

Grosser Gemeinderat, Vorlage

Nr. 2053

Stadtentwicklung: Ziele, Aufgaben, Projekte

Zwischenbericht des Stadtrats vom 29. September 2009**Das Wichtigste in Kürze**

Die Stadt Zug erfreut sich dank ihrer wirtschaftlichen Prosperität einer wachsenden Bedeutung in der Städtelandschaft Schweiz. Dank einer zunehmenden kulturellen und gesellschaftlichen Verdichtung kann sie sich auch als attraktiver Wohn- und Arbeitsort immer stärker positionieren. Politik und Wirtschaft sichern mit nachhaltigen Entwicklungsstrategien den langfristigen Erhalt der Standortvorteile. Das anhaltende rasche wirtschaftliche, räumliche und demografische Wachstum der Stadt Zug verlangt aber vermehrt nach einer genauen Beobachtung und Auswertung der Veränderungen sowie der intensiven Beschäftigung mit Fragen der Positionierung und Entwicklung.

Um strategische Fragen in der politischen Diskussion stärker zu gewichten und die entsprechenden Aufgaben eingehender bearbeiten zu können, hat der Stadtrat eine Fachstelle für Stadtentwicklung und Stadtmarketing eingerichtet, die sich – in Zusammenarbeit mit den anderen Departementen und Institutionen – vermehrt entwicklungspolitischen Fragen widmet und mit der Wirtschafts- und Standortförderung intensiv zusammen arbeitet.

Die Aufgaben der Stadtentwicklung sind die Erarbeitung von Grundlagen für die zukünftige Entwicklung der Stadt Zug, die Standortpflege, die Quartier- und Zentrumsentwicklung, die interne und externe Vernetzung und die Interessenvertretung, die Stärkung der Identität, die Positionierung und die Imagepflege. Mit dem vorliegenden Zwischenbericht soll der Grosse Gemeinderat über die Ziele und Aufgaben der Stadtentwicklung sowie über die bisherige Tätigkeit und über geplante Projekte orientiert werden.

Sehr geehrte Frau Präsidentin

Sehr geehrte Damen und Herren

Wir unterbreiten Ihnen hiermit einen Zwischenbericht über die Ziele und Aufgaben der Stadtentwicklung sowie über die bisherige Tätigkeit und über geplante Projekte. Unseren Bericht gliedern wir wie folgt:

1. **Positionierung und Zielsetzung**
2. **Aufgaben der Stadtentwicklung**
3. **Koordinationsstelle Stadtentwicklung (2004 - 2008)**
4. **Neue Fachstelle für Stadtentwicklung und Stadtmarketing (ab 2009)**
5. **Arbeitsinstrumente**
6. **Geplante Projekte/Massnahmen**
7. **Wirtschaftspflege**
8. **Ausblick**

1. Positionierung und Zielsetzung

Die Stadt Zug konnte sich im letzten Jahrhundert dank ihrer vorteilhaften geografischen Lage und einem klugen Finanzhaushalt von einer kleinen Provinzstadt zu einem attraktiven Wirtschaftsstandort entwickeln und sich eine wichtige Position in der Städtelandschaft Schweiz sichern. Von diesem Fortschritt profitieren auch Kultur und Gesellschaft. Es bestehen gute Voraussetzungen, um diese Vorteile in Zukunft noch auszubauen:

Die wirtschaftliche Struktur ist vielfältig, der Branchenmix ist ausgeglichen und die Vernetzung mit anderen Regionen in allen Bereichen intensiv. Stadt und Kanton Zug sind Partner von Schlüsselprojekten in den Bereichen Infrastruktur, Bildung, Kultur und Gesellschaft und verfügen über die nötigen Mittel, um eigene Projekte zu verfolgen und die Initiative für die Zusammenarbeit mit anderen Städten und Kantonen zu ergreifen. Dank der lang anhaltenden Prosperität hat Zug heute die nötige Dichte und Urbanität erreicht, um langfristig unabhängig von Steuervorteilen wettbewerbsfähig zu bleiben.

Ziel der Stadtentwicklung und der Standortpflege sind der langfristige Ausbau der genannten Vorteile und der Erhalt einer optimalen Wohn- und Lebensqualität. Zu diesem Zweck ist es wichtig, Wohnraum für Familien zu erhalten, Projekte im Bereich Kultur- und Gesellschaft zu unterstützen und die Angebotsvielfalt in der Innenstadt zu verdichten. Nur ein vielfältiges und spannendes Angebot an Bildung, Kultur, Freizeit, Sport, Unterhaltung und Einkauf kann den Standort Zug für Bewohner, Arbeitnehmer, Arbeitgeber und Besucher attraktiv und unabhängig erhalten.

2. Aufgaben der Stadtentwicklung

Hauptaufgabe der Stadtentwicklung ist die Erarbeitung von Grundlagen, Leitbildern und Strategien für die zukünftige Entwicklung und Positionierung der Stadt Zug. Die Arbeit umfasst folgende Teilbereiche:

2.1. Strategieentwicklung

- Beratung des Stadtrats in Fragen der Strategieentwicklung.
- Erarbeitung eines Leitbildes für die zukünftige Entwicklung der Stadt.
- Einbringen einer übergeordneten und interdisziplinären Sicht in die Arbeit anderer Departemente.
- Unterstützung der Departemente bei der Entwicklung von Strategien für Teilbereiche (Kulturstrategie, Kind- Jugendkonzept, Sicherheitskonzept, Hochhausstudie, Arealentwicklungen).
- Initialisierung von Grundlagen und Bedarfsermittlung für wirtschaftliche, politische, gesellschaftliche, kulturelle, soziale Bedürfnisse.

2.2. Impulsprogramme

- Vorschlagen und Ausarbeiten von Impulsprogrammen für entwicklungspolitische Ziele (Wohnraumpolitik, Zentrumsentwicklung, Bodenpolitik).

2.3. Standortaufwertung: Zentrumsentwicklung

- Projekte zum Aufbau einer Identität und Marke des Einkaufsstandorts Zug und des Wirtschaftsstandorts Zug.
- Projekte zur Belebung der Innenstadt und zur Förderung eines gesunden Nutzungs- und Branchenmixes.
- Systematisches Leerflächenmanagement gemeinsam mit privaten Institutionen/Langfristige Raumsicherungspolitik. Gesprächsplattformen mit Eigentümern.
- Koordination Öffentlicher Raum: «Nutzung Gestaltung und Verwaltung mit Konzept».

2.4. Interne und externe Vernetzung und Interessenvertretung

- Pflege von Kontakten zu Nachbarschaften, Gewerbevereinen und Interessenverbänden (Wirtschaftsverbände, Gewerbevereine, Gastronomie-Verbände, Detailhandelsorganisationen und Veranstaltern).
- Überregionale Vernetzung (Metropolitankonferenz).
- Zusammenarbeit mit der kantonalen Wirtschaftspflege und dem im Aufbau befindlichen kantonalen Amt für Statistik.
- Zusammenarbeit mit Zug Tourismus gemäss bestehendem Leistungsauftrag.
- Regelmässige und institutionalisierte Kontakte zu internen und externen Stellen.

2.5. Stärkung der Identität, Positionierung, Imagepflege

- Kenntnis und Formulierung der Stärken, Schwächen und Erfolgsfaktoren der Stadt Zug als Wirtschaftsstandort und als Lebensraum.
- Unterstützung und Aufbau von identitätsstiftenden und imagefördernden Projekten (Wettbewerbe, Mediale Auftritte, Events, Institutionen).
- Erfahrungsaustausch mit Organisationen für Standortförderung und Stadtmarketing und mit anderen Städten und Gemeinden.

- Überregionale Interessenvertretung und Positionierung (Metropolitankonferenz).
- Öffentlichkeitsarbeit: Thematische Veranstaltungen zu aktuellen Themenkreisen und zur Aufwertung des Innenbildes und des Auftritts, Sensibilisierung und Weiterbildung (Gesprächsplattformen und Veranstaltungen, Publikationen, Ausstellungen).

3. Koordinationsstelle Stadtentwicklung (2004 - 2008)

3.1. Bildung der Koordinationsstelle Stadtentwicklung

2004 wurde im Rahmen der Reorganisation der Stadtverwaltung und gestützt auf die Legislaturziele 2003 – 2006 des Stadtrates die Koordinationsstelle Stadtentwicklung geschaffen. Diese vom Stadtschreiber betreute Stelle hatte die Aufgabe, die verschiedenen Politikbereiche zu vernetzen und die räumlichen, sozialen, wirtschaftlichen, ökologischen und kulturellen Aspekte in einer möglichst kohärenten Stadtentwicklungspolitik zusammenzufassen.

3.2. Erarbeitung Standortprofil Stadt Zug

2004 wurde die Interurban AG, Nutzungsmanagement, Zürich, beauftragt, in Zusammenarbeit mit den Verwaltungsstellen ein Standortprofil der Stadt Zug zu erstellen. Dabei wurden folgende Bereiche analysiert: Bevölkerung/Wohnen, Beschäftigte/Wirtschaft, Versorgung, Bildung/Ausbildung, Verkehr, Sicherheit, Finanzen, Soziales, Alter, Kultur, Tourismus.

Die Studie Standortprofil mit den Stärken-/Schwächenanalysen der einzelnen Bereiche inkl. Handlungsfelder-Katalog kann auf www.wirsindzug.ch > Dokumente eingesehen werden.

Der Stadtrat beschloss am 30. August 2005 zunächst die beiden Bereiche „Zentrumsentwicklung“ und „Bevölkerung/Wohnen“ schwerpunktmässig zu bearbeiten. Die vom Stadtrat eingesetzte Stadtentwicklungsgruppe wurde beauftragt, ein moderiertes „Forum Zentrumsentwicklung“ durchzuführen mit dem Ziel, gestützt darauf konkrete Massnahmen zu treffen. Auf die Durchführung der Vertiefungsanalyse zum Thema Bevölkerung/Wohnen wurde im Hinblick auf die anstehende Revision der Ortsplanung und aus Kostengründen verzichtet.

3.3. Mitwirkungsprojekte

2006 wurde das von der Stadtentwicklungsgruppe entwickelte Mitwirkungsprojekt „Wir sind Zug“ gestartet. In Arbeitskreisen und Arbeitsgruppen wurden verschiedene Projekte erarbeitet. Davon sind verschiedene Projekte wie das Nutzungs- und Gestaltungskonzept, Zeitbilder, Zuger Brauchtum aufs Internet, das neue Informationssystem und das in der Bevölkerung auf sehr grosses Interesse stossende (Zuger) Identität stiftende Projekt „1000 Kirschbäume für Zug“ umgesetzt. Das neue Wegleitsystem soll 2010 zusammen mit dem Parkleitsystem eingeführt werden. Die „Kulturmeile“ mit 10 Audiostationen - vom Bahnhof Zug bis Zug Süd - wurde vom Grossen Gemeinderat abgelehnt.

Der 2008 durchgeführte Ideen-Wettbewerb „I love Zug“ mit 55 Eingaben hat gezeigt, dass das Mitwirkungsprojekt „Wir sind Zug“ für viele Zugerinnen und Zuger eine inzwischen etablierte Plattform ist, um ihre Ideen zur Mitgestaltung der Stadt einzubringen und mit deren Hilfe und Unterstützung umzusetzen (vgl. Ergebnisse des „Wir sind Zug“-Wettbewerbs auf www.wirsindzug.ch > Dokumente).

3.4. Weitere Projekte und Aktionen

Die Stadtentwicklung hat in den vergangenen Jahren zahlreiche weitere Projekte und Anlässe lanciert: So wurde mit Zug Tourismus eine Leistungsvereinbarung getroffen, u.a. mit dem Auftrag ein Basismarketing für die Stadt Zug zu leisten. Die 1.-Augustfeier auf dem Landsgemeindeplatz wurde zu einem gross angelegten Stadtfest für die Zuger Bevölkerung mit einem hochstehenden musikalischen Programm für Jung und Alt ausgebaut.

Die 2007 in Zug durchgeführte Schweizerische Stadtmarketingtagung bot eine ausgezeichnete Gelegenheit, die Qualitäten der Stadt einem Fachpublikum zu präsentieren. Mit dem ebenfalls 2007 durchgeführten „Hirschenplatzfest“ konnte der Zuger Bevölkerung ein bisher weniger bekannter Stadtplatz in einem ganz neuen Licht präsentiert und auf Qualitäten, aber auch Schwächen der Altstadt hingewiesen werden. Die Stadtentwicklung wurde für ihren Einsatz für die Belange der Altstadt 2007 mit dem „Zyturm Award“ der Vereinigung Zuger Altstadt ausgezeichnet.

Mit der bosnischen Stadt „Kalesija“ wurde eine Zusammenarbeitsvereinbarung geschlossen mit dem Ziel, die Freundschaft und Zusammenarbeit durch den Kontakt und Erfahrungsaustausch zwischen Bürgern, Vereinen und Organisationen zu fördern. Am 4. Juni 2010 findet im Theater Casino Zug ein interkultureller Anlass mit Tanz- und Folkloregruppen aus Zug und Kalesija statt.

4. Neue Fachstelle für Stadtentwicklung und Stadtmarketing (ab 2009)

4.1. Neue Stelle für Stadtentwicklung und Stadtmarketing

Mit der zunehmenden Spezialisierung der Aufgaben in den Departementen und der wachsenden Komplexität der Projekte wird die Vernetzungs- und Strategiearbeit immer wichtiger. Mit der Erweiterung des Aufgabenbereichs können die Arbeiten nicht mehr alleine von der Stadtkanzlei aus bewältigt werden. Der Stadtrat hat deshalb per 1. Januar 2009 eine neue Fachstelle eingerichtet, die sich – in Zusammenarbeit mit den anderen Departementen und Institutionen – vermehrt entwicklungspolitischen Fragen widmet und mit der kantonalen Kontaktstelle Wirtschaft eng zusammen arbeitet. Regula Kaiser, ehemals Stv. Stadtarchitektin, wurde zur Beauftragten für Stadtentwicklung und Stadtmarketing ernannt. Die Stadtentwicklung ist direkt dem Stadtpräsidenten unterstellt. Damit verfügt nun die Stadt Zug – wie zahlreiche vergleichbare Städte – über die erforderlichen personellen Ressourcen für die Bearbeitung von Stadtentwicklungs- und Stadtmarketingfragen.

4.2. Vergleich mit anderen Städten

Die Beispiele der folgenden Städte zeigen - obwohl nur bedingt vergleichbar -, dass auch andere Städte einer professionell geführten und entsprechend personell und finanziell dotierten Stadtentwicklungsstelle grosse Bedeutung zumessen:

In Aarau (15'000 Einwohner) arbeitet die Stadtentwicklung mit sechs Mitarbeitenden (510 Stellenprozente). Der Aufwand ist in das Gesamtbudget von Bau und Wirtschaft integriert und nicht separat ausgewiesen.

In Baden (16'000 Einwohner) beschäftigen die Stadtentwicklung/Stadtökologie vier Mitarbeitende und das Standortmarketing zwei weitere Personen; diese sind dem Stadtkammern unterstellt. Die Stadtentwicklung Baden verwaltet ein Budget von CHF 600'000.--.

In Winterthur (92'000 Einwohner) arbeitet die Stadtentwicklung mit 5.6 Stellenprozente und mit einem Budget von 1.7 Mio.

Für die Stadtentwicklung Zürich (380'000 Einwohner) arbeiten 27 Mitarbeitende in den Bereichen Stadt- und Quartierentwicklung, Integrationsförderung, Ausenbeziehungen, Wirtschaftsförderung (mit Ausbildungen in den Bereichen Soziologie, Ökonomie, Geografie, Architektur, Journalismus).

5. Arbeitsinstrumente

Die Stadtentwicklung arbeitet mit folgenden Gremien und Arbeitsgruppen zum Aufbau der Strategie und zur Umsetzung der Projekte:

5.1. Stadtentwicklungsgruppe

Die Stadtentwicklungsgruppe ist zusammengesetzt aus Vertretern verschiedener Interessenverbände und der Verwaltung. Sie hat folgende Aufgaben:

- Beratung der Stadtentwicklung in strategischen Fragen
- Ausarbeitung und Konzeption von Projekten
- Vernetzung der Projekte mit den Organisationen und Departementen
- Vertretung der Interessen der verschiedenen Organisationen

5.2. «Runder Tisch Altstadt»

In der Altstadt treffen traditionell viele verschiedene Nutzergruppen aufeinander, was einen hohen Regulierungsbedarf zur Folge hat und daher regelmässige Gespräche zu aktuellen Themen nötig macht.

- Gegenseitige Information zu aktuellen Anlässen und Themen
- Interessenabgleich
- Entwicklung von Projektideen für die Zentrumsentwicklung

5.3. Internetforum Stadtentwicklung

Um eine öffentliche Diskussion über Stadtentwicklung zu fördern und zu pflegen, soll ein Internetforum eingerichtet werden, das themenspezifische Fragestellungen auswerten kann.

6. Geplante Projekte/Massnahmen

6.1. Zentrumsentwicklung

Der Stadtrat hat - wie vorstehend ausgeführt - mit Beschluss vom 30. August 2005, gestützt auf die Studie Interurban, die Zentrumsentwicklung (Bereich Metalli/Bahnhof bis Theater Casino) als wichtigen Handlungsschwerpunkt der Stadtentwicklung bestimmt.

Die in der Studie angeführten wesentlichen Defizite der Innenstadt sind:

- Die Hauptdurchgangsstrassen sind stark verkehrsbelastet. Der ruhende Verkehr beansprucht wertvolle Flanier- und Aufenthaltsflächen und verhindert eine besucherfreundliche Gestaltung der Plätze und Flanierzonen.
- Der angespannte Liegenschaftsmarkt setzt den Detailhandel und das Gastgewerbe unter starken Druck.
- Die räumliche Ausdehnung des Einkaufsgebiets mit einer Länge von fast 1 km erschwert die Kundenführung. Die Kundenfrequenzen nehmen von Norden nach Süden (Richtung historisches Zentrum/Altstadt) stark ab.
- Die Kundenführung wird durch den topografischen Kontext und dessen bauliche Ausgestaltung (Postplatz) erschwert.
- Die Parkhäuser im Süden der Stadt werden für den Einkauf zu wenig benutzt (Parkleitsystem).
- Es fehlt ein marktwirtschaftliches Profil und eine starke Identität des Einkaufsstandort Zug. Das Potenzial dazu wäre durchaus vorhanden.

Für den Wohn- und Arbeitsstandort Zug ist ein lebendiges Stadtzentrum mit einem vielfältigen und attraktiven Angebot ein wichtiger Standortfaktor. Verschiedene Massnahmen und Projekte zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt sind bereits eingeleitet bzw. in Planung:

- Umgestaltung Postplatz und Parkhaus Post
- Umgestaltung Schmidgasse
- Informations-, Wegleit- und Parkleitsystem
- Bebauungskonzept Kollingviertel
- Stadttunnel

Für die Umgestaltung des Bundesplatzes und des Bereichs Zeughausgasse/-Hirschenplatz muss der politische Meinungsbildungsprozess noch vertieft werden.

Weiter sind folgende Massnahmen und Projekte geplant:

6.1.1 Aufbau Marke Einkaufsstandort Zug

Der Einkaufsstandort Zug weist gute Voraussetzungen auf, um sich zwischen Zürich und Luzern erfolgreich zu positionieren. Vorteile gegenüber den Nachbarstädten sind:

- Kleinmassstäblichkeit (gutes Angebot auf kleinem Raum)
- Persönliche Ausstrahlung (Freundlichkeit)
- Authentizität der historischen Altstadt
- Flanierzone am See
- Gute Verbindungen des öffentlichen Verkehrs
- Vielfältiges Angebot in verschiedenen Segmenten

Zur Stärkung der Position und zum Aufbau einer entsprechend Marke für den Einkaufsstandort Zug ist die ganzheitliche Betrachtung des Gebiets von Bahnhof/Metalli bis Altstadt als ein zusammenhängendes Einkaufsgebiet mit unterschiedlichen und sich ergänzenden Qualitäten zentral. Eine langfristig starke Identität für alle Teile kann nur gemeinsam aufgebaut werden. Sie wird auf den Vorteilen Altstadt (Authentizität/Historisches Umfeld, Tradition, Persönlichkeit, Cachet, Exklusivität, Pocket-Format, Top-Design, Handwerk, Gesundheit, Kosmetik) aufgebaut und mit den Vorteilen der City (Urbanität, Angebotsvielfalt, Einkaufsparkplätze) verknüpft. Es soll eine gemeinsame Markenstrategie ausgearbeitet und aufgebaut werden. Der Prozess wird von der Stadtentwicklung geleitet und unterstützt.

6.1.2 Flanier- und Shoppingmeile «Zug zeigt Zug»

„Zug zeigt Zug“ ist ein Ausstellungs- und Veranstaltungszyklus, der verschiedenen Projektpartnern aus Wirtschaft, Bildung, Gesellschaft und Kultur die Möglichkeit gibt, ihr Schaffen und Wirken im öffentlichen Raum zu präsentieren und Zug als Wohn-, Arbeits-, Bildungs-, Kultur- und Einkaufsstandort dem Besucher näher bringen. Auf dem Weg von Bahnhof/Metalli bis zum Altstadt/Casino werden – je nach Thematik - Installationen, Vitrinen, Präsentationen etc. postiert oder Schaufenster geschmückt. Diese sollen informieren, interessieren, unterhalten und anregen. Sie zeigen die Vielfalt von Zug und beleben die Innenstadt. Private Unternehmen und Sponsoren können mit der Unterstützung der Projekte ihr Engagement für die Zentrumsentwicklung zeigen und ihr Unternehmen bewerben. Geplant sind Projekte im Bereich Bildung, Kunst, Detailhandel, Design. Die Ausstellungen werden mit Rahmenveranstaltungen und Begleitausstellungen verknüpft und mit Begleitpublikationen veröffentlicht.

Alle Aktionen dienen dem langfristigen Aufbau einer neuen Identität und Marke für den Einkaufsstandort Zug. Kommunikation und Information sind Bestandteile des Projekts.

Mit den Aktionen soll um neue Kundschaft aus der Region Knonaueramt, Zürichseerküste (Parkside), Luzern und Reusstal geworben werden.

Über das Projekt können neue Kontakte mit Hauseigentümern geknüpft und gemeinsame Interessen vertreten werden.

Die Projekte sollen zu rund einem Drittel von der Stadt Zug und zu zwei Dritteln mit Beiträgen von Projektpartnern und Sponsoren finanziert werden.

6.1.3 Leerflächenmanagement

Trotz grosser Nachfrage und hohen Mietpreisen stehen in der Stadt Zug immer wieder attraktive Ladenflächen über längere Perioden leer und Restaurants oder kulturelle Treffpunkte verlieren ihre langjährigen Standorte. Im Sinne einer nachhaltigen und langfristigen Werterhaltung sind jedoch auch die Eigentümer an einem gesunden Branchenmix interessiert. Es wird deshalb – wie es bereits ein im Rahmen von «Wir sind Zug» entwickeltes Projekt vorsah – eine Internetplattform aufgebaut, die Daten zu Liegenschaften und zum Standort mit marktrelevanten Informationen vernetzt. Das Projekt soll auch das Gespräch mit Eigentümern fördern. Es baut auf vorhandenen Datensammlungen auf und wird mit neuen Informationen zum Einkaufsstandort oder mit touristischen und kulturellen Informationen ergänzt.

6.1.4 «Altstadtlädeli»

In der inneren Altstadt von Zug soll ein Treffpunkt für Touristen, Besucher und Ortsansässige aufgebaut werden, an dem typische Zuger Produkte von Zuger Firmen und Herstellern verkauft werden, Informationen und Dokumentationen über Zug erhältlich sind und Führungen gestartet werden können. Der Altstadtladen dient als Ausgangspunkt für Aktivitäten und spontane Aktionen der Altstadtvereinigung und der lokalen Gewerbe. Er schafft ein Bild von ‚Zug-ness‘, das den Markenauftritt der Altstadt unterstützt.

6.1.5 Virtueller Stadtrundgang

Im Rahmen des Wettbewerbs Wir sind Zug wurde das Projekt ‚Virtueller Stadtrundgang‘ entwickelt, welches die Stadt Zug und ihre Gebäude auf dem Internet mit 360°-Panoramabildern realitätsnah darstellt. Stadträume, Sehenswürdigkeiten, Institutionen und Geschäfte können per Mausklick besucht werden. Besucher informieren sich über das Angebot von Geschäften und Restaurants oder über historische Fakten zur Stadt Zug. Die Bilder sind vernetzt mit den Seiten von Stadt Zug (www.stadtzug.ch), Zug Tourismus (www.zugtourismus.ch) und mit den Seiten der privaten Anbieter.

6.2 Nutzungsmanagement Öffentlicher Raum

Der öffentliche Raum ist die Visitenkarte einer Stadt. In diesem Bereich kann mit wenig finanziellem Aufwand und mehr Engagement die Sympathie von Besuchern und Kunden gewonnen und die Aufenthaltsqualität für Bewohner verbessert werden. Vielfältige Nutzungsmöglichkeiten und gute Gestaltung von öffentlichen Räumen haben direkten Einfluss auf die Lebensqualität.

Zur Straffung der Organisation, Vernetzung von Projekten und Klärung von Grundsätzen hat die Fachstelle für Stadtentwicklung eine ‚Koordinationsstelle Öffentlicher Raum‘ (KÖR) ins Leben gerufen, in der die zuständigen Fachstellen aller Departemente vertreten sind. Fragen zur Veranstaltungskultur, Sicherheitskonzepte, Kunst und Kultur im öffentlichen Raum, Möblierung/Bepflanzung/Beleuchtung und ähnliche fachübergreifende Themenbereiche können hier gesamthaft betrachtet und Konzepte systematisch erarbeitet werden. Aus diesem Aufgabenkatalog ergeben sich sinnvolle Synergien mit dem Projekt ‚Zentrumsentwicklung‘.

6.3 Wohnbauforum

Um die Situation auf dem Wohnungsmarkt Zug nachhaltig und wirkungsvoll zu beeinflussen sind - nebst den mit der Ortsplanungsrevision geschaffenen Grundlagen zur Förderung des preisgünstigen Wohnungsbaus - strukturelle Massnahmen und weitere Lenkungsinstrumente erforderlich. Um Politik und Investoren für das Thema zu sensibilisieren, ist es zweckmässig, Impulsprogramme aufzubauen und diese mit geeigneten Begleitveranstaltungen lancieren. Verschiedene Forschungsstellen beim Bund und an den Universitäten leisten diesbezüglich sehr gute Grundlagenarbeit. Die Stadtentwicklung baut die Zusammenarbeit und den Informationsaustausch mit diesen Institutionen auf, um das Wissen und die Erfahrung hier bekannt zu machen. In der laufenden Legislatur sind für diese Aktivitäten keine Mittel budgetiert. Die Stadtentwicklung wird entsprechende Vorabklärungen treffen, um zu einem späteren Zeitpunkt entsprechende Projekte vorschlagen zu können.

6.4 Weitere Projekte

Begleitend zu den Kernaufgaben der Zentrumsentwicklung, des öffentlichen Raums und der überregionalen Vernetzung organisiert und leitet die Stadtentwicklung Projekte im Bereich der Kommunikation/Publikation, des Auftritts und der Vernetzung:

- «Jubiläum 100 Jahre Theater-Casino Zug»
- Zuger Dialoge
- Jährlicher Wirtschaftsanlass der Stadt Zug
- Stadtführungen
- Interviews und Präsentationen an Schulen
- Erfahrungsaustausch mit anderen Städten
- Auskünfte und Informationen auf Anfragen.

Weiter wird das Projekt „Zug bewegt“ unterstützt. Es handelt sich um eine Ausstellung - eine interaktive Reise durch den Kanton Zug -, welche an den Messen von Luzern (LUGA) und St. Gallen (OLMA) gezeigt wird. Die Stadt Zug ist in dieser multimedialen Ausstellung prominent und an vorderster Stelle vertreten.

7. Wirtschaftspflege

Strategischen Fragen der Positionierung und der Standortpflege werden in allen erwähnten Projekten Rechnung getragen. Promoting und Standortpflege sind aber grössten Teils ‚Chefsache‘, d.h. die Kontakte werden durch den Stadtpräsidenten persönlich gepflegt. Er wird dabei von der Kontaktstelle Wirtschaft des Kantons und von der Stadtentwicklung unterstützt.

8. Ausblick

Alle Projekte der Stadtentwicklung verfolgen langfristig das Ziel, die Wettbewerbsfähigkeit und die Lebens- und Aufenthaltsqualität der Stadt Zug zu sichern. Sie bauen auf der genauen Analyse der strategischen Vorteile auf und fördern deren Erhalt und Ausbau. Die Vorteile der Stadt Zug sind – neben den steuertechnischen Voraussetzungen und der Branchenvielfalt – die zentrale Lage, die landschaftliche Einbettung, die überschaubare Grösse, die optimale Verkehrsanbindung, die Qualität der Naherholungsgebiete und die gute Unternehmenskultur von Wirtschaft, Politik und Verwaltung. Diese müssen gepflegt und mit einer städtischen Angebotsvielfalt in den Bereichen, Bildung, Kultur, Freizeit, Sport, Wohnen etc. verknüpft werden, um die Lebensqualität für alle Bevölkerungsgruppen langfristig zu gewährleisten und ein sympathisches Image aufzubauen. Es ist erwiesen, dass die ‚Sympathie‘ und der ‚Geist‘ einer Stadt, neben den sogenannten ‚Harten Faktoren‘ die wichtigsten Motive für die Standortwahl von Mittel- und Kleinunternehmen sind. Grössere Unternehmen orientieren sich auch an der Verfügbarkeit von qualifizierten Arbeitskräften. Diese suchen – insbesondere im Bereich Entwicklung und Innovation – zunehmend ein urbanes Arbeits- und Wohnumfeld mit gutem Zugang zu wertvollen Naherholungsräumen.

Antrag:

Wir beantragen Ihnen, den Zwischenbericht des Stadtrats zur Kenntnis zu nehmen.

Zug, 29. September 2009

Dolfi Müller, Stadtpräsident

Arthur Cantieni, Stadtschreiber

Die Vorlage wurde vom Präsidentialdepartement verfasst. Weitere Auskünfte erteilt Ihnen gerne Regula Kaiser, Beauftragte für Stadtentwicklung und Stadtmarketing, unter Tel. 041 728 22 84.