



Strategie

Stadt Zug

Stadtentwicklung

Standortprofil

Kurzfassung und Folgerungen



inTerURBAN AG
Nutzungsmanagement
Dufourstrasse 42
Postfach
CH-8032 Zürich
Tel. +41 43 244 87 50
Fax +41 43 244 87 59
mail@interurban.ch
www.interurban.ch



**in Zusammenarbeit mit
intosens ag, Zürich**

Stadt Zug

Standortprofil – Kurzfassung und Folgerungen
Mai 2005

© inTERURBAN AG Nutzungsmanagement

Inhalt

Übersicht Stadtentwicklungsprozess	3
Eckwerte	4
SWOT-Analyse	6
Handlungsfelder / Zuständigkeiten	8
Prioritäten	10
Programm	11

Übersicht Stadtentwicklungsprozess

		Bevölkerung / Wohnen	Beschäftigte / Wirtschaft	Versorgung	Bildung	Verkehr	Sicherheit	Kultur / Tourismus
Stadt-Screening- Analyse	Schlüsselkriterien							
	Standortprofil							
	Befragung Bevölkerung							
	Imageanalyse							
	Markttrends							
	Detailanalyse Vertiefung							
	Charakterstudie							
Vision Konzeption	Zielsetzung							
	Identitätsentwicklung							
	Entwicklungskonzeption							
	Strategische Ausrichtung							
	Controlling / Monitoring							
	Leitbild, Legislaturziele							
Programm / Umsetzung	Gesamtstadt							
	Bauzonenordnung							
	Regionale Vernetzung							
	Stadtmarketing							
	Zentrum							
	Einbindung Anbieter							
	Einbindung Eigentümer							
	Charakteristik							
	Konzeption Zentrum							
	Teilprojekte							
	Bevölkerung/Wohnen							



Bearbeitet



Folgearbeiten

Eckwerte

Typologie (Charakteristik und Verflechtung)

- Mittelzentrum
- Arbeitsplatzorientiert
- Zentralität Versorgung
 - Konsum: hoch
 - Medizin / Gesundheit: hoch
 - Freizeit: hoch
 - Kultur: mittel
 - Schulen: gut
 - Ausbildung / Wissen: mittel
- Verflechtung
 - Wohnen: grossräumig
 - Arbeiten:
 - Zupendler: grossräumig
 - Wegpendler: Nahregion inkl. Stadt Zürich

- Wanderung (2003):
 - 82 Zuzüge pro 1'000 EW (CH-Mittel: 71)
 - 80 Wegzüge pro 1'000 EW (CH-Mittel: 66)
 - Binnenwanderung: 41%
 - Zu- und Wegzüge (in % der Wohnungsnachfrage)

	Zuzüger	Wegzüger
Baar	9%	14%
Cham	5%	5%
Steinhausen	4%	6%
Zürich	3%	

- Zuzüger: stärkste Gruppe 25-40-jährige
- Wegzüger: Jüngere mit Kinder, Ältere
- Abnahme: Familien mit Kleinkindern
- Hohe Zu- und Wegzugsraten

Bevölkerung / Wohnen

Bevölkerung:

- Stand Bevölkerung 2002: 23'370
- Wachstum jährlich seit 1990: 150 Personen
- Anteil Ausländer 2002: 24%
- Kaufkraft: 138% (CH: 100%)

Wohnen:

- Wohnungsbestand 2003: 11'542
- Wohnungsgrössen (Vergleich Kanton Zürich):
 - 1-3 Zimmer: Anteil überproportional
 - 4 Zimmer: Anteil gleich
 - 5- und mehr Zimmer: Anteil unterproportional
- Wohnungszunahme seit 1990: 23,4% (unterdurchschnittlich)
- Leerwohnungsanteil: 0,4%
- Wohnungszunahme seit 1990 jährlich: knapp 170
- Bewohner pro Wohnung: 2 Personen
- Wohnungszunahme aufgrund Wohlstandszunahme (1 Neubauwohnung generiert 0,9 zusätzliche Bewohner)
- Eigentumsform:
 - Miete: 79%
 - Wohneigentumsquote: 21% (ZG 33%)
- Wohnungswechsel pro Jahr: ca. 1500
- Wohnungsnachfrage hoch

Beschäftigte / Wirtschaft

- Arbeitsplätze (Stand 2001): 26'391
- Beschäftigte 2. Sektor: 5'068
- Beschäftigte 3. Sektor: 21'072
- Entwicklung 1991/2001
- Anteil 2. Sektor: - 3'429
- Anteil 3. Sektor: +3'459
- Arbeitsstätten: 3'353
- Durchschnittliche Anzahl Beschäftigte pro Arbeitsstätte: 7,9
- Arbeitspendler:
 - Erwerbstätige Wohnort Zug: 12'400
 - Arbeitsort Zug: 6'082 (49%)
 - Wegpendler auswärts: 6'318 (51%)
 - Zupendler: 16'800
 - Autopendler:
 - Wegpendler: 2'714 (43%)
 - Binnenpendler 1'400 (23%)
 - Zupendler: 8'568 (51%)
 - Autobewegungen Autopendler pro Arbeitstag: ca. 30'000
- 100 zusätzliche Arbeitsplätze lösen 110 Autofahrten aus

Versorgung Konsum

- Verkaufsfläche: ca. 47'000 m²
- Umsatz: 450 Mio.
 - davon Food: 132 Mio.
 - Non-Food: 318 Mio.
- Angebotsschwerpunkt: Metalli 14'000 m² / 150 Mio. Umsatz
- Detailhandelskaufkraft Zug: 360 Mio.
- Kaufkraftfluss:
Umsatz: 450 Mio.
 - davon Zug: 234 Mio.
 - davon Zufluss: 216 Mio.
- Starke Bedeutung Versorgung
- Kundenfrequenz pro Jahr: ca. 8 Mio
davon Teil Metalli / Bundesplatz: 6 Mio.

Finanzen

- Anteil Steuerertrag Natürliche Personen: 60%
- Niedriger Steuerfuss (70%)
- Belastung durch neuen Finanzausgleich
- Hohes Durchschnitts-Reineinkommen

Perspektiven

- Entwicklung Bevölkerung
- Entwicklung Wirtschaft
- Bauland-Reserven

SWOT - Analyse

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Wohnen	- hohe Kaufkraft der Wohnbevölkerung - vergleichsweise hoher Familienanteil - sehr geringe Steuerbelastung natürlicher Personen - hohe Investorenattraktivität	- hohes Preisniveau - Wohnqualität am See	Nachfrageüberhang erlaubt Realisierung von Wohnungen mit hoher Qualität	- Anbietermarkt tendiert zu einseitigem Angebot - Verfügbarkeit und Vielfalt sehr guter Wohnlagen beschränkt
Wirtschaft	- Nähe Zentrum Zürich - gute Erreichbarkeit - grosses Arbeitskräftepotenzial - regionaler Cluster in Handel, Finanz, Unternehmensdienste bzw. Headquarter und Pharma, Information, Kommunikation - hohe Wertschöpfung - sehr geringe Steuerbelastung juristischer Personen	- Überangebot Büroflächen - hohe Verkehrsbelastung durch Autopendler - Arbeitsplatzfunktion erfordert hohe Infrastrukturinvestitionen	- hoher Dienstleistungsanteil, wertschöpfungsintensive Wachstumsbranchen / Cluster - Verfügbarkeit qualifizierte Arbeitskräfte	- internationale Konkurrenz - internationale Erreichbarkeit
Versorgung	- sehr hohe Versorgungszentralität - sehr hohes Niveau des Angebotes - regionale Erreichbarkeit mit öV - hohe Angebotskonzentration im Zentrumsgebiet	- regionale Erreichbarkeit per Auto - Angebot Unterhaltung, Freizeit	- starkes regionales Bevölkerungswachstum - Zunahme qualifizierte Beschäftigte - Ergänzung im Bereich Unterhaltung - Ergänzung im Bereich Hotel, Kongress	- Abwanderung Angebot infolge des beschränkten Raumpotenzials im Zentrum und des Preisdrucks - Banalisierung des Angebotes
Bildung	- Angebot Tertiärstufe - Sonderschulangebot - Privatschulen (insb. english speaking)	geringe Grösse für überregionales Angebot	- Qualität Angebot - höhere Ausbildung - Medizinaltechnik	Abbau aufgrund Schülerrückgang auf Primärstufe
Sicherheit	Erreichbarkeit der Zuger Polizei	- ungenügende Datengrundlage für gezielte Prävention - Sicherheitsbedürfnis Bevölkerung unbekannt	- Prävention auf Sicherheits-erwartungen und -Fakten ausrichten - Förderung Sozialkontakte	Reaktion statt Prävention
Verkehr	- effiziente Parkierung in unmittelbarer Zentrumsnähe - regionale ÖV-Erreichbarkeit	- Verkehrsbelastung auf Hauptachsen im Zentrum - Hoher Autoanteil der Zupendler	- Nutzungsverdichtung bei Stadtbahnhaltestellen - Zunahme ÖV-Benutzer	Beschäftigtenwachstum bei gleichbleibendem oder wachsendem Autoanteil
Finanzen	- hohe Steuerkraft der Bevölkerung - hoher Bevölkerungsanteil im erwerbstätigen Alter - hoher Steuerertrag durch juristische Personen - hoher Selbstfinanzierungsgrad	- Flexibilität Steuerdomizil Unternehmen - Investitionstätigkeit durch Projektverzögerungen eingeschränkt	- internationale Konkurrenzfähigkeit bez. Steuerbelastung und Standortqualität - stabil steigende Erträge	- Abwanderung Steuersubstrat infolge fehlenden Wohnangebotes - NFA gefährdet internationale Konkurrenzfähigkeit - Rückgang Einkommenssteuer infolge Alterung der Bevölkerung

	Stärken	Schwächen	Chancen	Risiken
Soziales	• stabiler Wirtschaftsstandort • gutes Ausbildungsniveau • gutes Angebot an familienergänzender Kinderbetreuung	• Zunahme Sozialhilfebeziehende • teilweise fehlende Vergleichsdaten für Strategie • Mangel an günstigem Wohnraum • wenig Stellen für wenig qualifizierte Arbeitsplätze • Zusammenarbeit mit Institutionen, Gemeinden und Kanton	• auf Zielgruppen abgestimmte Massnahmen • Ausbau Tagesstrukturen • Integrationsoffensive • Weiterbildungsprogramme • Kooperation Gemeinden • Verbesserung interinstitutionelle Zusammenarbeit • bessere Rahmenbedingungen für eigenverantwortliche Sozialpolitik	• schwache Wirtschaftsentwicklung • Zunahme Gemeindeverpflichtungen • Spardruck auf die öffentliche Hand • Die "soziale Schere" geht immer weiter auseinander
Alter	• vergleichsweise junge Bevölkerung • Anteil Betagte deutlich tiefer als im Kanton • 70% der Betagten selbstständig • Heime für unterschiedliche Ansprüche	• Befindlichkeit und Bedürfnisse Senioren wenig erforscht	• bedürfnisorientierte Angebote, Strukturen und Organisationsformen • bessere Gesundheit • zunehmende Wohnsitzmobilität	• Verschlechterung wirtschaftliche Entwicklung • Unbekannte Nachfrageentwicklung der Senioren
Kultur	• Berücksichtigung lokale und regionale Bedürfnisse • traditionelle Kulturbetriebe • rege Nachfrage und aktives Vereinsleben • Kulturbildung der Jugend • grosszügige Unterstützung durch Private & Unternehmen • attraktive öffentliche Räume • Networking mit Tourismus	• keine überregionale Ausstrahlung • limitierte Ressourcen (auch personell)	• Nutzung Potenziale Kunsthaus und Chollerhalle • stärkeres Kulturimage • Attraktivität für Public Private Partnership • Pflege der lokalen und regionalen Akzeptanz • gutes Angebot von Luzern & Zürich	• Opfer von Sparmassnahmen • Innovationsarmut
Tourismus	• professionell arbeitende Organisation • Schifffahrt • Bergbahn auf Zugerberg, sanfter Tourismus • vielseitige Gastronomie mit Aussenbestuhlung am See	• geringe Bedeutung des Tourismus im Kanton • kein Wellnessangebot • tendenziell zu wenig Zimmer auf Niveau **** (100 Zimmer) • extensive Nutzung Lagequalität See und Berg	• Ausbau Weekend- und Ferientourismus • Aktivierung Altstadt-Ambiente • Nutzung Saalangebote Stadt / Casino, Theater • Vernetzung mit übrigen Stadtangebot • int. Headquarters / Grossfirmen	• Starke Abhängigkeit von Bussiness / Wirtschaftsentwicklung • starke Konkurrenz Luzern und Zürich

Handlungsfelder / Zuständigkeiten

			Stadt-		
			Strategie	Marketing	Planung
• Identität			X		
	• Positionierung/Bedeutung		x		
	• Imagebildung / Imagepflege		x	x	
	• Ergänzungspotenziale prüfen (Kantonsspital)		x		x
	• Entwicklung Identität Quartiere		x		x
	• Qualität Städtebau / Architektur		x		x
	• Veränderungsprozess / Identitätsfindung		x		
• Wohnen			X		
	• Ziele Bevölkerungsstruktur		x		
	• Steuerung Wohnbautätigkeit		x		x
	• Siedlungsstruktur / -Niveau		x		x
	• urbanes Wohnen		x		x
	• Verzahnung Siedlung / Landschaft				x
	• Gestaltung öff. Räume, Seebezug fördern		x		x
	• Wohnstandortmarketing		x	x	
	• Ansiedelung der hochqualifizierten Zupendler		x	x	
• Wirtschaft			X		
	• Ausrichtung Wirtschaft		x		
	• räumliche Anordnung		x		x
• Versorgung			X		
	• Angebotsentwicklung / -Stärkung		x	x	
	• Bildung Themenschwerpunkte		x		x
	• Aufwertung Bahnhofstrasse, ev. Bundesplatz		x		x
	• Ambiente, Aussenraum, Parkierung		x		x
• Bildung			X		
	• Bedürfnisorientiertes Angebot		x		
	• Angebotsvermarktung			x	
• Sicherheit			X		
	• Sicherheitsbedürfnis / Prävention		x		
• Verkehr					X
	• Höhere Attraktivität öV		x		x
	• Siedlungs-Entwicklung an öV-Knoten		x		x
	• Regionale & nat. Erreichbarkeit stärken		x		x
	• Optimierung Verkehrsführung				x
	• Realisierung Stadttunnel		x		x
	• Pendler- Autoverkehr reduzieren		x		

		Stadt-		
		Strategie	Marketing	Planung
• Finanzen		X		
	• Konkurrenzfähigkeit erhalten	x		
	• Einseitige Abhängigkeiten reduzieren	x		
	• Marketing auf Positionierung abstimmen		x	
• Soziales		X		
	• Zusammenarbeit Institutionen & Gemeinden	x		
• Alter		X		
	• Bedürfnisorientierte Angebote & Strukturen	x		
• Kultur		X		
	• Stärken Kulturangebot -Image	x	x	
	• Pflege lokale & reg. Akzeptanz	x	x	
	• Nutzung neuer Potenziale	x		x
	• Public Private Partnership ausbauen	x		x
• Tourismus		X		
	• Ausbau Weekend- (und Ferientourismus)	x	x	
	• Bedarf neues Hotel prüfen	x		
	• Aktivierung Altstadtambiente	x	x	x
	• Seetourismus ausbauen	x	x	
	• Vernetzung mit übrigem Stadtangebot	x	x	

Prioritäten

Die Stadt Zug hat fünf Bereiche, deren Entwicklung das zukünftige Wohlergehen massgeblich bestimmen:

- Identität / Kultur
- Bevölkerung / Wohnen:
 - Wohnungsform
 - Urbanes Wohnen
 - Bevölkerungsstruktur und –niveau
- Zentrumsentwicklung (Differenzierung Zentrumsgebiete)
- Verkehr / Mobilität
- Regionale Verflechtung

Identität / Kultur:

Die Stadt Zug kann sich aufgrund seiner Grösse und der Nähe zu Zürich nicht allein über die Veranstaltungskultur definieren.

Zug kann eine Kultivierung des Aussenraumes angehen. Diese kann sich z.B. dahin äussern, dass die räumliche Erfahrbarkeit zum See und von einzelnen Stadtgebieten gepflegt wird, Farbakzente bewusst gesetzt werden, die Architektursprache kultiviert wird, die Aussenraumqualität sowie das Fuss- und Sichtverbindungsnetz gestaltet wird u.v.m.

Bevölkerung / Wohnen:

Dieser Bereich soll qualitativ wachsen. Nicht anzustreben ist ein maximales Wachstum. Der Wohnungsbau soll sich auf städtische, urbane Wohntypologien fokussieren. Der Flächenkonsum soll nicht übergeordnete Priorität haben, sondern die Qualität des Innenraumes sowie des Aussenraumes.

Zentrumsentwicklung:

Die Zentrumsentwicklung definiert die einzelnen Zentrumsgebiete bezüglich Nutzung und Charakter. Die Verbindungs-, Vernetzungs- und Animierqualität soll erhöht werden, alle Zentrumsteile an Parkflächen angebunden und Erneuerungsinvestitionen ausgelöst werden.

Verkehr / Mobilität:

Die Verkehrsbelastungen sollen einmal durch Reduzierung des Arbeitspendlerverkehrs erreicht werden. Dies kann mit der räumlichen Anordnung von Arbeitsplatz-Zentren, mit Lenkungsmaßnahmen sowie mit Strassenbauten geschehen.

Regionale Verflechtung:

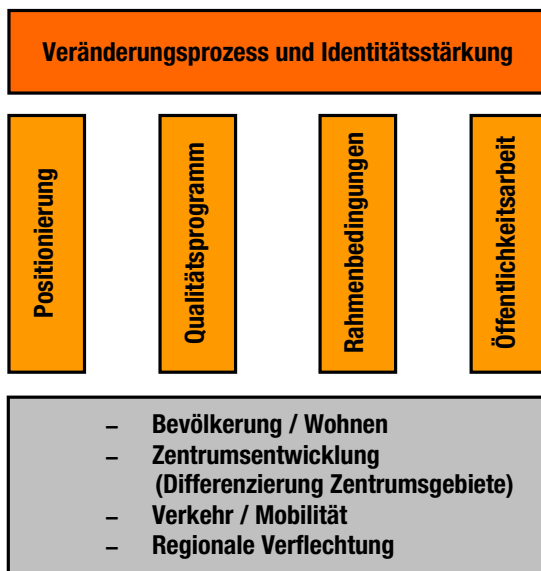
Die regionale Verflechtung ist eine Realität. Obwohl politisch schwer durchzusetzen, sollten Lösungen in diesem Bereich neu definiert und angestrebt werden.

Programm

Programm-Schwerpunkte

Bevölkerung/Wohnen, Zentrumsentwicklung, Verkehr/Mobilität und Regionale Verflechtung sind die vier prioritären Programmschwerpunkte.

Übergeordnet – und damit Sache der Stadtentwicklungs-Strategie – steht die der zukünftigen Entwicklung gerecht werdende Identität/Kultur.



Strategieebene

Veränderungsprozess und Identitätsstärkung

Ein Entwicklungsprozess basiert auf einer Offenheit gegenüber Veränderungen. Dies betrifft die Stadtverwaltung, alle an der Identitäts- und Stadtentwicklung beteiligten Akteure sowie die Bevölkerung und die Wirtschaft. Die Stadt Zug soll sich nicht länger auf das Finanzimage verlassen. Ein Image- und vor allem ein Identitätswechsel ist anzugehen. Dafür braucht es einen begleiteten Veränderungsprozess, der Verständnis, Transparenz und Involvierung nachhaltig auslöst.

Positionierung

Bislang fehlen noch gestützte Informationen über qualitative (emotionale) Faktoren. Die Imageanalyse «nextexpertizer» (qualitative Analyse) quantifiziert in einem innovativen Verfahren qualitative, emotionale Einstellungen. Weiche Faktoren werden zu harten Entscheidungsgrundlagen. Die Imageanalyse und die Datenergebnisse Stadtentwicklung bilden die Basis für die Positionierung.

Qualitätsprogramm

Es ist ein Regiebuch zu erarbeiten, in dem über alle Themenbereiche hinaus die Qualitätsmerkmale und die Nachhaltigkeitskriterien definiert und festgehalten werden. Das Regiebuch ist der Lotse für den Stadtausdruck und gewährleistet die Qualitätssicherung.

Rahmenbedingungen

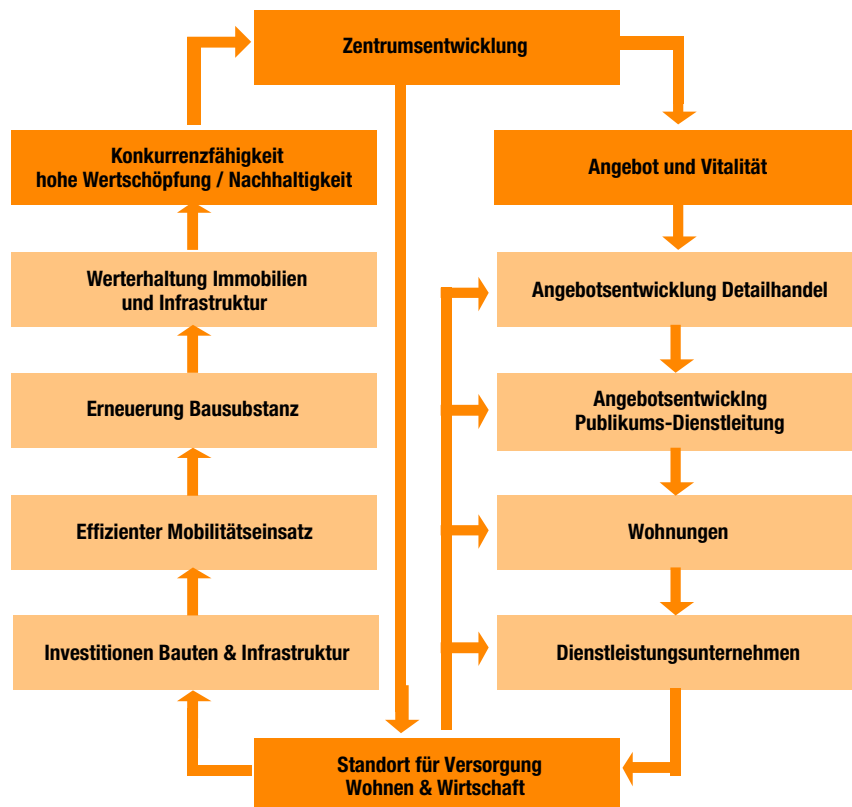
Die Rahmenbedingungen sollen rollend auf die Zielerreichung angepasst werden. Es sind dies der Richtplan, BZO, Erschliessung, Parkplätze, Gebühren, Schutzstellung, Steuern sowie Anreiz/Entproblematisierung.

Projektebene

Projekt: Zentrumsentwicklung

Projekthalt:

- Einbindung Immobilienbesitzer
- Einbindung Anbieter
- Charakterstudie
- Entwicklungskonzept Parking



Projekt: Bevölkerung / Wohnen

Projekthinhalt:

- Einbindung Grundstücksbesitzer und Akteure
- Einbindung Architektur mit Themen wie:
 - Innenverdichtung (Qualität versus Verdichtung)
 - Architektur
 - Wohntypologien
 - Aussenraum

