

Weil Einheimische nicht mehr lokal konsumieren

Jetzt sollen die Touristen die Läden in Zug retten

23.09.2021

Auch in Zug geht die Angst vor dem Ladensterben um. Darum setzt die Stadt jetzt auf die Touristen, die vermehrt in die Region kommen sollen – und lässt dafür viel Geld springen. Denn trotz der immensen Wachstumsprognosen befürchtet man, dass es auch in Zukunft zu wenig Kundinnen gibt.

Claudio Birnstiel

Die Pandemie hat auch die Wirtschaftsregion Zug getroffen. Insbesondere die Hotellerie, die gemäss Stadtrat 90 Prozent ihres Umsatzes mit Geschäftsreisenden erwirtschaftet, leidet darunter. Und Experten gehen davon aus, dass das Vorkrisenniveau bei Business-Übernachtungen vielleicht nie mehr erreicht wird. Die Zukunft diverser Hotels ist ungewiss ([zentralplus berichtete](#)).

Was also ist zu tun? Der Stadtrat sieht die Lösung im Tourismus, wie er im jüngsten Bericht und Antrag an das Stadtparlament darlegt. Konkret geht es darum, dass der Verein Zug Tourismus künftig viel stärker unterstützt wird. Der Betrag, den die Stadt jährlich an die Organisation zahlt, soll nämlich von 90'000 auf 190'000 Franken mehr als verdoppelt werden. Die Idee: Zug Tourismus soll dank dieser Mittel seine Marketing-Aktivitäten verstärken und so mehr Touristinnen an den Zugersee locken können.

Die Stadtregierung beantragt dem Grossen Gemeinderat, dieses Geld für die nächsten vier Jahre zu sprechen. Zum Vergleich: Die Stadt Luzern bezahlt ihrer regionalen Tourismusorganisation 550'000 Franken.

1. Ziel: Erhalt der Hotelbetten

«Der Geschäftsreisetourismus ist rückläufig und der lokale Detailhandel kann die örtliche Kundschaft nicht genügend mobilisieren», begründet der Stadtrat. Folglich könnten beide Segmente von einem «qualitativ hochstehenden Individualtourismus» profitieren, der in Zug allerdings zuerst aufgebaut werden müsse. Der Stadtrat hält ausserdem fest, dass es angezeigt sei, die Zahl der Hotelbetten trotz der ausbleibenden Business-Gäste aufrechtzuerhalten.

«Lassen sich die Angebote am Standort nicht auslasten, droht ein Verlust an Vielfalt und Lebendigkeit der Innenstadt.»

Stadtrat Zug

Denn für den Wirtschaftsstandort Zug sei wichtig, dass auch in Zukunft Tagungen, Kongresse und andere Veranstaltungen durchgeführt werden können. «Sollen die lokalen Angebote erhalten werden, gibt es nur einen Weg – die Ergänzung mit privaten Reisegästen», so der Stadtrat. Damit stützt er die im Frühjahr präsentierte Strategie von Zug Tourismus, die unter anderem eine höhere Auslastung der Hotels an den Wochenenden, die Förderung eines zahlenmässig verkraftbaren Tagestourismus und einen aktiven Beitrag zur Belebung der Innenstadt und des Detailhandels vorsieht.

Der Stadtrat spricht bewusst nicht von Reisegruppen, die etwa in Luzern immer wieder für Diskussionen sorgen und die Politik zum Handeln bewegen haben.

2. Ziel: Erhalt der Läden und des Gewerbes

Der Erhalt der Läden und des Gewerbes ist folglich das zweite zentrale Ziel des Stadtrates und von Zug Tourismus. Denn durch die Pandemie hätten sich nicht nur geschäftliche Meetings vermehrt ins Internet verlagert, sondern sich auch der Trend in Richtung Online-Einkauf verstärkt. Dazu kommt jedoch ein weiterer Trend, der dem Stadtrat Sorge bereitet. «Die hohe Mobilität der Schweizer Bevölkerung – die gerade in Zug wohlstandsbedingt besonders ausgeprägt ist – führt heute leider dazu, dass sowohl Kultur- und Freizeiterlebnisse als auch das Einkaufen immer öfters Teil von Auslandsreisen und Ferienaufenthalten werden», führt er aus.

Dies habe unter anderem damit zu tun, dass viele Zuger Einwohnerinnen einen internationalen Migrationshintergrund hätten und eine vergleichsweise geringe Loyalität zum lokalen Gewerbe aufwiesen. «Lassen sich die Angebote am Standort jedoch nicht auslasten, droht ein Verlust an Vielfalt und Lebendigkeit der Innenstadt, was für den Wirtschaftsstandort äusserst nachteilig wäre», warnt folglich der Stadtrat.

So würden verschiedene Studien aufzeigen, dass junge, hochqualifizierte Arbeitskräfte ein urbanes Arbeitsumfeld suchen. Dazu gehörten etwa eine hohe Angebotsvielfalt und Veranstaltungsdichte. «Kleinstädte im Einzugsbereich von kulturellen Zentren, wie dies Zug zwischen Zürich und Luzern ist, leben daher in einem andauernden Kampf gegen Provinzialität oder Eintönigkeit durch den Verlust von Angebotsvielfalt und Besucherichte im Stadtzentrum.» Darum soll Zug Tourismus künftig nicht nur auswärtige Gäste ansprechen, sondern auch die Bewohner der Stadt Zug über die «Angebote und die Qualitäten» der Stadt Zug informieren.

Läden in Gefahr – trotz 15'000 Einwohnern mehr

Die Touristen und die Tourismusverantwortlichen sollen künftig also dafür sorgen, dass in Zug die für die Volkswirtschaft wichtigen Branchen und Angebote auch in Zukunft existieren. Die Stadt lässt sich dies einiges kosten. In anderen Worten: In der Stadt Zug soll die Tourismuswirtschaft noch stärker staatlich subventioniert werden.

«Es spielen Nachhaltigkeitstrends eine Rolle und es gibt eine Übersättigung der Wohlstandsgesellschaft.»

Regula Keiser, Leiterin Stadtentwicklung Stadt Zug

Hellhörig machen diese Pläne insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Stadt Zug bis 2040 um 15'000 Menschen wachsen soll ([zentralplus berichtete](#)). Auch in den umliegenden Gemeinden wird nach Kräften für neue Einwohnerinnen gebaut. Es stellt sich also die Frage, warum trotz dieser vielen zusätzlichen potenziellen Konsumenten der Detailhandel in Gefahr sein soll und ob man es bisher versäumt hat, die Leute, die bereits am Zugersee wohnen, über das durchaus vielseitige Gastro- und Shoppingangebot aufzuklären. Spannend wird zudem sein, ob man bei der

Wachstumsstrategie deshalb gezielt auch auf Neuzuzügerinnen setzt, die vor Ort konsumieren, was mit Blick auf die stadträtlichen Ausführungen wohl angezeigt wäre.

Problem: Gesellschaft wendet sich von lokalen Läden ab

Bei der Stadt räumt man auf Anfrage Versäumnisse ein: «In der Vergangenheit gab es zu wenig Marketingmittel, um die Angebote der Stadt Zug in den Bereichen Gastronomie, Detailhandel, Kultur, Unterhaltung, Freizeit und Sport attraktiv zu vermitteln und im Kontext zu bewerben», schreibt Regula Keiser, Leiterin Stadtentwicklung. Die einzigen Informationen zum Einkaufsstandort Zug seien gegenwärtig der «Guide Zug» und die Webseite der IG Altstadt.

Für Keiser ist aber klar, dass es der stationäre Handel trotz der tausenden von angekündigten Neuzuzüger auch in absehbarer Zukunft schwer haben wird. Diese Herausforderung existiere aber generell und nicht nur in Zug. So trägt laut Keiser etwa auch die Überalterung der Gesellschaft dazu bei, weil ältere Menschen grundsätzlich weniger benötigten. «Weiter spielen Nachhaltigkeitstrends eine Rolle und es gibt eine Übersättigung der Wohlstandsgesellschaft. Und weil die Frauen heute meist berufstätig sind, haben sie weniger Zeit, um einzukaufen», so Keiser.

Weiter gibt es gemäss der Stadtentwicklerin Statusängste im Mittelstand, die dazu führten, dass vermehrt für Immobilien gespart und deshalb auf Konsumgüter verzichtet wird. Und die Leute würden das Geld eher für Hobbies, Unterhaltung und Reisen als in lokalen Läden ausgeben. «Hinzu kommt, dass gut und schnell erreichbare Einkaufsstandorte wie Tankstellen und Bahnhöfe eine grosse Konkurrenz darstellen. Hier spielen auch die Öffnungszeiten eine Rolle», erklärt Keiser. Und nicht zuletzt trügen auch die in Zug hohen Mieten für Geschäftsflächen das Ihre bei.