

Sehr geehrte Damen und Herren

Ich freue mich, dass Pro Zug an dieser Informationsveranstaltung dieses Zeitfenster erhält.

Sie alle kennen die Pro Zug – dies ist natürlich auch dem enormen Detaillistenzuwachs zu verdanken, welchen wir in den letzten Monaten hatten.

Momentan engagieren wir uns zusammen mit der Stadt Zug für die Stärkung des Detailhandels.

Eine Pro Zug Umfrage vor zwei Monaten bei den Detaillisten hat gezeigt, dass viele Branchen kämpfen und die Vorjahresumsätze nicht erreicht werden. Am meisten leidet der Tourismus- und Gastrobereich, Einzelfirmen und natürlich die gesamte Eventbranche. Andere Branchen spüren weniger Einbussen; aber die Unsicherheit ist bei allen vorhanden. Die kommenden Herbstmonate sind schwierig einzuschätzen und durch den stetigen Wandel im Detailhandel bleibt die Lage angespannt. Aufgrund der Ergebnisse dieser Umfrage habe ich mir natürlich auch Gedanken gemacht.

Bis ins Jahr 2040 wird die Stadt Zug voraussichtlich einen Zuwachs von rund 15 000 Einwohnerinnen und Einwohner sowie zusätzliche 9000 Arbeitsplätzen verzeichnen. Tendenziell werden Homeoffice, Videokonferenzen, lange Arbeitstage mit flexiblen Arbeitszeiten und veränderte Familienstrukturen zunehmen. Bemerkenswert ist trotz diesen Tendenzen auch, dass jeden Morgen 30,000 Arbeitnehmer die Stadt Zug zusätzlich bevölkern, also so viele, wie bereits in Zug wohnen.

Ich persönlich bin überzeugt, dass der Detailhandel auch stationär nach wie vor gefragt ist. Veränderte Arbeitsmodelle wie Homeoffice ermöglichen den Weg ins Geschäft für Käufe und Beratungen, dies spontaner und flexibler als bis anhin. A priori lange Öffnungszeiten sind nicht das Mass aller Dinge; durch flexible Arbeitsmodelle kann auch untertags problemlos eingekauft werden. Aber Geschäfte sollen die Möglichkeit haben, flexible Öffnungszeiten anbieten zu können, ohne für einen Event jeweils eine Bewilligung einholen zu müssen. Vor allem auch, weil die Tendenz klar Richtung Erlebniseinkauf geht: Das heisst Einkauf mit Erinnerungscharakter. Der Weg ins Geschäft ist noch immer gefragt, sei es um das Produkt anzufassen, für Beratungen oder auch soziale Kontakte. Beispiele sind Modeshows in der Boutique oder Yogastunden im Sportgeschäft. Einkaufen alleine gibt es nicht mehr, vor allem nicht bei den Jungen. Da muss immer ein Zusatzeffekt dabei sein. Auch früher musste man innovativ sein. Mich stören Argumente wie: «in Zug funktioniert das nicht» oder «in Zug ist alles anders». Neue Geschäftsmodelle einzuführen braucht Mut und Durchhaltewillen, und wir müssen den Konsumenten Zeit geben, sich an Neues zu gewöhnen. Noch nie war es möglich, Kunden so schnell und umfassend über Angebote zu informieren und doch war es noch nie so schwierig, Kunden ins Geschäft zu locken. Zudem ist der online Handel ein Teil, welcher Konkurrenz darstellt. Den Kunden fehlt es an Zeit; das Alternativangebot an möglichen Aktivitäten und Erlebniswelten ist so riesig, dass Einkaufen als Freizeitbeschäftigung nicht mehr trendig ist.

Zur Weiterentwicklung des Detailhandels habe ich in den letzten Wochen zwei unabhängige Studien gelesen, welchen ich ein paar spannende Statements entnehme. Die Quellen sind vom Swiss Retail Verband sowie von der FHNW bzgl. e-commerce 2020.

Problematisch ist der Fakt, dass fast die Hälfte aller Stellen in der Schweiz im Detailhandel zu finden sind, der Umsatz jedoch nur 1/3 des Gesamtumsatzes ausmacht.

Nicht alle Branchen haben in den letzten 10 Jahren an Umsatz eingebüsst. Wachstum ist in Freizeit, Sport und Do-it-yourself zu verzeichnen, stagniert hat der Foodbereich und eingebrochen ist vor allem der Modesektor.

Das heisst, auf den Detailhandel in Zug bezogen, um unseren Sektor wieder zu stärken, müssen wirklich innovative Projekte und Ideen gefunden werden.

Weitere Erkenntnisse aus den Studien besagen, dass Online Kanäle die Treiber des Strukturwandels bestimmt sind. Aber welche Formate werden führend sein? Ausländische Anbieter sind momentan führend, aber wie ist der Wandel in der CH? Social Commerce ist im Trend und spricht junge Generationen direkt an. Ein Klick und man ist bereits im Warenkorb und bei vielen Geschäften kommt man gar nicht mehr auf die Geschäftshomepage, sondern direkt auf den online shop.

Service und Vertrauen liegen weit vorne bei den Konsumenten; Geschäfte welche diesen Bonus bereits haben, funktionieren auch online sehr gut. Markenartikel können ebenfalls vom online Markt profitieren, wenn die Marke bereits Erfolg hat und hält, was sie verspricht.

Am Wachsen sind auch die Cluster Quartiere, wo Wohnen, Arbeiten und Freizeit kombiniert werden und Synergien genutzt werden.

Das Konsumentenverhalten ist schnelllebig – die Digitalisierung immer schneller - der traditionelle Markt ist langsam.

Der Zuger Detailhandel ist in Bewegung und eine Homepage zu haben ist so normal wie Bezahlen mit Twint. Kundenbindungen führen auch über eine attraktive Homepage. Social Media Verlinkungen sind unerlässlich; dort spielt der Entscheidungsprozess der jungen Generation. Ich propagiere gerne die Fischer & Margraf Homepage, aber ehrlich gesagt, eventoptik.ch z.B. ist genial.

Heute ist Corona die grosse Unbekannte: Die erschwerten Rahmenbedingungen sind auch eine Chance, mit neuen Ideen zu experimentieren und Skeptiker zu animieren. Wir im Detailhandel müssen versuchen, auch in solchen Situationen kreativ zu sein. Die Pro Zug hat sich stark gemacht für die COVID-Geschenkkarten der Stadt Zug und wird dadurch jetzt auch überregional wahrgenommen. Von den drei Millionen CHF, welche seit anfangs August der Stadt Zuger Bevölkerung verteilt wurden, sind bis anhin gut eine Million CHF in den Detailhandel geflossen. Weit über 100 Geschäfte sind neu dazugekommen, in welchen mit der Karte eingekauft werden kann. Und im Ägerital wird ebenfalls eine vom Gewerbeverein lancierte Gutschein-Aktion durchgeführt: Ich poschte im Ägerital.

Die Pro Zug vertritt die Detaillisten der Stadt Zug und ist Ansprechperson für alle Detailhandelsgeschäfte, die Stadt, die Medien, Verbände und Vereinigungen. Der Pro Zug Newsletter informiert regelmässig sämtliche Mitglieder über aktuelle Projekte.

Unsere wichtigste Aktivität ist der Vertrieb der Pro Zug Geschenkkarte. Der Verkauf ist in den letzten Jahren weiter gestiegen und immer mehr Vereine, Firmen, Privatpersonen und auch ausserstädtische Personen bestellen die Karte als Geschenk, Bonusanteil oder Wertschätzung. Im letzten Geschäftsjahr konnten wir 9600 Geschenkkarten im Wert von CHF 370,000.00 ausgeben. Dies sind 15% mehr als im Jahr zuvor. Alle Detaillisten der Stadt Zug können der Pro Zug beitreten und alle Mitglieder sind gleichgestellt. Jährlich organisieren wir die Sonntagsverkäufe im Dezember und die Generalversammlung im Frühling behandelt jeweils ein aktuelles Thema. Auf dem Plan steht auch ein Event anlässlich der Einschaltung der Weihnachtsbeleuchtung in Zug, erstmals 2021. Aktuell haben wir 300 Mitglieder und über 220 akzeptieren die Geschenkkarte als Zahlungsmittel. Der Branchenmix ist sehr gut und auch einkaufen ohne Karte ist möglich mit Swally, einer Bezahl App. Durch die Mitgliedschaft bei Pro Zug ist jedes Geschäft auch Mitglied bei Zug Tourismus. Auf der Plattform von Zug Tourismus kann sich jedes Geschäft eintragen. Diese Partnerschaft mit Zug Tourismus möchte ich persönlich noch mehr intensivieren. Pro Zug hat zwei Hauptsponsoren, die Zuger Kantonalbank sowie die V-Zug.

In der Stadt Zug gibt es vier Interessengemeinschaften: Neustadt, Altstadt, Metalli und Bundesplatz. Diese sind im Vorstand vertreten. Für die Vertretung der Bahnhofstrasse sowie des Bahnhof Zug

suchen wir Vertreterinnen oder Vertreter. Die Herti wird sich nach der Neueröffnung wieder organisieren. Die Gründung oder der Fortbestand eines IG hat an Attraktivität verloren. Für Pro Zug ist es jedoch wichtig, dass ein Vertreter von jedem Einkaufsgebiet im Vorstand ist. Der Vorstand trifft sich 3-4x jährlich.

Welche Herausforderungen erwarten uns morgen, übermorgen? Das Virus ist eine biologische Herausforderung; kommt ein digitales Virus? Wir wissen es nicht, aber im gemeinsamen Austausch sind wir kreativ, innovativ und wir bleiben dran, damit Zug lebt.

Ich danke Ihnen herzlich für die Aufmerksamkeit und gebe gerne das Wort Regula Kaiser vom Stadtmarketing Zug.

Johanna Margraf, Präsidentin Pro Zug, 1. Oktober 2020