

Miteinander im Detailhandel

Moderierter Innovationsprozess zur Aufwertung
des Einkaufsstandorts Innenstadt Zug – eine Initiative
der Vereinigung Pro Zug und der Stadt Zug

Projektpräsentation vom 18. Mai 2022

Impressum:

Projektdokumentation «Miteinander im Detailhandel»
Zug Mai 2022

Herausgeber

Vereinigung Pro Zug und Stadt Zug, Stadtentwicklung

Projektleitung

Johanna Margraf, Präsidentin Vereinigung Pro Zug und
Regula Kaiser, Leiterin Stadtentwicklung

Prozessbegleitung

Senem Wicki, Kühne Wicki – Future Stuff

Moderatorinnen und Moderatoren

Senem Wicki, Kühne Wicki – Future Stuff, Dr. Martina Kühne,
Kühne Wicki – Future Stuff, Dr. Werner Schaeppi, Creafactory Zug,
Johanna Margraf, Präsidentin Vereinigung Pro Zug, Regula Kaiser,
Leiterin Stadtentwicklung Zug

Illustrationen

Beatriz Bütikofer

Die Broschüre kann als PDF heruntergeladen werden unter
www.mitwirken-zug.ch/mediathek

Inhaltsverzeichnis

Miteinander im Detailhandel	4
Projektideen	5
1. Citymanager(in)	6
2. Zehn Mal Leben in Zug	7
3. I love Zug	8
4. Willkommenstag	9
5. Stay & Shop	10
6. Um die Ecke geschaut	11
7. Vaporetto	12
8. Junge Strategien	13
9. Tandem	14
10. Roundtable Bahnhofstrasse	15
11. Made in Zug	16
12. Stadtleben Zug	17

Miteinander im Detailhandel

Detailhandel als Standortfaktor

Lebendige Innenstädte sind wichtige Standortfaktoren. Mit «lebendig» meinen wir das vielfältige Nebeneinander von Geschäften, Restaurants, Kulturangeboten sowie das Leben im öffentlichen Raum. Der Detailhandel spielt dabei eine Schlüsselrolle, hat gegenwärtig aber einen schweren Stand, da verschiedene Trends den Wettbewerb verschärfen. Dabei sind neben dem Verschwinden der oberirdischen Parkplätze – was vom Detailhandel oft als Hauptursache für ausbleibende Kunden genannt wird – auch Trends wie der Onlinehandel, die Erlebnisgesellschaft, das Einkaufen auf Städtereisen, die Überalterung der Gesellschaft, steigende Mietpreise, die Berufstätigkeit der Frau, die Zukunftsängste des Mittelstands oder die Übersättigung der Wohlstandsgesellschaft erschwerende Faktoren.

Gemeinsam zu mehr Leben in der Innenstadt

Keiner der genannten Akteure der Innenstadt kann das Problem alleine lösen. Gefordert ist eine aktive und koordinierte Zusammenarbeit von Verwaltung, Tourismus, Detailhandel, Gastronomie und Freizeitangeboten, um alle Möglichkeiten der Aktivierung zu nutzen und gemeinsam nach Synergien zu suchen. Um die Zusammenarbeit dieser Anbieter zu stärken und die Innovationskraft zu fördern, haben die Pro Zug und die Stadtentwicklung Zug gemeinsam zu einer Serie von Workshops eingeladen, an denen Freiwillige aller Branchen Projekte ausgearbeitet haben, um diese anschliessend gemeinsam und mit Unterstützung der Initianten umzusetzen. Parallel dazu wurden zahlreiche Online-Referate und Fachveranstaltungen durchgeführt, in denen die Trends diskutiert und von Best-Practice-Beispielen gelernt wurde.

Welche Trends können wir nutzen?

Fünf thematische Handlungsfelder gaben den Rahmen für die Workshops vor:

- Wie können wir besser zusammenarbeiten?
- Wie können wir den öffentlichen Raum beleben?
- Wie können wir von der Digitalisierung profitieren?
- Wie können wir den Tourismus für uns nutzen?
- Wie nutzen wir unsere Geschäftsflächen besser?

Projektideen

Das Ergebnis der Workshops sind 12 Projektideen, mit denen die genannten Herausforderungen angegangen werden können:

- Citymanager(in) – koordiniert, kuratiert, vermittelt, vernetzt, setzt Projekte um.
- Zehn Mal Leben in Zug – bringt Leben in den öffentlichen Raum in der Innenstadt.
- I love Zug – begeistert Gäste in der romantischen Stadt am Zugersee.
- Willkommenstag – zeigt Neuzugezogenen die Juwelen und Geheimnisse von Zug.
- Stay & Shop – zeigt Geschäftsreisenden die Altstadt und besondere Geschäfte.
- Um die Ecke geschaut – lässt Zugerinnen und Zuger ihre eigene Stadt neu entdecken.
- Tandem – bringt Kulturschaffende und Einzelhändler gemeinsam auf neue Ideen.
- Vaporetto – chauffiert Mitarbeitende von Firmen in Aussenquartieren in die Altstadt.
- Junge Strategien – findet und entwickelt Orte in der Innenstadt für junge Menschen.
- Roundtable Bahnhofstrasse – versammelt Hauseigentümer zur gemeinsamen Aktion.
- Made in Zug – zeigt Produktionsstandorte in der Innenstadt an.
- Stadtleben Zug – verknüpft bestehende Veranstaltungskalender und Websites zu einer Plattform.

Roadmap

Das Projekt «Miteinander im Detailhandel» wurde nach vorgängigen Grundlagenstudien (Standortanalyse Wüest Partner, Bevölkerungsumfrage, Händlerbefragung) mit einer Informationsveranstaltung am 1. Oktober 2020 gestartet. Nach einer coronabedingten Pause konnte dann am 29. September 2021 die Arbeit in den Workshops aufgenommen werden. Insgesamt fanden sich zwölf Arbeitsgruppen zusammen, welche Themen aus den fünf Handlungsfeldern bearbeiteten. Die Projekte sind das Ergebnis von je drei bis vier Workshops, die von verschiedenen Fachmoderatorinnen und Experten geleitet und begleitet wurden.

Die Projekte werden in den folgenden Monaten und Jahren von den verschiedenen Akteuren gemeinsam umgesetzt. Die Vereinigung Pro Zug und die Stadtentwicklung Zug helfen dabei aktiv mit, Projektpartnerschaften und Unterstützungen zu finden und setzen auch eigene Projekte um. Der Projektfortschritt kann auf dem Mitwirkungsportal der Stadt Zug unter mitwirken-zug.ch/miteinander-im-detailhandel verfolgt werden.

Dank

Neben Vertreterinnen und Vertretern der verschiedenen lokalen Anbieter haben wir auch Kundinnen und Kunden sowie interessierte Bewohnerinnen und Bewohner begrüßen dürfen. Wir danken allen Teilnehmenden für das grosse Engagement und für die innovativen Ideen.

1 - Citymanager(in)

Handlungsfeld «Zusammenarbeit»

Projektleitung: Pro Zug

Was muss sich ändern?

Der Einzelhandel und die gesamte Innenstadt in der Stadt Zug brauchen

- einen starken Auftritt
- eine gemeinsame Kuratierung
- gute Beziehungspflege
- mehr Ressourcen für Projekte
- eine gemeinsame und starke Stimme
- mehr Elan

Das ist unsere Vision:

Ein(e) Citymanager(in)

- koordiniert und vermittelt die gemeinsamen Aktivitäten der Geschäfte
- setzt sich für neue Ideen aktiv ein
- teilt wichtige Informationen
- setzt Projekte und Aktionen um
- vermittelt Ladenflächen (Leerflächenmanagement)
- vernetzt Akteure
- verhandelt mit Behörden (Bewilligungen)
- findet Finanzierungspartner für Projekte

Geplant ist:

Die Schaffung einer 40%- bis 60%-Stelle für die Bündelung der Interessen des Detailhandels und die Umsetzung von gemeinsamen Projekten zur Stärkung des Detailhandels und zur Aufwertung des Einkaufsstandorts Innenstadt Zug.



Zeithorizont

Q2 2022	Erarbeitung eines Stellenbeschriebs mit Pflichtenheft
Q2 2022	Gesuch an den Stadtrat für die Unterstützung einer Stelle «Citymanagement Zug»
Q3 2022	Gemeinsame Suche nach weiteren Sponsoren und Stiftungen
Q2 2023	Genehmigung/Ausschreibung
Q3 2023	Arbeitsbeginn

2 - Zehn Mal Leben in Zug

Handlungsfeld «Zusammenarbeit»

Projektleitung: Pro Zug / ZHDK / Stadtentwicklung / Kühne Wicki – Future Stuff

Was muss sich ändern?

Die Flaniermeile in der Innenstadt von Zug hat zu wenig Leben. Um das zu ändern, braucht es gemeinsame Projekte und Aktivitäten aller Anbieter in der Innenstadt (Geschäfte, Gastronomie, Kultur, Freizeit). Diese sollen aktiv werden und gemeinsame Projekte umsetzen.

Das ist unsere Vision:

Der Einzelhandel schafft – zusammen mit weiteren Akteuren in der Innenstadt – eine neue Atmosphäre in der Einkaufsmeile. Dies erreicht er mit gemeinsamen Aktionen wie zum Beispiel:

- Schaufenstergestaltungen
- Veranstaltungen und Ausstellungen im öffentlichen Raum
- gemeinsamen Kommunikationen
- Strassenaktionen

Geplant ist:

Eine erste Initiative:

Studenten des CAS Atmospheric Design der Zürcher Hochschule für Gestaltung erarbeiten zusammen mit Vertreterinnen und Vertretern der lokalen Geschäfte eine Vision zur Neugestaltung der Atmosphäre der Einkaufsmeile Zug (z.B. Neugasse). Gemeinsam mit ihnen und mit der Pro Zug und der Stadt setzen die Händler ein erstes Projekt um.



Zeithorizont

Q2/3 2022 Ausschreibung und Bewerbung zum Mitmachen

Q1 2023 Jurierung und Umsetzung des Gewinnerprojekts ab 2023

Weitere gemeinsame Initiativen ab 2023

3 - I love Zug

Handlungsfeld «Tourismus für den Detailhandel»

Projektleitung: Zug Tourismus / Pro Zug / Stadtmarketing

Was muss sich ändern?

Der Charme der Stadt Zug ist ausserhalb der Region kaum bekannt. Das touristische Potenzial wird bis heute kaum genutzt. Der Detailhandel muss vom inländischen Tagestourismus profitieren können. Zug soll als «romantischer Ort» beworben werden, um mehr Besucher aus der Schweiz und aus dem nahegelegenen Ausland anzusprechen.

Geplant ist:

Ein Kombiangebot für ein romantisches und entschleunigendes Wochenende am Zugersee (Honeymoon, Jubiläum, Geburtstag, Hochzeitstag): geniessen, flanieren, entdecken, überraschen lassen.

Eingebunden werden Hotels, Boutiquen, Kultur- und Freizeitanbieter, Restaurants, Bars und Stadtführungen.

Das ist unsere Vision:

Zug wird als Weekend-Destination für entspannte Time-outs beworben. Geschäfte zeigen an speziellen Tagen für Hotelgäste und Tagestouristen ihre romantische Seite.



Zeithorizont

- | | |
|----------------|--|
| Q3 2022 | Zug Tourismus und das Stadtmarketing Zug erarbeiten zusammen mit Geschäften und einem Marketingprofi für Qualitätstourismus ein Konzept für das Angebot eines «Romantischen Wochenendes» in Zug. |
| Q1 2023 | Pro Zug stellt den Kontakt zu einzelnen Geschäften her, die an einer Teilnahme interessiert sind und geeignete Angebote in den Geschäften organisieren können. |
| Q4 2023 | Zug Tourismus kontaktiert interessierte Geschäfte und arbeitet ein Gesamtangebot aus. |

4 - Willkommenstag

Handlungsfeld «Tourismus für den Detailhandel»

Projektleitung: Stadtmarketing / Verein Stadtführungen / Zug on Tour

Was muss sich ändern?

Oft kennen Zugezogene die Angebote und Besonderheiten der Stadt Zug nicht und weichen deshalb auf andere Destinationen wie Luzern und Zürich aus. Wir möchten den Ankommenden unsere liebsten Orte und Trouvaillen zeigen.

Geplant ist:

Ein Neuzuzügertag mit thematischen Führungen in der Innenstadt:

- Rundgang besondere Geschäfte
- Rundgang Kulinarik
- Rundgang besondere Orte

Das ist unsere Vision:

Mit thematischen Stadtführungen zeigen wir Neuzugezogenen unsere Lieblingsgeschäfte, verborgene Sehenswürdigkeiten, Bars und Restaurants. Neuzugezogene sollen sich willkommen fühlen, Zug erleben, Lust am Entdecken finden und sich als Teil davon verstehen.



Zeithorizont

Q3 2022	Stadtführer und Stadtführerinnen finden
Q4 2022	Konzept und Storys ausarbeiten
Q1 2023	Orte / Partner finden (Läden, Restaurants ...)
Q2 2023	Manuskripte verfassen
Q3 2023	Entpersonalisieren
Q4 2023	Einführung und Coachings
Q1 2024	Ausschreibung und Durchführung

5 - Stay & Shop

Handlungsfeld «Tourismus für den Detailhandel»

Projektleitung: Zug Tourismus / Stadtführungen / Stadtmarketing

Was muss sich ändern?

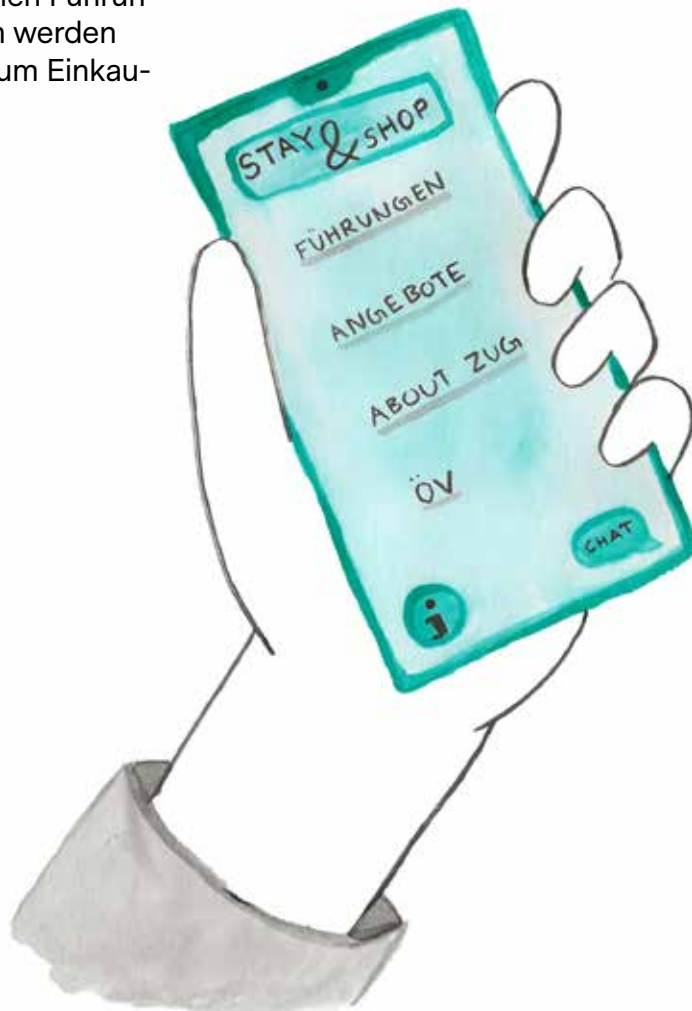
Geschäftsreisende, die mit Zuger Firmen zusammenarbeiten, besuchen heute leider kaum die Innenstadt. In Zukunft sollen sie nach erledigter Arbeit die Innenstadt entdecken und unsere lokalen Angebote kennen lernen.

Das ist unsere Vision:

Wir arbeiten mit Hotels und lokalen Firmen zusammen, um Geschäftsreisende für einen Rundgang durch die Innenstadt zu begeistern. Mit einer Gästekarte, speziellen Führungen und persönlichen Angeboten werden diese zum Besuch der Altstadt, zum Einkaufen und zum Verweilen motiviert.

Geplant ist:

- Digitale Gästekarte (App) mit gratis ÖV-Karte und Spezialangeboten
- Kurzführungen für Firmenkunden in Gruppen oder alleine
- Instruktion der Frontoffice-Mitarbeitenden über die lokalen Angebote
- Zusammenarbeit mit Salesabteilungen von Firmen, um Kunden nach Firmenbesuch die Innenstadt zu zeigen
- Lieferung des Einkaufs direkt ins Hotel oder nach Hause



Zeithorizont

Q2 2022	Konzept und Projektplan
Q3 2022	Gesuch an Innotours für Förderbeitrag
Q1 2023	Konzept für geeignete Kurzführungen
Q2 2023	Konzept und Programm für Instruktion Frontoffice
Q3 2023	Ausschreibung und Kontakt mit lokalen Firmen

6 - Um die Ecke geschaut

Handlungsfeld «Öffentlicher Raum»

Projektleitung: Stadtmarketing / K'werk Zug / Pro Zug

Was muss sich ändern?

Viele Zugerinnen und Zuger kennen die eigene Stadt und ihre Geschäfte gar nicht und nutzen deshalb die lokalen Produkte und Services kaum.

Das ist unsere Vision:

Besucherinnen und Besucher sollen spielerisch durch die Stadt geführt werden und dabei eine neue Sicht auf die Innenstadt erhalten. Sie lernen Orte und Geschäfte kennen, die sie zuvor gar nicht beachtet haben.

Geplant ist:

In einer Art Schnitzeljagd finden Besucherinnen und Besucher der Stadt unbeachtete Orte und kleine Nischen mit besonderem Charakter. Dort sehen sie in einer Vitrine ein Produkt, von dem sie erraten müssen, in welchem Geschäft es erhältlich ist und wo dieses Geschäft ist. Die Ausstellungen sind von lokalen Kunstschaaffenden in Zusammenarbeit mit den Geschäften gestaltet. Je nach Ort gibt es noch einen Kaffee oder etwas Musik, um das Ganze zu einem Event werden zu lassen.



Zeithorizont

Q3 2022	Rundgang und Orte festlegen, Projektdefinition
Q3 2023	Umsetzung
Q2 2023	Ausschreibung Geschäfte und Kunstschaaffende
Q1 2023	Konzept für Vitrinen und Signaletik
Q4 2022	Sponsoring Konzept und Unterstützungsgesuch

7 - Vaporetto

Handlungsfeld «Öffentlicher Raum»

Projektleitung: Zugerland Verkehrsbetriebe / Stadtmarketing / Firmen

Was muss sich ändern?

Viele Pendlerinnen und Pendler, die in Zug Nord arbeiten, kennen teilweise das Stadtzentrum und die Altstadt gar nicht. Sie pendeln direkt von Tür zu Tür. Firmen unternehmen heute wenig, um Mitarbeitenden den Standort näherzubringen.

Das ist unsere Vision:

Neu soll Mitarbeitenden im L&G-Areal und in der V-Zug eine unkomplizierte und lustvolle Möglichkeit geboten werden, gemeinsam oder alleine in der Mittagspause oder am Feierabend die Altstadt zu besuchen. Die Bindung und Identifikation zur Innenstadt wird gestärkt. Dies stärkt auch die Identifikation der Mitarbeitenden mit der Firma.

Geplant ist:

Ein kleiner Bus/Trolley soll die Mitarbeitenden aus dem Landis&Gyr-Areal, der V-Zug oder der Baarermaße an einem Tag pro Woche mittags und am Feierabend direkt in die Altstadt bringen und nach ca. 1 – 2 Stunden wieder zurückfahren.



Zeithorizont

2022	Konzept und Projektdefinition
2023	Bewilligungen
2023	Fundraising / Partnersuche
2024	Umsetzung Pilotprojekt

8 - Junge Strategien

Handlungsfeld «Öffentlicher Raum»

Projektleitung: Stadtentwicklung / Bewilligungen / Stadtplanung

Was muss sich ändern?

Die jungen Menschen von heute werden die Konsumentinnen und Konsumenten von morgen sein. Bisherige Studien zeigen aber: Die Zuger Innenstadt wird von jungen Menschen (noch) nicht gross besucht. Sie sind lieber am Seeufer. Deshalb sollen anhand von Best Cases Vorschläge erarbeitet werden, wie die Aufenthaltsattraktivität und die Akzeptanz für junge Menschen in der Stadt erhöht werden kann.

Geplant ist:

Eine Studie «Best Cases – Erlebnisorte für Jugendliche» bringt Forschungserkenntnisse, aus welchen konkreten Strategien für Zug entwickelt werden können. Am Roundtable mit den relevanten Stakeholdern wird eine Zukunftsvision für die Erlebnisstadt Zug geschaffen und umgesetzt.

Das ist unsere Vision:

Die verschiedenen Stakeholder der Innenstadt (Retail, Gastronomie, Kultur & Freizeit) bieten ein verschmelzendes Angebot, das Zug in eine Erlebnisstadt verwandelt. Orte mit positiver Atmosphäre und einem «neuen Geist» entstehen und fördern friedliches Zusammensein zwischen Jung und Alt.



Zeithorizont

Q3 2022	Studie «Best Cases - Erlebnisorte für Jugendliche»
Q4 2022	Synthese Best Cases und Zuger Trefforte für Jugendliche
Q1 2023	Workshop «Junge Strategien» mit allen Stakeholdern
Q2 2023	Initialprojekt und Evaluation
ab Q3 2023	Erlebnisstadt Zug initiieren

9 - Tandem

Handlungsfeld «Hybride Nutzungen»

Projektleitung: Kultur Zug / Les deux Boutique / Pro Zug

Was muss sich ändern?

Die Besucherfrequenzen in der Bahnhofstrasse sollen erhöht und die Lebendigkeit des öffentlichen Raums gesteigert werden. Der Detailhandel soll ins Gespräch gebracht werden. Es soll neuer Raum fürs Kulturschaffen gefunden werden.

Das ist unsere Vision:

Künstler und Händler arbeiten zusammen an einem Projekt. Sie erweitern ihr Netzwerk über die eigene «Bubble» hinaus und erreichen dadurch mehr Sichtbarkeit für beide. Das Miteinander fördert die Innovation.

Geplant ist:

Eine öffentliche Ausschreibung der Stadt Zug für Kunstprojekte, welche in Zusammenarbeit mit Geschäften an der Bahnhofstrasse umgesetzt werden. Gesucht werden Tandems aus Händlern und Kulturschaffenden mit innovativen Projekten, mit welchen sie die Räume der Bahnhofstrasse während 6 – 8 Monaten nachhaltig bespielen.



Zeithorizont

Q2 2022	Vorbereitung Ausschreibung, Suche Partnerschaften (Stiftungen, Kanton)
Q2 2022	Diskussion im Stadtrat
Q2 2022	Ausschreibung
Q3 2022	Bewerbung/Projekteingaben
Q3 2022	Jurierung
Q4 2022 und Q1 2023	Start Umsetzung der ersten Projekte

10 - Roundtable Bahnhofstrasse

Handlungsfeld «Hybride Nutzungen»

Projektleitung: Stadt Zug / Eigentümerschaft

Was muss sich ändern?

Die Bahnhofstrasse Zug erfährt gegenwärtig eine leichte Abwertung, was die Geschäftsflächen betrifft. Es stehen einige Flächen leer und das Angebot ist einseitig. Die Akteure, welche dies beeinflussen könnten, sind wenig vernetzt und kaum aktiv.

Das ist unsere Vision:

Hauseigentümer engagieren sich gemeinsam für die Entwicklung des Einkaufs- und Erlebnisstandorts Bahnhofstrasse. Sie kennen sich gut, tauschen sich aus und unterstützen gemeinsam eine Kuratierung der Aktivitäten zur Belebung der Bahnhofstrasse.

Geplant ist:

Auf Einladung der Stadt Zug (Stadtentwicklung/Bau/Immobilien) treffen sich Eigentümerschaft und Hausverwaltungen der Geschäftsliegenschaften an der Bahnhofstrasse, um sich gegenseitig kennen zu lernen und eine gemeinsame langfristige Aktivierung des Standorts an die Hand zu nehmen. Der Gastgeber nimmt die aktuellen Themen auf, organisiert Inputs und moderiert die Gespräche mit thematischen Schwerpunkten.



Zeithorizont

Q3 2022 Konzeption, Programm

Q4 2022 Einladungen

Q1 2023 Erste Veranstaltung

11 - Made in Zug

Handlungsfeld «Hybride Nutzungen»

Projektleitung: Pro Zug / Stadtmarketing / Stadtarchiv

Was muss sich ändern?

Die Produktion ist heute aus der Innenstadt von Zug fast verschwunden. Allerdings weiss kaum jemand, wie viele Betriebe in Zug noch selber Qualitätsprodukte vor Ort herstellen. Diese sind für die Lebendigkeit der Stadt sehr wichtig und sollen besser gezeigt werden.

Das ist unsere Vision:

Damit der Kunde einen persönlichen Bezug zum Produkt aufbauen kann, soll er erleben, wie dieses hergestellt wird. Die Produktionsräume und Ateliers bringen eine lebendige Atmosphäre in die Innenstadt. Die Geschäfte, welche noch selber im Laden produzieren, sollen an einer Veranstaltung und mit einem Rundgang vorgestellt werden.

Geplant ist:

Eine Veranstaltung «Made in Zug» mit Aktivitäten und Rundgängen in Zuger Geschäften und Ateliers, in denen man erleben kann, wie ein Produkt entwickelt, hergestellt und verkauft wird: Mode, Design, Bäckereien, Schneiderateliers, Blumengeschäfte, kombiniert mit historischen Informationen zum Gewerbestandort Zug.



Zeithorizont

Noch offen ...

12 - Stadtleben Zug

Handlungsfeld «Digitalisierung»

Projektleitung: Pro Zug / Zug Tourismus / IG Kultur

Was muss sich ändern?

Wer sich heute in Zug für das Stadtleben interessiert, muss sich durch diverse Veranstaltungskalender, Social Media-Seiten und Newsletters durchkämpfen, die aufwändig in der Redaktion sind und doch immer nur ein beschränktes Teilpublikum ansprechen. Auch sind sie teilweise schlecht besucht. Zukünftig sollen die Angebote in Zug nicht mehr nach Sparten, sondern personalisiert abrufbar publiziert werden.

Das ist unsere Vision:

Das Zuger Stadtleben muss besser abgebildet und attraktiver präsentiert werden. In Zukunft sollen kulturelle und kommerzielle Angebote zusammen auf einer redaktionell gut gestalteten Seite präsentiert werden und personalisiert abgerufen werden können (Logins, Community). Sowohl im Kulturbereich wie im Detailhandel können dadurch Kunden angesprochen werden, die sonst nicht in dieser Sparte «geblättert» hätten.

Geplant ist:

Eine Website/App, die sowohl für Kunden wie für Händler einen Mehrwert bringt.

Externer Bereich:

Angebote aller Sparten finden (Kultur, Gastronomie, Detailhandel, Sport), ein persönliches Login erstellen und persönliche Nachrichten und Angebote erhalten.

Interner Bereich:

Informationen austauschen, Projekte koordinieren und Know-how abholen.



Zeithorizont

Q3/4 2022	Bedarfsabklärung, erste Gespräche mit Partnern
Q1/2 2023	Projektdefinition
Q3/4 2023	Finanzierung klären
Q1/2 2024	Koordination und Planung
Q3/4 2024	Ausschreibung
Q1/2 2025	Detaillkonzept, Design
Q3/4 2025	Lancierung