

- A Der Stadtrat hat 2021 eine übergeordnete Entwicklungsstrategie erstellt und verabschiedet. Es gilt nun, diese unter Berücksichtigung der sogenannten Sustainable Development Goals (SDG; nachhaltige Entwicklungsziele) in der Verwaltung zu verankern. Dazu wird unter anderem ein Aktionsportfolio erstellt.**

Gestützt auf die Entwicklungsstrategie wurde durch die Verwaltung ein umfangreiches Aktionsportfolio erstellt. Dieses ermöglicht einen Überblick über die in der Stadt Zug laufenden Projekte. Das Aktionsportfolio wird künftig Teil des jährlichen Kaderprozesses sein und eine wichtige Rolle im Verwaltungsalltag einnehmen.

- B Das neue Records-Management-System «OneGov GEVER» ist zusammen mit dem neuen Ratsinformationssystem «RIS» eingeführt. Für die Stadt Zug gilt künftig das digitale Primat. Sie führt ihre Geschäftsunterlagen weitgehend digital, die wenigen Ausnahmen sind definiert.**

Das neue Records-Management-System löst die bisherigen Gruppenlaufwerke der Abteilungen im Windows Explorer ab und ermöglicht die vom Stadtrat geforderte Einführung des digitalen Primats. Künftig ist es der Stadt Zug nun möglich, ihre Geschäftsunterlagen rein digital in einer rechtskonformen, beweistauglichen Form aufzubewahren. Das gilt insbesondere für die Stadtratsgeschäfte, die im integrierten Ratsinformationssystem (RIS) seit August 2022 nur noch digital geführt werden. Den Schlusspunkt werden die GGR-Geschäfte bilden, die auf die neue Legislatur ab Januar 2023 ebenfalls in digitaler Form im RIS geführt werden. In einem nächsten Schritt werden nun die verschiedenen Fachanwendungen, die in der Stadtverwaltung im Einsatz sind, mit dem RMS verbunden. Zu den definierten Ausnahmen zählen unter anderem die Unterlagen des Zivilstandsamts, die gemäss Bundesgesetz immer noch in Papierform geführt werden müssen, sowie jene Verträge, bei denen die Vertragspartei nicht über eine gültige digitale Signatur verfügt.

- C Im Rahmen der Wirtschaftsförderung und des Standortwettbewerbs präsentiert sich die Stadt Zug am Swiss Economic Forum (SEF).**

Die Stadt Zug war mit einem Stand am SEF vor Ort. Der Anlass kann als voller Erfolg gewertet werden. Die Stadt Zug konnte sich auf sympathische Art und Weise präsentieren. An einem Treffen mit Vertreterinnen und Vertretern von Zuger Unternehmen konnten wichtige Kontakte geknüpft und vertieft werden, und die Stadt Zug konnte sich auch auf einem Podium präsentieren. Die Rückmeldungen zum Auftritt der Stadt Zug waren äusserst positiv.

- D Die Kulturstrategie mit drei Wirkungs- und sechs Aktionsfelder mit den dazugehörigen Zielen und Massnahmen der nächsten vier Jahre wurde nach Kenntnisnahme durch den GGR einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt.**

Gestützt auf die Kulturstrategie wurden Massnahmen in den Bereichen knapper Kulturraum sowie Vernetzung und Kulturvermittlung definiert und erste Projektausschreibungen vorgenommen.

Entwicklung des neuen Kulturförderungsreglements – Der GGR hat zur Überarbeitung des Kulturförderungsreglements eine Spezialkommission mit Vertreterinnen und Vertretern aus allen Fraktionen aufgestellt.

Die Spezialkommission überarbeitete das vernehmlassete und vom Stadtrat verabschiedete Kulturförderungsreglement in drei Sitzungen. Die Elfer-Kommission verabschiedete das überarbeitete Kulturförderungsreglement im November 2022 einstimmig.

Die Implementierung des Online-Beitragsportals und die Anpassungen der administrativen Prozesse sind gelungen.

Mit dem Programm Smart Node, einer Erweiterung des Online-Beitragsportals von Ascaion, konnte die noch fehlende Schnittstelle mit der Kulturkommission verbunden werden.

- E Die Zusammenarbeit von Zug Tourismus und dem Stadtmarketing mit den verschiedenen Anbietern am Standort Zug ist gestärkt und strategisch definiert.**

Im Rahmen des Projekts Miteinander im Detailhandel, als Vertreterinnen von Zug Tourismus an den Workshops teilnahmen, konnten erste Netzwerke geschaffen und Schnittstellen definiert werden. Mit Vertreterinnen und Vertretern der Zuger Kulturinstitutionen wurden zwei grössere Workshops durchgeführt, um die Zusammenarbeit im Destinationmarketing zu definieren. In einem nächsten Schritt muss in der Politik das Verständnis für die Wichtigkeit der Thematik geschaffen werden. Die Arbeiten werden zusammen mit der neuen Geschäftsleitung von Zug Tourismus, Dominic Keller, weitergeführt.