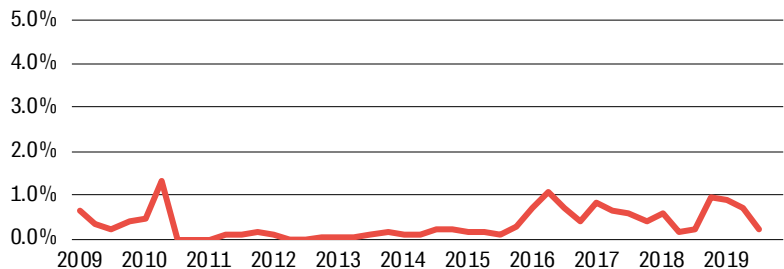
Zug



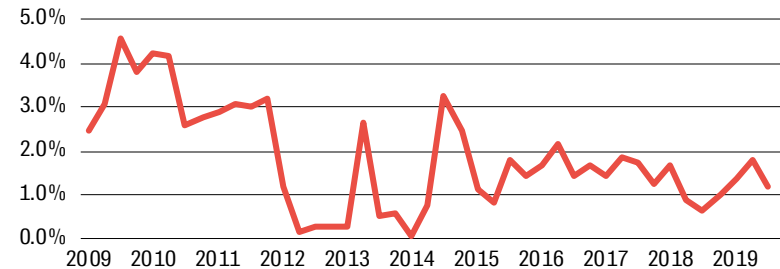
Baden



Rapperswil-Jona



Frauenfeld



Inserierte Verkaufsfläche in % des Bestandes

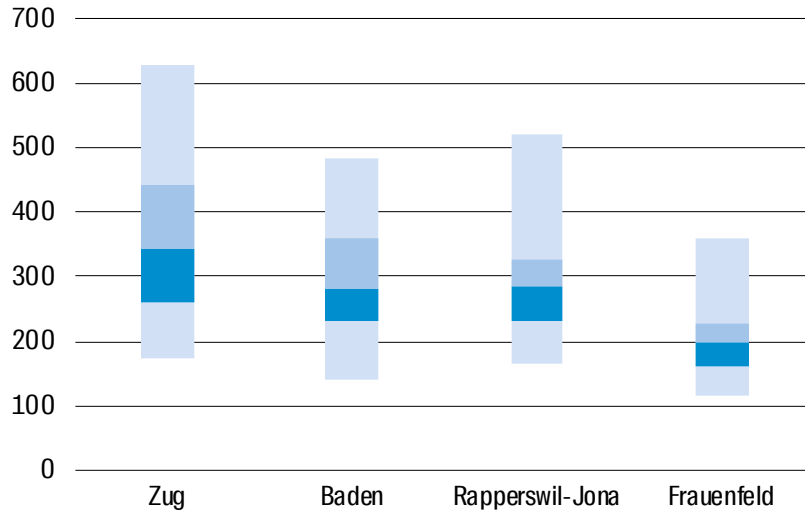
Angebot für Verkaufsflächen

Das **Verkaufsflächenangebot** befindet sich in der Stadt Zug auf **geringem Niveau**. Im 3. Quartal 2019 sind knapp **2'000 m² Verkaufsfläche inseriert** – dies entspricht **0.7 Prozent** des derzeitigen Flächenbestandes.

Damit hat sich die Lage auf dem Verkaufsflächenmarkt seit dem Allzeithoch Mitte 2017 in den vergangenen zwei Jahren wieder stabilisiert. Damals waren rund 11'600 m² Verkaufsfläche zur Vermietung ausgeschrieben.

Mieten für Verkaufsflächen

Angebotspreise für Verkaufsflächen: Nettomiete in CHF pro m² und Jahr, 3. Q. 2019



Inserierte Mietpreise auf hohem Niveau

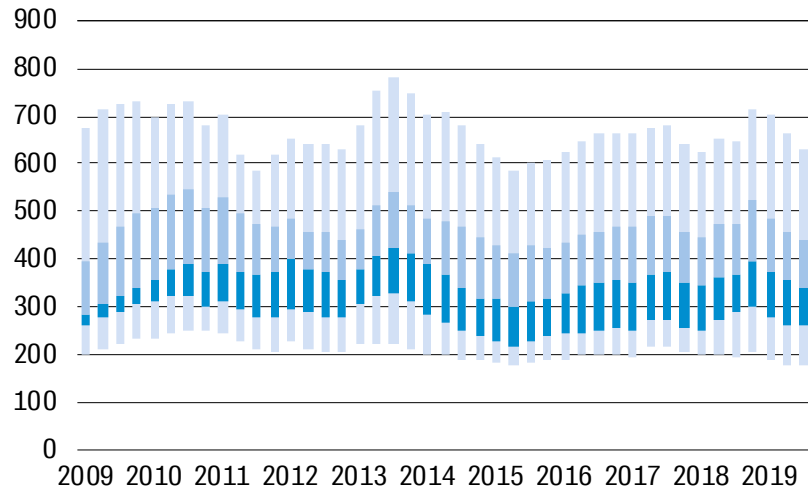
Die Angebotspreise für Verkaufsflächen liegen in Zug auf einem relativ hohen Niveau:

Das 50-Prozent-Quantil der Mietpreise für inserierte Verkaufsflächen liegt in der Stadt Zug bei **CHF 340 pro m² und Jahr** und damit um 20 bzw. 22 Prozent höher als in Baden und Rapperswil-Jona.

Frauenfeld bildet das Schlusslicht unter den Vergleichsgemeinden mit den niedrigsten Angebotsmieten von im Mittel rund CHF 200 pro m² und Jahr.

Veränderung der Mieten für Verkaufsflächen

Quartalsweise Entwicklung der Angebotspreise für Verkaufsflächen (Nettomiete in CHF pro m² und Jahr) in Zug



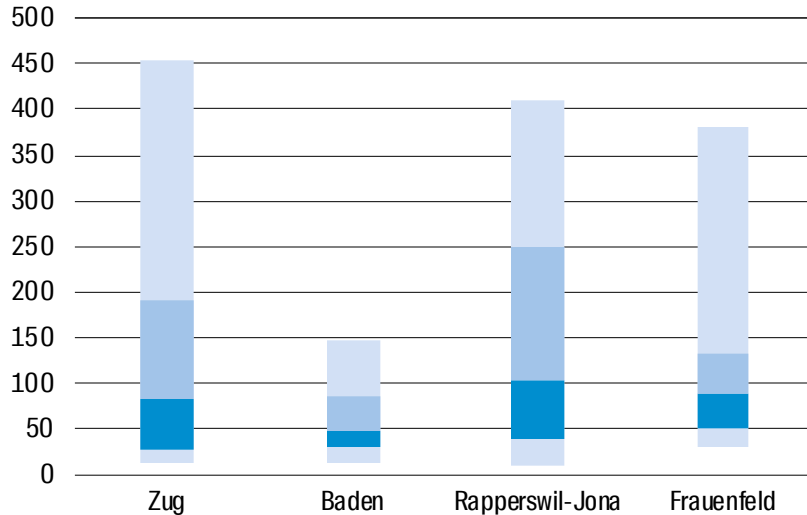
Sinkende Angebotsmieten innert Jahresfrist

Die mittleren inserierten Mieten für Verkaufsflächen sind innert Jahresfrist um **6.5 Prozent** zurückgegangen.

Damit liegen die Angebotspreise in Zug derzeit **4.6 Prozent** unter dem mittleren Preisniveau der vergangenen 10 Jahre.

Insertionsdauern

Insertionsdauern für Verkaufsflächen in Tagen: Inserate von Januar 2019 bis Oktober 2019



In Zug ist eine inserierte Verkaufsfläche im Mittel nach **drei Monaten** wiedervermietet. Im **Extremfall** kann es jedoch bis zu **über ein Jahr** dauern, bis ein neuer Mieter gefunden wird.

Von den Vergleichsgemeinden muss anhand der Insertionsdauer nur in Baden für die Wiedervermietung einer Fläche ein geringerer Vermarktungsaufwand betrieben werden.

Leerstehende Flächen

Leerstehende Verkaufsläden



Auf der Neugasse 8 an zentraler Lage steht ein ehemaliger Kleiderladen derzeit leer



In der Altstadt auf der Zeughausgasse steht ein ehemaliges Musikgeschäft derzeit leer

Zusammenfassung

Inseratedaten

Das **Verkaufsflächenangebot** befindet sich in der Stadt Zug auf **geringem Niveau**. Im 3. Quartal 2019 sind knapp **2'000 m² Verkaufsfläche inseriert** – dies entspricht **0.7 Prozent** des derzeitigen Flächenbestandes. Damit hat sich die Lage auf dem Verkaufsflächenmarkt seit dem Allzeithoch Mitte 2017 in den vergangenen zwei Jahren wieder stabilisiert. Damals waren rund 11'600 m² Verkaufsfläche zur Vermietung ausgeschrieben.

Die Angebotspreise für Verkaufsflächen liegen in Zug in Relation zu den Vergleichsgemeinden auf einem relativ hohen Niveau: Das 50-Prozent-Quantil der Mietpreise für inserierte Verkaufsflächen liegt im 3. Quartal 2019 in der Stadt Zug bei **CHF 340 pro m² und Jahr** und damit um 22 bzw. 22 Prozent höher als in Baden und Rapperswil-Jona.

In der jüngsten Vergangenheit sind die mittleren inserierten Mieten für Verkaufsflächen (innert Jahresfrist) jedoch um **6.5 Prozent** zurückgegangen.

Modul 5

Branchenstruktur

Modul 5

Branchenstruktur

- Gegenüberstellung der Branchenstruktur der Einkaufsmeile in Zug 2019 mit Daten aus dem Jahr 2010
- Branchenstruktur 2020: Gegenüberstellung der Zuger Neustadt mit der Altstadt

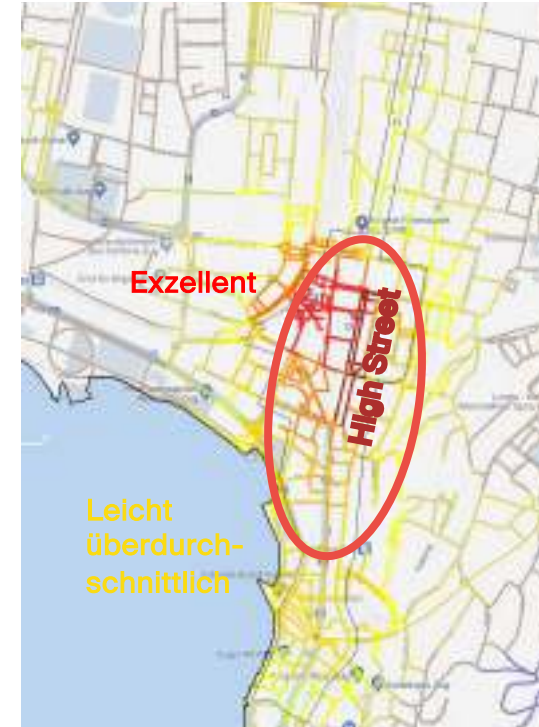
Gegenüberstellung der
Branchenstruktur der Einkaufsmeile in
Zug 2019 mit Daten aus dem Jahr 2010

Untersucher Perimeter



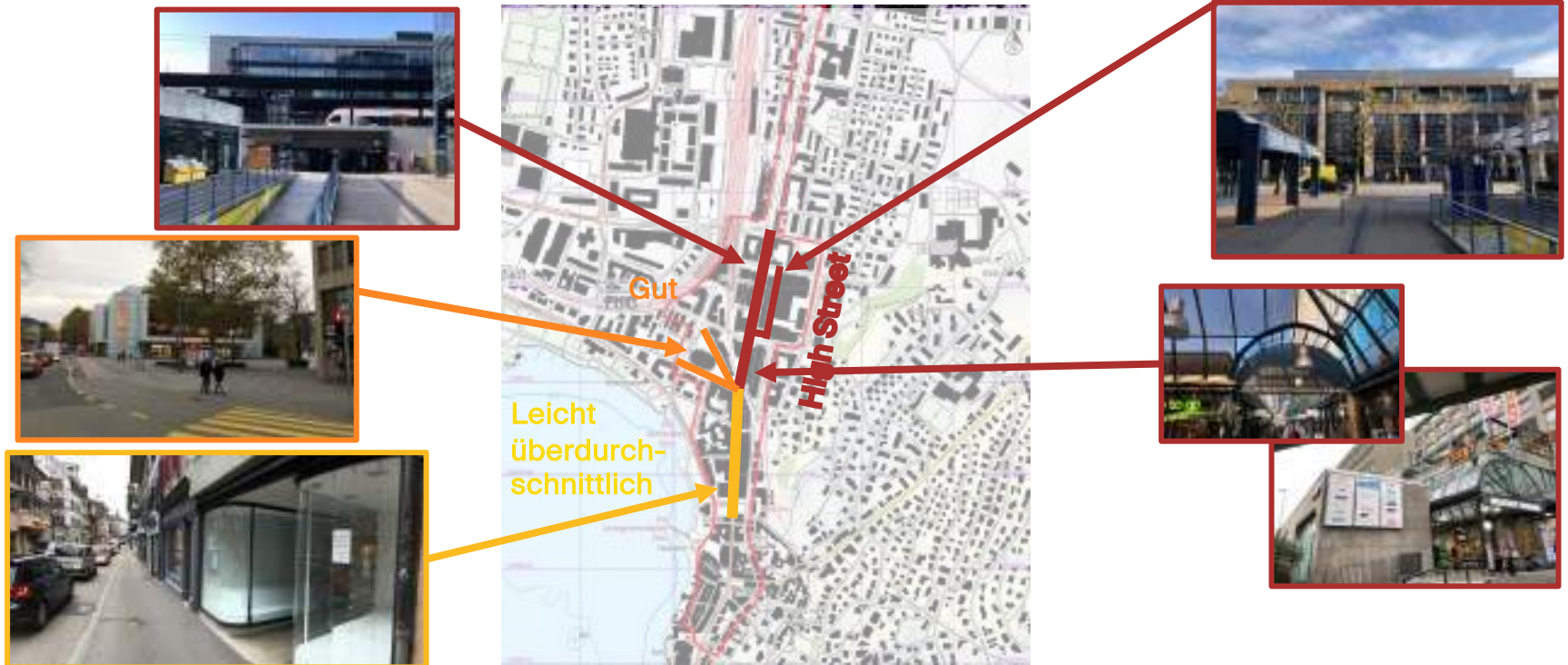
Untersucher
Ausschnitt der
Einkaufsmeile Zug:

- Strassenabschnitt
Barrerstrasse
(Höhe Bahnhof
Zug) bis
Bahnhofstrasse
(Höhe Postplatz)
- Mikrolage gut bis
exzellent)

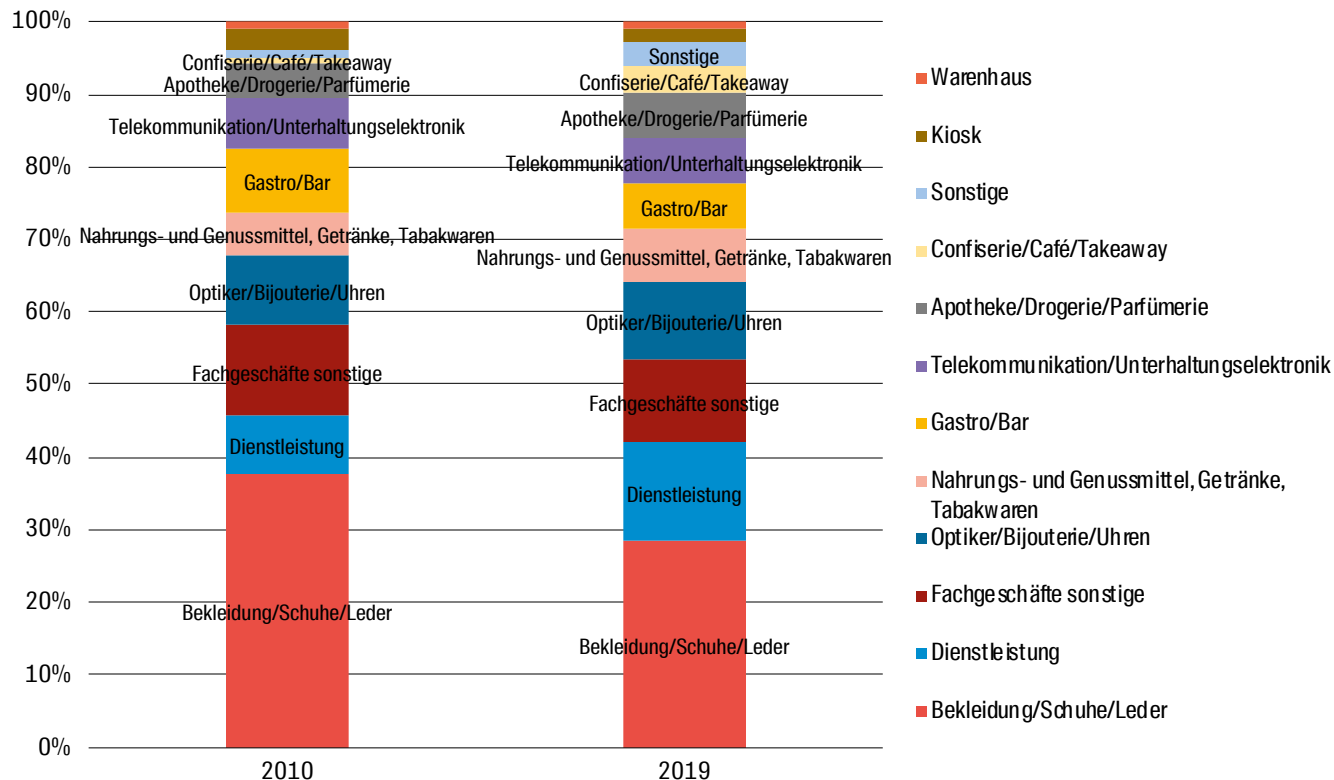


Leicht
überdurch-
schnittlich

Untersuchter Perimeter



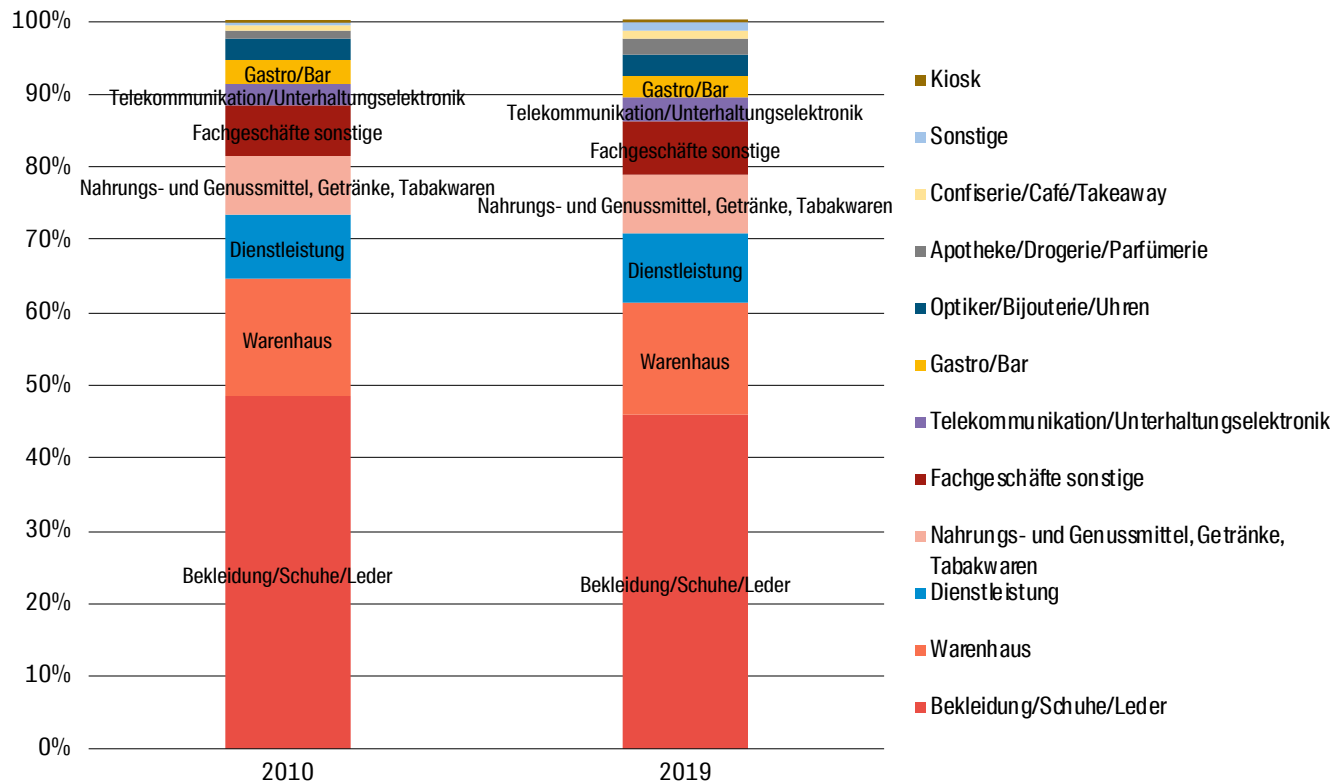
Branchenstruktur 2010 vs. 2019: Anzahl Läden



Die Zahl der Verkaufsläden der Warengruppe **Bekleidung (inkl. Schuhe, Lederwaren)** ist im betrachteten Perimeter innerhalb der letzten 9 Jahre von 39 auf 32 zurückgegangen, diese machen 2019 nur noch **28.6 Prozent** der Läden aus (2010: 37.9 Prozent).

Die Anzahl **Dienstleister** ist von 8 auf 15 gestiegen.

Branchenstruktur 2010 vs. 2019: Fläche in m²



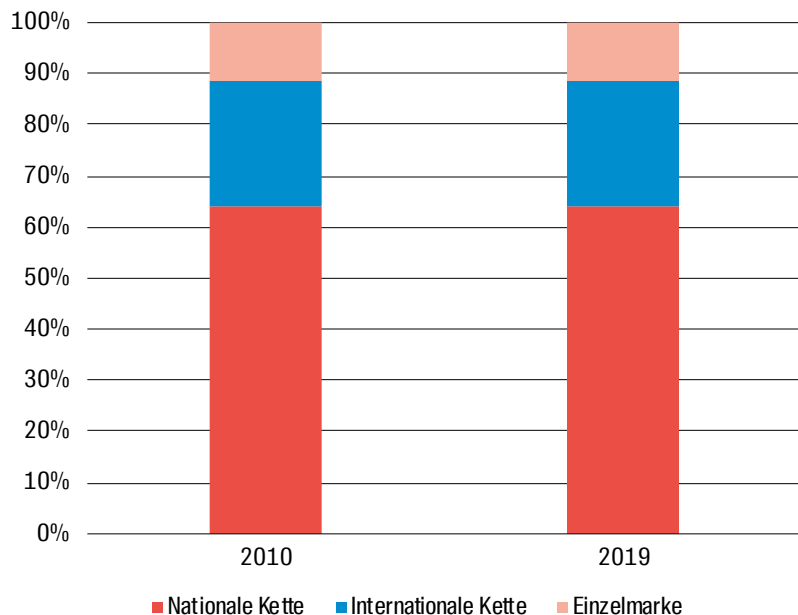
Den grössten Flächenanteil im untersuchten Perimeter machen Läden der Kategorie **Bekleidung (inkl. Schuhe, Lederwaren)** aus.

Ihr Anteil ist innerhalb der letzten 9 Jahre jedoch leicht **zurückgegangen (2019: 45.9 Prozent)**.

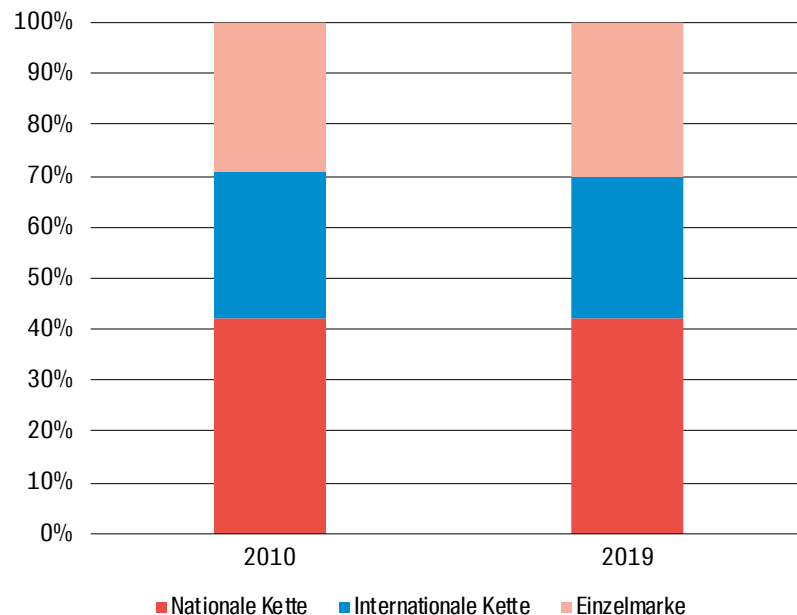
Gestiegen ist hingegen u.a. die Fläche für **Dienstleistungen**.

Filialisierungsstruktur 2010 vs. 2019

Flächenanteile



Anteil Läden



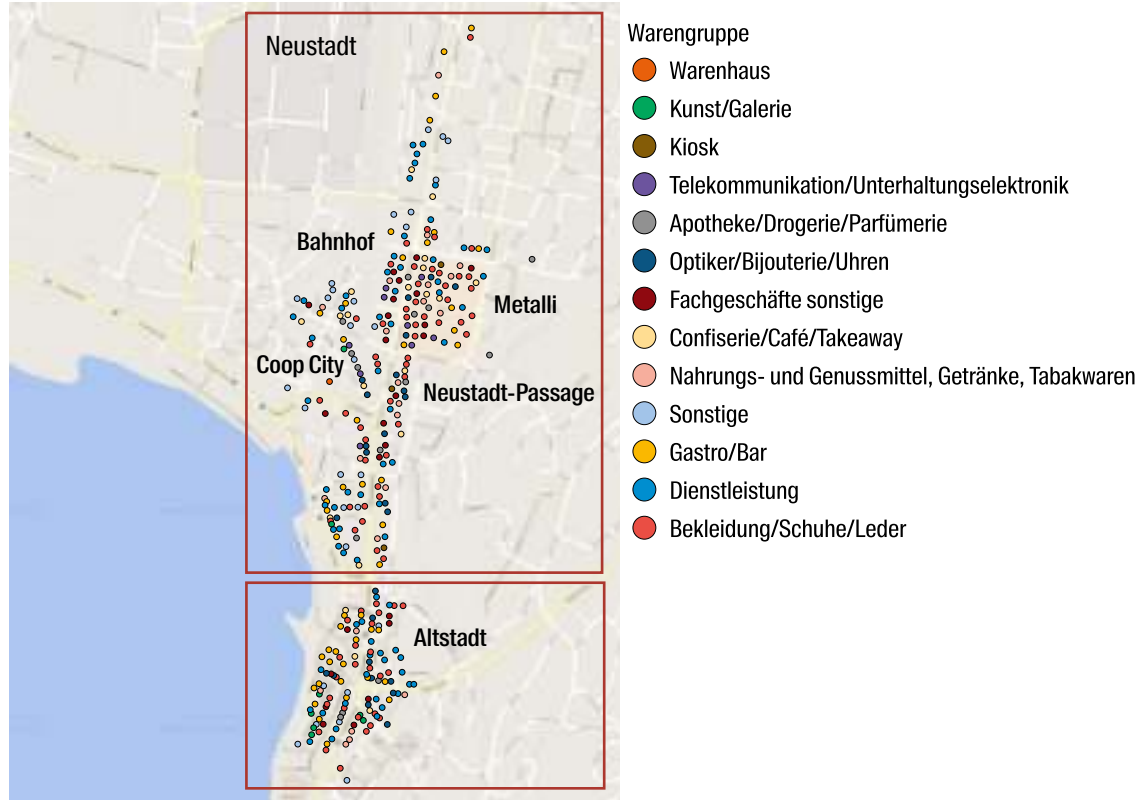
Zusammenfassung

Branchenstruktur im betrachteten Perimeter im Zeitvergleich

- Im betrachteten Perimeter der Einkaufsmeile Zug sind Läden der Warengruppe **Bekleidung (inkl. Schuhe, Lederwaren)** am stärksten vertreten: Verkaufsläden dieser Warengruppe machen im 2019 einen Anteil von **45.9 Prozent der gesamten dortigen Verkaufsfläche** aus.
- Der Anteil Verkaufsfläche für Läden der Kategorie **Bekleidung (inkl. Schuhe, Lederwaren)** ist im betrachteten Ausschnitt jedoch innerhalb der letzten 9 Jahre etwas **zurückgegangen**: Die Zahl der Verkaufsläden hat sich von 39 auf 32 reduziert. Im 2019 wird nur noch in **28.6 Prozent der Läden Bekleidung (inkl. Schuhe, Lederwaren)** angeboten (2010: 37.9 Prozent).
- Der Anteil Verkaufsfläche der Kategorie **Dienstleistung** sowie **Sonstige** haben am stärksten **zugenommen**. Die Anzahl Dienstleister ist von 8 auf 15 gestiegen.
- Der **Filialisierungsgrad**, sprich der prozentuale Anteil an Filialen grösserer Handelsunternehmen, hat in den vergangenen Jahren im betrachteten Perimeter der Einkaufsmeile Zug **kaum zugenommen**. Der Anteil an Verkaufsläden mit **Einzelmarken und Traditionsgeschäften** liegt nach wie vor bei rund 30 Prozent, während der Anteil nationaler und internationaler Ketten rund 70 Prozent beziffert.

Branchenstruktur 2020: Gegenüberstellung der Zuger Neustadt mit der Altstadt

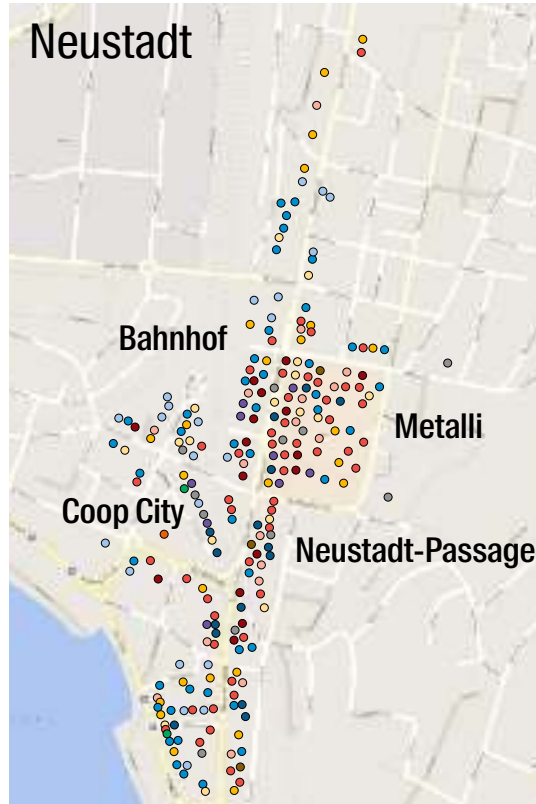
Branchenstruktur: Neustadt vs. Altstadt



Für die weitergehende Untersuchung und Gegenüberstellung der Branchenstruktur in der Zuger Neu- und Altstadt wurde der Betrachtungsraum um weitere Strassenzüge der Neustadt sowie die Zuger Altstadt erweitert.

Die räumliche Abgrenzung der beiden Vergleichsregionen erfolgt auf Höhe des **Postplatzes**.

Branchenstruktur: Neustadt vs. Altstadt



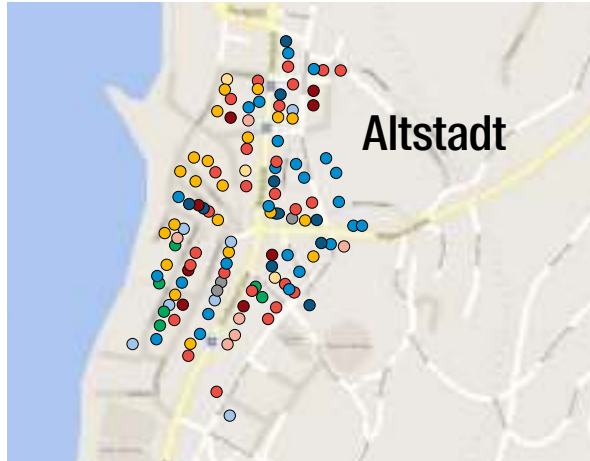
Warengruppe

- Warenhaus
- Kunst/Galerie
- Kiosk
- Telekommunikation/Unterhaltungselektronik
- Apotheke/Drogerie/Parfümerie
- Optiker/Bijouterie/Uhren
- Fachgeschäfte sonstige
- Confiserie/Café/Takeaway
- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren
- Sonstige
- Gastro/Bar
- Dienstleistung
- Bekleidung/Schuhe/Leder

In der Zuger Neustadt herrscht insgesamt eine grössere **Diversität** der Verkaufsläden.

Während sich an den stärker frequentierten Lagen das **klassische Verkaufsgeschäft** konzentriert, haben sich an den Lagen mit einem geringeren Passantenaufkommen vermehrt **Dienstleister** angesiedelt.

Branchenstruktur: Neustadt vs. Altstadt

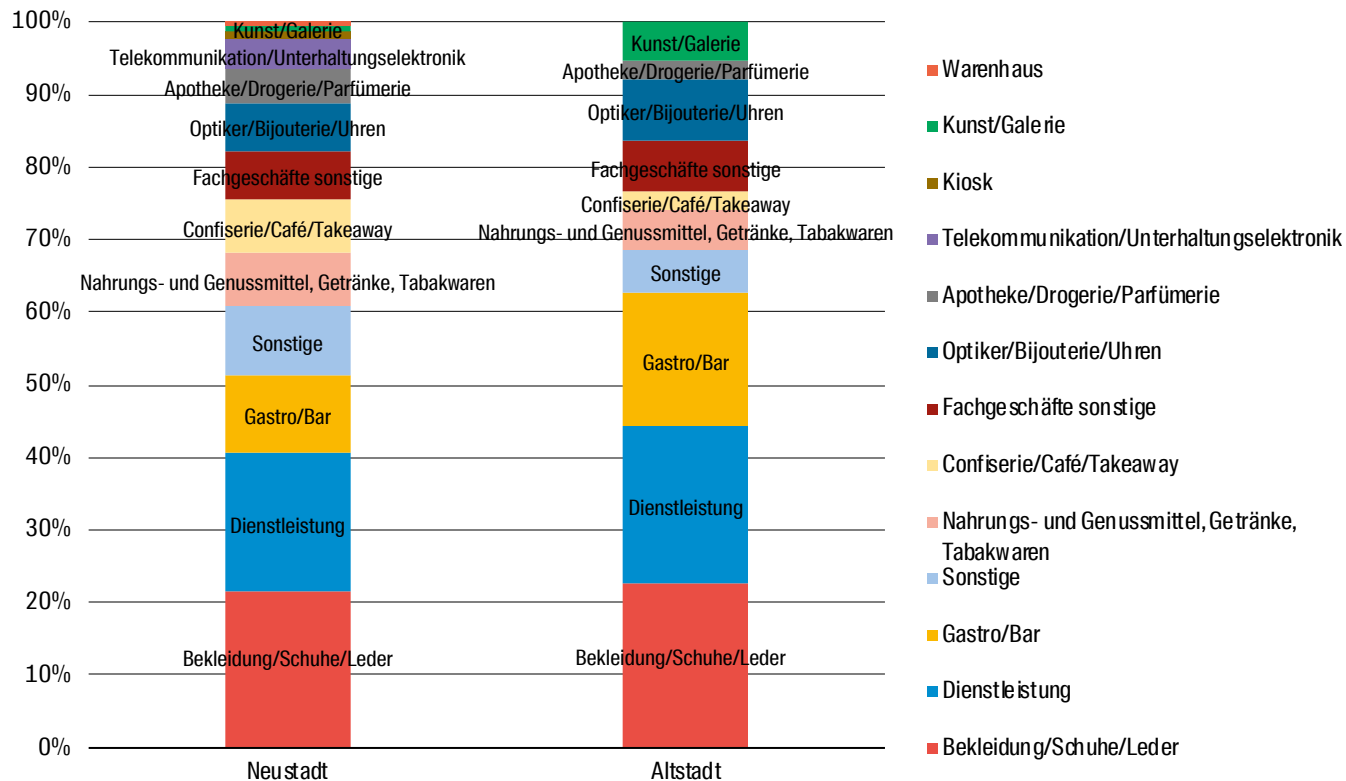


Warengruppe

- Warenhaus
- Kunst/Galerie
- Kiosk
- Telekommunikation/Unterhaltungselektronik
- Apotheke/Drogerie/Parfümerie
- Optiker/Bijouterie/Uhren
- Fachgeschäfte sonstige
- Confiserie/Café/Takeaway
- Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Tabakwaren
- Sonstige
- Gastro/Bar
- Dienstleistung
- Bekleidung/Schuhe/Leder

Die Zuger Altstadt zählt insbesondere entlang des Seeufers eine Vielzahl an Gastronomiebetrieben (**Restaurants und Bars**) sowie **Dienstleistern**, die sich vor allem östlich der Neugasse bzw. Grabenstrasse angesiedelt haben.

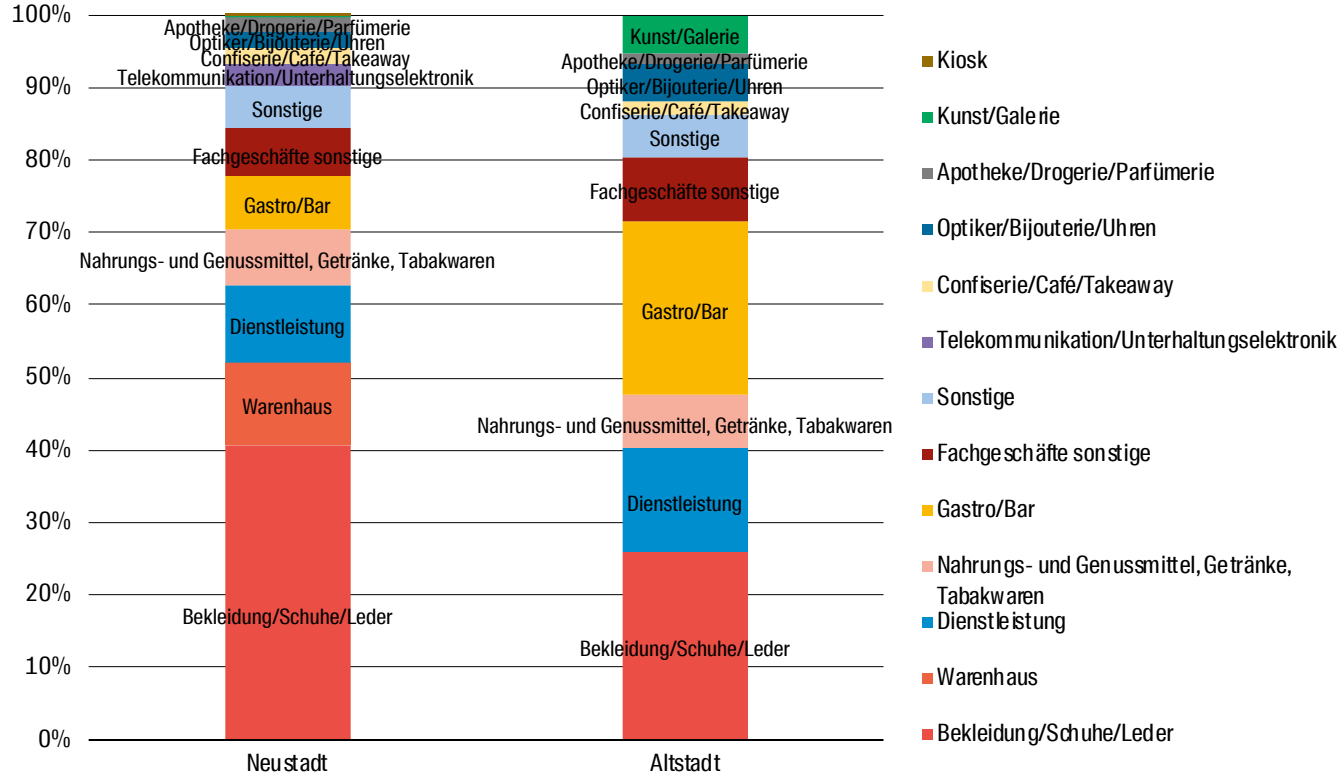
Neustadt vs. Altstadt: Anzahl Läden



Den grössten Anteil Verkaufsgeschäfte machen sowohl in der Neu- wie auch in der Altstadt Läden folgender Nutzungsgruppen aus:

- **Bekleidung (inkl. Schuhe, Leder)**
- **Dienstleistung**
- **Gastro/Bar**

Neustadt vs. Altstadt: Verkaufsfläche in m²



In der Neustadt werden auf **41 Prozent** der Verkaufsfläche **Kleidung, Schuhe und Lederwaren** angeboten (Altstadt: 26 Prozent).

Rund **ein Viertel** der Verkaufsfläche in der Altstadt wird von **Gastronomiebetrieben** genutzt.

Zusammenfassung

Branchenstruktur 2020: Neustadt vs. Altstadt

- Insgesamt wurden rund 350 Ladenlokale im Untersuchungsperimeter erfasst, von denen bei 318 Ladenlokalen die Ladengrösse eruiert werden konnte.
- In der Altstadt sind die Ladenlokale insgesamt tendenziell kleiner: Die durchschnittliche Ladengrösse (Median) in der Altstadt beträgt bei den 101 Verkaufsgeschäften, von denen die Ladenfläche erfasst wurde, 50 m² – in der Neustadt liegt die durchschnittliche Ladengrösse von 217 erfassten Adressen bei 75 m².
- Den grundsätzlich grössten Anteil **Verkaufsgeschäfte** machen sowohl in der Neu- wie auch in der Altstadt Verkaufsläden der Warengruppe **Bekleidung (inkl. Schuhe, Leder)**, Ladenlokale mit **Dienstleistungsnutzung** sowie **Gastronomie- und Barbetriebe** aus.
- In der Neustadt wird auf **41 Prozent** der **Verkaufsfläche Bekleidung (inkl. Schuhe, Leder)** angeboten (Altstadt: 26 Prozent der Verkaufsfläche), während der Anteil solcher **Verkaufsläden** am Total bei 22 Prozent liegt (Altstadt: 23 Prozent). Damit fallen die Verkaufsläden für **Bekleidung (inkl. Schuhe, Leder)** im Vergleich zu anderen Nutzungen in der Neustadt insgesamt deutlich grösser aus als in der Altstadt.

Zusammenfassung

Branchenstruktur 2020: Neustadt vs. Altstadt

- In der Neustadt ist die Diversität der Verkaufsläden insgesamt grösser. Die Neustadt weist u.a. einen grösseren Anteil Verkaufsgeschäfte der Kategorie **Telekommunikation/Unterhaltungselektronik** und **Sonstige** auf. Während sich an den stärker frequentierten Lagen das **klassische Verkaufsgeschäft** konzentriert, haben sich an den Lagen mit einem geringeren Passantenaufkommen vermehrt **Dienstleister** angesiedelt.
- Während in der **Neustadt** ein grösseres Angebot an **Confiserien bzw. Cafés und Schnellrestaurants** vorherrscht, sind in der **Altstadt Restaurants und Bars** überrepräsentiert: 18 Prozent der erfassten Ladenlokale bzw. rund **ein Viertel** der Ladenfläche wird hier von **Gastronomiebetrieben** genutzt.
- Ebenfalls in der **Altstadt** überrepräsentiert sind im Vergleich zur Neustadt der **Kunsthandel (Galerien)**, **Bijouterien (inkl. Optiker, Uhren)** und **Dienstleister**.

Zusammenfassung Modul 1 bis 5

Zusammenfassung

Positive Signale

- **Mikrolage** der Einkaufszone ist innerhalb der Gemeinde Zug **überdurchschnittlich gut**, innerhalb des Perimeters jedoch **heterogen** – ähnlich wie die Passantenfrequenz.
- **Starkes Bevölkerungswachstum** in Zug, wodurch zusätzliche Nachfrageimpulse ausgelöst werden. Die Zahl der **Beschäftigten** (in VZAE) ist zwischen 2011 und 2017 um 2.1 Prozent **gestiegen**.
- Beschäftigte der Finanz-/Versicherungsindustrie sind übervertreten (umsatzstarke Branche, die tendenziell **höhere Löhne** zahlt, lässt damit auch höhere Konsumausgaben im Umfeld erwarten).
- Übermässiger Anteil an Einwohnern im erwerbstätigen Alter mit erwartungsgemäss **hohem Einkommen** (zwischen 35-54 Jahre alt) sowie viele Vorgesetzte und Selbstständige (hohes Einkommen), Personen unter 30 Jahre (eher geringeres Einkommen) sind weniger stark vertreten.
- **Hohes Medianeinkommen und starke Einkommensentwicklung** generiert tendenziell auch höhere Konsumausgaben.
- **Hohes Pendlersaldo**, dadurch zusätzliche potenzielle Konsumenten in der Nähe des Einkaufsstandorts.

Zusammenfassung

Positive Signale

- **Performer** und **Digitale Kosmopoliten** (einkommensstärkste Milieus) sind deutlich **übervertreten**, konsumorientierte Basis ebenfalls leicht.
- **Druck auf die Mieten** für Verkaufsflächen ist im Vergleich noch relativ **gering**:
 - Höhe der **effektiven Mietpreise** (Abschlussmieten) in Zug **über dem Preisniveau** von Vergleichsgemeinden und Lagen mit vergleichbarer **Passantenfrequenz**.
 - Höhe der **inserierten Mietpreise** (Angebotsmieten) in Zug vergleichsweise **hoch**, zuletzt jedoch **tendenziell sinkend**.
- Der schweizweit zu beobachtende Effekt der immer kürzer werdenden **Vertragslaufzeiten** für Verkaufsflächen ist in Zug noch nicht sehr stark ausgeprägt. Rund 60 Prozent von allen Wüest Partner bekannten Mietverträgen wurde für 10 Jahre und länger abgeschlossen. Dabei ist in Zug **der Anteil unbefristeter Mietverträge mit 26 Prozent relativ hoch**.

Zusammenfassung

Negative Signale

- **Anzahl Beschäftigte** (in VZAE) im Perimeter der Einkaufszone Zug **nimmt tendenziell ab**, dadurch dürften weniger Passantenfrequenzen generiert werden.
- **Übernachtungszahlen** in Zug sind tendenziell **rückläufig**, zusätzliche Nachfrageimpulse durch Übernachtungsgäste der Hotellerie dürften damit eher zurückgehen.
- Überangebot durch **sehr hohe Anzahl Verkaufsfläche pro Kopf** (im schweizweiten Vergleich), dies ist jedoch ein allgemeines Problem der Klein- und Mittelzentren.
- Zwar geht die Anzahl Verkaufsfläche pro Kopf in der Stadt Zug aufgrund des starken Bevölkerungswachstums zurück, allerdings trifft das nur für das Gemeindegebiet zu. Im gesamten **Einzugsgebiet** für den Detailhandel der Stadt Zug **wächst das Einkaufsangebot (steigende Verkaufsfläche pro Kopf)**. Dies dürfte sich negativ auf den Detailhandel in der Stadt Zug auswirken.
- **Neubauinvestitionen** im Einzugsgebiet sind **überdurchschnittlich**, mittelfristig ist ein weiteres **Flächenwachstum zu erwarten** – allerdings sind die neuen Flächen oftmals in gemischten Überbauungen geplant, es entsteht kein direkter «Konkurrenz-Standort» zur Einkaufszone Zug.

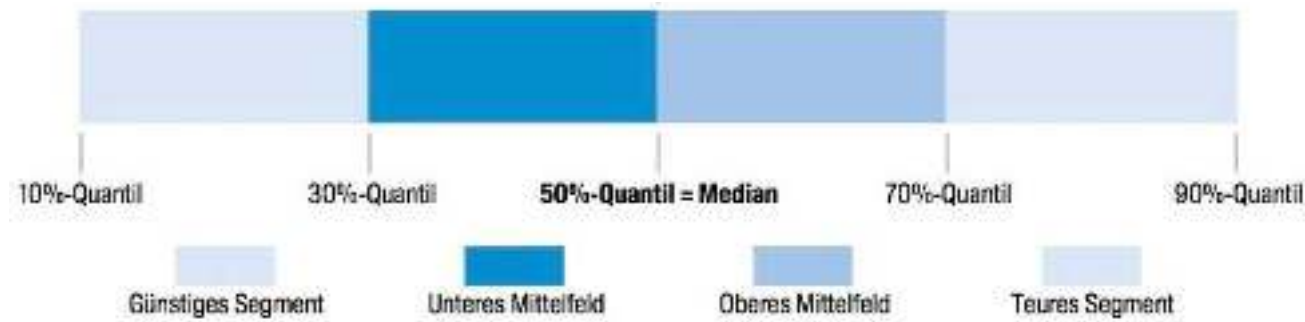
Ergänzende Analysemöglichkeiten

Themen, die über die vorliegende Analyse hinaus noch analysiert werden könnten:

- **Sichtweise und Bedürfnisse der erreichten Personen:** Durchführung einer Passantenbefragung in der Einkaufszone Zug
 - z.B. hinsichtlich ihres Wohnortes (PLZ) und Absicht des Innenstadtbesuchs
 - Bewertung des Einzelhandelsangebot in Zug
 - Art der Anreise/Parkierung und Bewertung der Anreise-/Parkierungssituation in Zug etc.
- **Sichtweise und Bedürfnisse der erreichten und nicht erreichten Personen:** Durchführung einer Anwohnerbefragung im Gemeindegebiet Zug
 - z.B. hinsichtlich ihres Einkaufsverhaltens allgemein: online vs. stationär in Zug vs. stationär andernorts
 - Eruierung der Gründe, welche dafür/dagegen sprechen, Einkäufe vor Ort in der Stadt Zug zu erledigen
 - Bewertung des Einzelhandelsangebots in Zug
 - Bewertung der Anreise-/ Parkierungssituation in Zug etc.

Anhang

Erklärung Preis-Quantile



Beispiele:

10%-Quantil: preisgünstigste 10 Prozent aller Angebote liegen unter diesem Wert

30%-Quantil: preisgünstigste 30 Prozent aller Angebote liegen unter diesem Wert

Das 50%-Quantil markiert die Grenze zwischen der teuren und der preisgünstigen Hälfte der Angebote und wird auch als «Median» bezeichnet. Der Median kann mit dem Durchschnittspreis verglichen werden, reagiert aber im Vergleich zu diesem weniger stark auf extreme Einzelobjekte.

Exkurs: Zwischen Lagequalitäten und Funktionen

