LEISTUNGSVEREINBARUNG für die Jahre 2022 bis 2025

Beilage 1

zwischen der

Stadt Zug, vertreten durch den Stadtrat

und dem

Verein „Zug Tourismus“, vertreten durch seinen Präsidenten und die Geschäftsleiterin

betreffend

Information und Destinationsmarketing für die Stadt Zug

Der Verein Zug Tourismus ist der wichtigste Partner der Stadt Zug für Stadtmarketing und Standortwerbung. Er bewirbt die Stadt und die Region Zug im Auftrag von Stadt und Kanton in Zusammenarbeit mit der Stelle für Stadtentwicklung und Stadtmarketing Zug, mit der kantonalen Wirtschaftspflege, mit Schweiz Tourismus sowie mit privaten Marketingpartnern und informiert über die lokalen Angebote in den Bereichen Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Freizeit, Einkaufen und Sport.

ZIELE

- Bewohnerinnen und Bewohner der Stadt Zug sowie Gäste werden über die Angebote und die Qualitäten der Stadt Zug und Umgebung informiert und beraten.
- Private Veranstalter und Firmen werden bei der Planung von Aktivitäten und Veranstaltungen in Zug beraten und unterstützt (Gruppenreisen, Kongresse, Tagungen, Firmenanlässe).
- Stadt und Kanton Zug werden als Lebens-, Kultur- und Wirtschaftsraum präsentiert, vertreten und beworben.
- Die Angebote in den Bereichen Freizeit, Kultur, Sport, Unterhaltung, Hotellerie und Gastronomie werden präsentiert und beworben.
- Ein niederschwelliger und qualitativ hochstehender Individualtourismus wird gefördert. Dafür werden Angebote mit den genannten Akteuren ausgearbeitet und beworben (Packages, Sonderangebote, Personalisierte Angebote, etc.).
- Über die Aktivitäten von Zug Tourismus soll ein konstanter Imageaufbau für Stadt und Kanton erreicht werden.

LEISTUNGEN VON ZUG TOURISMUS

1. Betrieb einer Tourismusinformationsstelle im Reisezentrum Zug

- Informationen, Beratung und Verkauf des touristischen Angebots in der Stadt Zug in Zusammenarbeit mit der ZVB und der SBB
- Verkauf und Vermittlung von Stadtführungen, Gruppenführungen und -erlebnissen
- Organisation von Tagungen und Veranstaltungen für Kundinnen und Kunden (MICE)

2. Basismarketing, Destinationsmarketing

- Vermarktung der Tourismusregion Zug und der Stadt Zug inklusive deren Angeboten aus den Bereichen Kultur, Freizeit, Einkaufen, Sport, Gastronomie und Hotellerie
- Vertretung und Präsentationen an Messen, in den Medien und an dafür geeigneten Veranstaltungen im In- und Ausland
- Kontakt zu Medien, Organisation und Durchführung von Studien- und Journalistenführungen
- Durchführung von touristischen Veranstaltungen in der Stadt Zug, wie z.B. der 1. Augustfeier (separater SRB und Leistungsvereinbarung)
- Entgegennahme der Kultur- und Vereinsplakate und Weitergabe an die Plakatgesellschaft
- Produktion von Bild- und Filmmaterial für den eigenen Bedarf
- Führung einer Bilddatenbank für Stadt und Kanton Zug

3. Herstellung und Vertrieb von Medien für Information und Marketing

- Betrieb von Internetseite(n) und relevanten Social-Media-Kanälen zur Bewerbung der Tourismusregion und deren Angeboten, sowie stetige Weiterentwicklung derselben entsprechend aktueller Trends
- Produktion und Herausgabe von Basiswerbematerial entsprechend den strategischen Geschäftsfeldern und den aktuellen Bedürfnissen, welche der Bekanntmachung der Region wie auch der einzelnen Produkte dienen. Produktion und Herausgabe von Prospekten, Thematischen Karten und APP's in Zusammenarbeit mit der Stadt Zug (City Guide oder ähnlich, Stadtplan, evtl. Zug Magazin) entsprechend den strategischen Geschäftsfeldern und aktuellen Trends. Dabei gilt das Prinzip «digital first» - Printmedien bilden die Ausnahme.

4. Zusammenarbeit

Zur Erfüllung der erwähnten Aufgaben arbeitet Zug Tourismus mit folgenden externen Akteuren zusammen:

- Stadt Zug, Fachstelle Stadtentwicklung und Stadtmarketing
- Kanton Zug, Amt für Wirtschaft und Arbeit
- Hotellerie Suisse Zugerland, Zuger Hoteliers und Wirte
- Zug Wirtschaftskammer
- Zugerland Verkehrsbetriebe (Schiffahrtsgesellschaft Zug)
- IG Kultur (Dachverband der Kulturinstitutionen und -vereine)
- Pro Zug (Dachverband der Detaillisten Zug)
- Sportverbände

5. Einzug der Beherbergungsabgabe

Gemäss der "Verordnung betreffend die Einführung einer Beherbergungsabgabe" vom 19. Januar 1999 (in der Fassung vom 12. Dezember 2006) bezieht Zug Tourismus von den abgabepflichtigen Betrieben der Stadt Zug eine Beherbergungsabgabe. Zug Tourismus setzt die Beherbergungsabgaben im vollen Umfang im Sinne von § 7 des Gesetzes über die Beherbergungsabgabe vom 26. November 1998 ein (für die Finanzierung von Massnahmen und Einrichtungen, die überwiegend im Interesse der Abgabepflichtigen liegen und von Marktklärungen und Marktbearbeitungen).

6. Reporting und Berichtswesen

Zug Tourismus stellt dem Stadtrat Zug jeweils nach der Generalversammlung oder auf Anfrage die Jahresrechnung und den Jahresbericht sowie das detaillierte Budget des Folgejahres zur Verfügung.

LEISTUNGEN DER STADT ZUG

7. Vergütung

Die Stadt Zug entrichtet dem Verein Zug Tourismus für das Erbringen der oben aufgeführten Leistungen einen jährlichen Beitrag von CHF 190'000.00. Der Beitrag wird je hälftig per 1. Februar und 1. September ausbezahlt.

8. Budgetsicherheit

Brechen die Einnahmen aus den Beherbergungsabgaben (vgl. Abschnitt 5) gegenüber dem Vorjahr um mehr als 20% ein, entschädigt die Stadt Zug den Verein Zug Tourismus für die fehlenden Einnahmen.

9. Auskunftspflicht und Aufsichtsrecht

Die Stadt übt ihr Aufsichtsrecht bezüglich der fachgerechten und wirtschaftlichen Erfüllung der Leistungsziele in erster Linie über die von ihr bestimmte Vertretung im Vereinsvorstand aus. Die Vertretung der Stadt Zug ist berechtigt, soweit dies zur Erfüllung der Kontrollaufgabe notwendig ist und sofern keine schutzwürdigen Interessenten von betroffenen Personen entgegenstehen, in die Akten des Vereins Einsicht zu nehmen.

10. Finanzaufsicht

Die Finanzkontrolle des Kantons Zug überprüft die Abrechnung der im Rahmen der Leistungsvereinbarungen erbrachten Leistungen.

11. Geltungsdauer

Diese Leistungsvereinbarung tritt am 1. Januar 2022 in Kraft und gilt bis zum 31. Dezember 2025.

12. Schlussbestimmungen

12.1 Die Parteien verpflichten sich, den Vertrag an veränderte rechtliche oder tatsächliche Verhältnisse anzupassen.

12.2 Diese Leistungsvereinbarung tritt am Tag der Unterzeichnung durch die Zweitpartei in Kraft.

Diese Leistungsvereinbarung wird in zwei Originalen unterzeichnet. Beide Vertragsparteien erhalten je ein Original.

Zug, 14. Dezember 2021

Stadtrat von Zug
Dr. Karl Kobelt, Stadtpräsident

Martin Würmli, Stadtschreiber

Zug Tourismus
Andreas Zraggen, Präsident

Renya Heinrich, Geschäftsführerin