

## **LEISTUNGSVEREINBARUNG für die Jahre 2026 bis 2029**

## **Beilage 2**

zwischen der

**Stadt Zug**, vertreten durch den Stadtrat

und dem

**Verein „Zug Tourismus“**, vertreten durch seinen Präsidenten und den Geschäftsleiter

betreffend die touristischen Leistungen des Vereins für die Stadt Zug:

### **Zweck**

Der Verein Zug Tourismus ist der wichtigste Partner der Stadt Zug für die Vermarktung und Vermittlung von touristischen Angeboten. Er informiert die lokale Bevölkerung sowie Reisegäste und Firmen über die lokalen Angebote in den Bereichen Freizeit, Kultur und Detailhandel und vermittelt entsprechende Dienstleistungen an Kunden und Partner. Dabei arbeitet der Verein zusammen mit der Stelle für Stadtentwicklung und Stadtmarketing Zug, mit der kantonalen Wirtschaftspflege, mit lokalen Interessengruppen, mit Schweiz Tourismus sowie mit privaten Marketingpartnern.

Die Stadt Zug soll im In- und Ausland als wirtschaftsstarker, kulturricher, naturnaher und lebendiger Standort beworben werden. Die Zuger Innenstadt, die Altstadt, die lokalen Kulturinstitutionen sowie die hiesigen Freizeitangebote bilden thematischen Schwerpunkte auf der Webseite, in den Newsletters und in den Publikationen von Zug Tourismus. Über die Aktivitäten von Zug Tourismus soll ein konstanter Imageaufbau für Stadt und Kanton erreicht werden. Als Grundlage für das Destinationsmarketing dient die Positionierungsstudie «Why Zug?» (vgl. Beilage).

### **ZIELE**

- Destinationsmarketing: Zug Tourismus bewirbt die Stadt Zug auf dem Schweizer Tourismusmarkt, und im nahegelegenen Ausland als wirtschaftsstärke, kulturricher, naturnaher und lebendige Kleinstadt in idyllischer Landschaft. Die hiesigen Kultur- und Freizeitangebote sind dabei nebst dem Natur- und Erholungsraum Zugerberg und Zugersee ein zentrales Element der Vermittlung und des Branding.
- Freizeittourismus: Zug Tourismus fördert einen qualitativ hochstehenden Individualtourismus und informiert die lokale Bevölkerung sowie Gäste aus dem In- und Ausland proaktiv auf allen eigenen Medien über die Kultur- und Freizeitangebote der Stadt Zug.

- Beratung und Vermittlung: Private Veranstalter und Firmen werden bei der Planung von Aktivitäten und Veranstaltungen in Zug beraten und unterstützt (Gruppenreisen, Kongresse, Tagungen, Firmenanlässe). Die lokalen Kultur- und Freizeitangebote der Stadt Zug werden auch bei der Belegschaft der internationalen Firmen bekannt gemacht.
- Stadtmarketing: Der Einkaufsstandort Zug und die Stadt Zuger Angebote in den Bereichen Freizeit, Kultur, Sport, Unterhaltung, Hotellerie und Gastronomie werden auf der Webseite von Zug Tourismus präsentiert und in Newslettern und Printpublikationen beworben.
- Netzwerk: Das Netzwerk aller Tourismus relevanten Akteure soll gestärkt werden. Darunter zählen unter anderem die Kultur- und Freizeit anbietenden, der Einzelhandel (Vereinigung Pro Zug, die Zugerland Verkehrsbetriebe (ZVB), die Event-Veranstalterinnen und -veranstalter am Standort Zug.
- Der Kulturstandort Zug soll durch eine verstärkte Sichtbarkeit der Kulturinstitutionen und -angebote über die Region hinaus gefördert werden.

## LEISTUNGEN VON ZUG TOURISMUS

### 1. Betrieb einer Tourismusinformationsstelle im Reisezentrum Zug

- Informationen, Beratung und Verkauf der touristischen Angebote in der Stadt Zug.
- Verkauf und Vermittlung von Stadtführungen, Gruppenführungen und -erlebnissen
- Vermittlung von Tagungen und Veranstaltungen für Kundinnen und Kunden.
- Vermittlung von Team-Events, Gruppenführungen.
- Vermittlung und Organisation von Hotelübernachtungen bei Grossveranstaltungen und Tagungen.
- Information von Neuzuziehenden sowie Pendlerinnen und Pendler zum Standort Zug und den städtischen Angeboten.
- Akquisition von Firmen- und Marketingpartnerschaften zur Co-Finanzierung der Grundleistungen.

### 2. Basismarketing, Destinationsmarketing

- Vermarktung der Stadt Zug inklusive deren Angebote aus den Bereichen Freizeit, Kultur, Einkaufen, Sport, Gastronomie und Hotellerie.
- Vermittlung des Standorts und der spezifischen Angebote an Messen, in den Medien und an dafür geeigneten Veranstaltungen im In- und Ausland
- Kontakt zu Medien, Organisation und Durchführung von Studien- und Journalistenführungen.
- Professionelle und institutionelle Zusammenarbeit mit den Zuger Kulturinstitutionen zur professionellen Vermittlung der Angebote der Stadt Zug.

### 3. Präsentation der Stadt Zug und deren Angebote

- Präsentation der Stadt Zuger Kulturinstitutionen (Kunsthaus, Theater-Casino, Burghachkeller, Galvanik, Chollerhalle, Gewürzmühle, I45, Kunstcluster) und Freizeitangebote auf der Webseite von Zug Tourismus in spezifischen Kommunikationsmitteln (Zug Magazin, Newsletters, Publikationen).

#### **4. 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 den aktuellen 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 entsprechend den strategischen Geschäftsfeldern und aktuellen Trends (Destinationsmagazin, Stadtplan, Erlebniskarten, CityBot). Dabei gilt das Prinzip «digital first» - Printmedien bilden die Ausnahme.

#### **5. Weitere Dienstleistungen**

- Entgegennahme der Kultur- und Vereinsplakate und Weitergabe an die entsprechende Plakatgesellschaft (welche von der Stadt Zug bestimmt wird).
- Aktive Bewerbung der CityBot-App auf der Webseite von Zug Tourismus und in einschlägigen Kommunikationsmitteln und bei Messen.
- Aufbau einer Bild-Datenbank zur Stadt Zug als Kultur-, Freizeit- und Wirtschaftsstandort inklusive Einkaufsstandort Innenstadt Zug.

#### **6. 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 (inkl. Schifffahrtsgesellschaft Zug)
- IG Kultur Zug (Dachverband der Kulturinstitutionen und -vereine)
- Pro Zug (Dachverband der Detaillisten Zug), Vertretung im Vorstand der Pro Zug
- Sportverbände, Veranstalterinnen und Veranstalter

#### **7. Einzug der Beherbergungsabgabe**

Gemäss der "Verordnung betreffend die Einführung einer Beherbergungsabgabe" vom 19. Januar 1999 (in der Fassung vom 12. Dezember 2006 oder der jeweils aktualisierten Fassung) 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 für die Finanzierung von Massnahmen und Einrichtungen, die überwiegend im Interesse der Abgabepflichtigen liegen und von Marktabklärungen und Marktbearbeitungen ein. Darunter wird unter anderem die Herausgabe einer Hotelgästekarte (Zug Card) verstanden, welche gratis ÖV und Vergünstigungen in einzelne Zuger Kultur- und Freizeitbetriebe einschliesst.

#### **8. 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**

### **9. Vergütung**

Die Stadt Zug entrichtet dem Verein Zug Tourismus für das Erbringen der oben aufgeführten Leistungen einen jährlichen Beitrag von CHF 210'000.00. Der Beitrag wird je hälftig per 1. Februar und 1. September ausbezahlt.

### **10. 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. Diese Regelung sichert die Kontinuität der Aktivitäten des Vereins in Zeiten touristischer Rezessionen.

### **11. 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.

### **12. Mitwirkung und Controlling**

Die Stadt Zug stellt eine Vertretung im Vorstand von Zug Tourismus. In der Regel ist dies die Leitung der Fachstelle Stadtentwicklung oder der entsprechende Vorgesetzte.

### **13. Finanzaufsicht**

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

### **14. Geltungsdauer**

Diese Leistungsvereinbarung tritt am 1. Januar 2026 in Kraft und gilt bis zum 31. Dezember 2029.

### **15. Schlussbestimmungen**

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

15.2 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, 18. September 2025

Stadtrat von Zug  
André Wicki, Stadtpräsident

Beat Werder, Stadtschreiber

Zug Tourismus

Andreas Zraggen, Präsident

Dominic Keller, Geschäftsführer

Beilage: Why Zug? Touristische Positionierung der Stadt Zug