

Der EuregioFamilyPass

Die Familienkarte für die gesamte Europaregion

Eine Vergleichsstudie über europäische Best-Practice-Beispiele zur Unterstützung von Familien. Ein Beitrag zur Weiterentwicklung des EuregioFamilyPass.



DER EUREGIOFAMILYPASS DIE FAMILIENKARTE FÜR DIE GESAMTE EUROPAREGION

Eine Vergleichsstudie über europäische Best-Practice-Beispiele zur Unterstützung von Familien.
Ein Beitrag zur Weiterentwicklung des EuregioFamilyPass.

**GIULIA CAMBRUZZI
UNIVERSITÄT TRIENT
ERSCHEINUNGSJAHR 2021**

Machbarkeitsstudie realisiert im Rahmen eines Zusammenarbeitsabkommens zwischen dem EVTZ „Europaregion Tirol-Südtirol-Trentino“ und der Universität Trient unter der wissenschaftlichen Leitung von dott.ssa. Giulia Cambuzzi. Deutsche Übersetzung von Dr.ⁱⁿ Verena Egger.

1. EINFÜHRUNG	6
1.1 Ziel und Bedeutung des Forschungsprojekts	6
1.2 Aufbau des Berichts	6
1.3 Forschungsmethode	6
1.3.1 Datenerhebung - Auswahl	7
1.3.2 Relative Benchmark	8
2. EUREGIOFAMILYPASS	9
3. FALLSTUDIEN UND BEST PRACTICES	11
3.1 Liste und Präsentation der Fallstudien	11
3.1.1 Grenzüberschreitende Vorteilskarten für Familien mit Kindern	12
3.1.1.1 FamilyNet, Niederösterreich, Burgenland, Bratislava, Trnava, Südmähren, Region Hochland (Österreich, Slowakei, Tschechische Republik)	12
3.1.1.2 Gezinspas/Familienpass, Vaals, Aachen, Düren (Niederlande, Deutschland)	13
3.1.2 Grenzüberschreitende Vorteilskarten	15
3.1.2.1 Grenzüberschreitende Zusammenarbeit, Tornio - Haparanda (Finnland, Schweden)	15
3.1.2.2 Eurocidade Card, Chaves - Verín (Portugal, Spanien)	17
3.1.2.3 IBK – Bodensee (Deutschland, Österreich, Schweiz, Liechtenstein)	20
3.1.3 Regionale oder nationale Vorteilskarten für Familien mit Kindern	22
3.1.3.1 E-Children's Card, Mudrica (Kroatien)	22
3.1.3.2 NÖ Familienpass, Niederösterreich (Österreich)	25
3.1.3.3 OÖ Familienkarte, Oberösterreich (Österreich)	26
3.1.3.4 Rodinnè Pasy, Südmähren (Tschechische Republik)	28
3.1.3.5 Rodinný Pas, Bratislava (Slowakei)	29
3.1.3.6 Vorarlberger Familienpass, Vorarlberg (Österreich)	31

3.2 Best Practices	32
3.2.1 Leistungsangebot für Familien	33
3.2.2 Digitalisierung	38
3.2.3 Grenzüberschreitender Aspekt	42
3.2.4 Technische/strukturelle Aspekte	44
4. ERGEBNISSE	48
4.1 Sofort anwendbare Best Practices	48
4.2 Zukünftig umsetzbare Best Practices	50
4.3 Zu bewältigende Herausforderungen	54
5. DISKUSSION UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	55
5.1 Best-Practice-Rangliste und SWOT-Analyse	55
5.2 Anpassungen und Verbesserungen	60
5.3 Empfehlungen	61
6. BIBLIOGRAFIE UND VERZEICHNIS DER INTERNETSEITEN	62
6.1 Bibliografie	62
6.2 Verzeichnis der Internetseiten	62
6.3 Liste der Tabellen	64
6.4 Liste der Abbildungen	64
6.5 Glossar	65

1.1 ZIEL UND BEDEUTUNG DES FORSCHUNGSPROJEKTS

Das Forschungsprojekt ist Teil des Projektantrages „EuregioFamilyPass: grenzenlose Vorteile/Leistungen/Angebote für Familien in der Europaregion Tirol–Südtirol–Trentino“ im Rahmen des Programms Interreg V-A Italien–Österreich 2014-2020 - EuregioFamilyPass. Zunächst galt es, das Projektthema genau zu definieren.

Die Studie wurde in Zusammenarbeit mit der Universität Trient, Department für Wirtschaft und Management, durchgeführt und erfüllt das Kriterium der Kostenminimierung und Ergebnismaximierung. Bewertet wurden das einschlägige Knowhow der Universität in diesem Bereich und die Möglichkeit eines multidisziplinären Ansatzes, der durch die Mitarbeit eines ganzen Fachbereichs sowie eines Teams gewährleistet wird, zu dem auch die Projektverantwortlichen gehören.

Dieser Bericht versteht sich als wichtige Grundlage für die künftige Weiterentwicklung des EuregioFamilyPass, und zwar bezogen auf einen Bereich, der potenziell Best-Practice-Beispiele und Modelle für familienunterstützende Maßnahmen und Angebote auf Provinz- und Regionalebene aufzeigen kann. Darüber hinaus kann die Studie als Basis für weitere Studienprojekte dienen, die eventuell geplant sind.

1.2 AUFBAU DES BERICHTS

Die Studie gliedert sich in fünf Kapitel. Das erste Kapitel enthält eine Einführung in die Studie und den Forschungskontext und legt die Ziele und die Bedeutung der Studie sowie die angewendete Methodik dar; in diesem ersten Abschnitt werden also die Rolle und die Herangehensweise der wissenschaftlichen Mitarbeiterin, die Theorie, nach der die Daten gesammelt und ausgewählt wurden, und schließlich die im Rahmen der Datenanalyse angewendete Methode erläutert. Kapitel zwei enthält eine Beschreibung des EuregioFamilyPass; Kapitel drei erklärt die untersuchten Modelle und Best-Practice-Beispiele, die Gemeinsamkeiten mit dem Projektthema aufweisen und als strategisch für die angestrebten Ziele eingestuft wurden. In Kapitel vier werden die Forschungsergebnisse samt den „zu bewältigenden Herausforderungen“ präsentiert. Diese werden dann in Kapitel fünf (Diskussion und Schlussfolgerungen) erörtert und in einer Best-Practice-Rangliste geordnet. Abschließend wird auf den Handlungsbedarf verwiesen, der nötig ist, um die Strategien, Ergebnisse und Anpassungen umzusetzen. Das Kapitel endet mit einem kurzen Abschnitt mit Empfehlungen und Vorschlägen für die zukünftige Arbeit.

1.3 FORSCHUNGSMETHODE

Für diese Erhebung wurde der Ansatz der Mehrfach-Fallstudie¹ angewandt; dazu wurden Beispiele aus Regionen gewählt, die mit der des EuregioFamilyPass vergleichbar sind. Das bedeutet, dass mehrere Realitäten untersucht und deren Unterschiede und Gemeinsamkeiten aufgezeigt wurden. Einer der Hauptvorteile dieser Methode besteht darin, dass die aus der Untersuchung mehrerer Fallstudien resultierende Theorie mehr Aussagekraft hat, zumal die Schlussfolgerungen sich auf mehrere Belege stützen. Daher ermöglicht die Analyse diverser Fallstudien eine stärkere Vertiefung der Forschungsfragen und eine weitergehende Theorieentwicklung. Die Entscheidung für den Ansatz der Mehrfach-Fallstudie ergab sich aus der Notwendigkeit, unterschiedliche Regionen zu untersuchen, da auf europäischer Ebene kein perfekt mit dem EuregioFamilyPass vergleichbares Beispiel gefunden werden konnte. Da es sich bei der Fallstudie um eine empirische Untersuchung handelt, werden hier mehrere aktuelle Praxisbeispiele eingehend analysiert; dabei wurde berücksichtigt, dass es schwierig ist, die Grenzen zwischen beobachtetem Phänomen und Kontext klar zu erkennen². Ausgewählt wurden elf europäische Realitäten, die aufgrund ihrer strukturellen, verwaltungstechnischen und kulturellen Merkmale als entscheidend und strategisch für das Ziel der Machbarkeitsstudie eingestuft wurden. Der Untersuchungsansatz umfasste sowohl quantitative als auch qualitative Methoden, um zu verstehen, wie Manager, Verwaltungskräfte und öffentliche Bedienstete einen nützlichen und möglichst leicht zugänglichen Dienst für die örtliche Gemeinschaft konzipieren.

¹ Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. Multiple case studies: A comparative study. 15. ² Hollweck, T. (2016). Case Study Research: Design and Methods. Thousand Oaks (CA). SAGE Publication, Inc. (Fifth Ed.)

Es wurden vier Handlungsfelder (Leistungsangebot für Familien, Digitalisierung und grenzüberschreitende sowie technische/strukturelle Aspekte) im Hinblick auf die Ausarbeitung von geeigneten Kriterien für eine optimale Gestaltung des EuregioFamilyPass identifiziert. Im Rahmen der Analyse wurden alle Fälle nach den oben genannten vier Aspekten untersucht, wobei die einzelnen Fallbeispiele mit ihren jeweiligen Merkmalen zur besseren Darstellung eines oder mehrerer dieser Aspekte beigetragen haben.

Von den elf beschriebenen Fallstudien wurden drei für die Präsentation bei einem Webinar³ am 14. Mai 2021 im Rahmen des Internationalen Tages der Familie ausgewählt, bei dem die verschiedenen Initiativen für Familien, deren Nutzung und Organisation besprochen wurden.

Die Teilnehmenden wurden nach gezielten Kriterien eingeladen; bei der Auswahl der Fallbeispiele wurden jene berücksichtigt, deren Merkmale mit den vier ausgewählten Anforderungen und den identifizierten Best Practices vergleichbar sind. Die gesammelten Daten wurden dann mit der relativen Benchmark verglichen, daraus ging eine Reihe von Best-Practice-Ranglisten hervor. Auf dieser Grundlage konnten sofort anwendbare Strategien und andere Maßnahmen bestimmt werden, die noch spezielle Anpassungen und eine Weiterentwicklung erfordern, bevor sie - unter Berücksichtigung der aktuellen Regelung des EuregioFamilyPass und der derzeit verfügbaren Ressourcen - in die Praxis umgesetzt werden können. Es wurde beschlossen, anhand der Daten aus der Machbarkeitsstudie eine SWOT-Analyse speziell für den EuregioFamilyPass durchzuführen, ebenfalls mit dem Ziel, die Handlungsfelder zu identifizieren, denen das Hauptaugenmerk gelten wird und auf die sich die Anstrengungen zur Weiterentwicklung des EuregioFamilyPass konzentrieren sollten.

1.3.1 DATENERHEBUNG UND - AUSWAHL

Die in der Studie verwendeten Daten stammen sowohl aus Interviews als auch aus unabhängigen Recherchen der wissenschaftlichen Mitarbeiterin.

In einer ersten Phase galt es Regionen ausfindig zu machen, deren Rahmenbedingungen mit denen im Geltungsbereich des EuregioFamilyPass vergleichbar oder diesen ähnlich sind. Was das Kriterium der Vergleichbarkeit angeht, galt es nicht nur, Beispiele mit ähnlicher Struktur wie der des EuregioFamilyPass zu finden, sondern auch Projekte, die nur einige der geforderten Schlüsselmerkmale - grenzüberschreitende Organisation, Vielfalt der angebotenen Leistungen und Digitalisierung - gemeinsam aufweisen. In dieser ersten Phase wurden durch umfassende Recherchen auf Internetseiten und durch die freie und offene Beschaffung von Informationen statistische Daten über die ausgewählten Gebiete erhoben.

Sobald sich abzeichnete, welche Fälle ausführlicher untersucht werden sollten, begann nach der Kontaktaufnahme der Austausch mit den jeweiligen Projektverantwortlichen. Zu diesem Zwecke wurden halbstrukturierte Fragen zu den Best Practices gestellt, wodurch sich der Aufwand für die Vorbereitung, Analyse und Interpretation reduzierte; dieser Ansatz ist folglich ganz besonders für explorative Studien geeignet⁴.

So wurden Aussagen zu den Zukunftsperspektiven und Antworten auf die Frage erhoben, ob neue transnationale Kooperationsvorhaben geplant sind oder nicht.

Die Studie war jedoch nur begrenzt aufschlussreich, was auf den geringen Umfang der verfügbaren Daten und in einigen Fällen auf die mangelnde Bereitschaft der Organisationen zum Informationsaustausch zurückzuführen ist. Gleichzeitig gab es auch Einschränkungen im Zusammenhang mit qualitativen Interviews, die auf subjektive Interpretationen zurückzuführen sind, die sich beim Austausch zwischen Personen mit unterschiedlichem Hintergrund und unterschiedlicher Kultur ergeben. Hinzu kommt, dass es nur wenige Fälle gibt, die eine ähnliche Struktur haben wie der EuregioFamilyPass, weshalb ein Vergleich mit einer relativen Benchmark durchgeführt werden musste, da kein Beispiel für eine optimale Gegenüberstellung gefunden werden konnte. Die Unterscheidung zwischen absoluter und relativer Benchmark erfolgt je nach Analysegegenstand und ProzesspartnerInnen. Im ersten Fall vergleicht die Studie die optimale Lösung mit der zu untersuchenden Lösung. Im zweiten Fall werden mehrere Realitäten berücksichtigt, die zwar verschiedene hervorragende Merkmale aufweisen, aber zusammen betrachtet keine optimale Gesamtlösung⁵ ergeben.

³ Webinar EuregioFamilyPass „Ein Blick auf andere Initiativen“, das am 14.05.2021 auf der Plattform Zoom stattfand. An der Diskussion beteiligte Gäste: Vorarlberger Familienpass, FamilyNet Bratislava, Eurocidade Card Chaves - Verín ⁴ Gillham, B. (2005). Research interviewing: The range of techniques. Milton Keynes (UK). Open University Press ⁵ Stelli. (2006). Il benchmarking. Armando Editore.

1.3.2 RELATIVE BENCHMARK

In der vorliegenden Studie wurden elf Beispiele analysiert, um sowohl die erwarteten Ergebnisse in Bezug auf Angebote für Familien, Digitalisierung und grenzüberschreitende Aspekte als auch eine ganze Reihe von Merkmalen auszuwerten, die die Umsetzung und Organisation von familienfreundlichen Leistungen betreffen.

Die Untersuchung erfolgte in drei Etappen, wobei für jede Phase eigene Ziele und Instrumente festgelegt wurden. Ziel war es, eine Datenbasis aufzubauen und eine quantitative Gesamtbewertung für jeden der elf untersuchten Fälle, eine qualitative Ex-ante-Evaluation der Fälle, deren Merkmale den Anforderungen der identifizierten Best Practices entsprachen, und eine qualitative Ex-post-Bewertung der Untergruppe der ausgewählten und untersuchten Fallstudien durchzuführen.

Tabelle Nr. 1, Ziele und Methodik der Forschungsphasen⁶

	PHASE 1	PHASE 2	PHASE 3
ZIELE	Sammlung zahlreicher	Clustern von Fallstudien	Qualitative Bewertung
	(unspezifischer) Daten zur allgemeinen Erforschung von Ideen für Fallstudien.	zur statistischen Ableitung der über die Grundgesamtheit gesammelten Informationen.	von Initiativen, Maßnahmen und der Ursache-Wirkung-Beziehung zwischen verschiedenen Variablen.
METHODIK	Explorative Forschung zur Entdeckung und Erforschung.	Deskriptive Forschung mit einem vordefinierten und strukturierten Design.	Kausalforschung durch spezifische persönliche Fragen.

In der ersten Phase wurden durch Recherchen auf den Webseiten der einzelnen Projekte quantitative Daten über die Umsetzung und Organisation der Leistungsangebote erhoben (siehe Abschnitt 1.3.3 Datenauswahl). Auf Grundlage der verfügbaren Informationen wurde in Phase zwei die Datenbasis für die Projekte erstellt und mit den anfangs festgelegten Best Practices verglichen. Anhand der gewonnenen Daten konnten die in dieser Machbarkeitsstudie untersuchten elf Fälle je nach Zugehörigkeit und Nützlichkeit für eine oder mehrere Best Practices in Untergruppen gegliedert werden.

Ziel der dritten Phase war es, durch spezifische Fragen an die Ansprechpersonen der einzelnen Fallstudien eine qualitative Bewertung der Maßnahmen und Initiativen in ihrem Einzugsgebiet vorzunehmen.

Angesichts der geringen Datenmenge war es nicht notwendig, eine Clusteranalyse der Stichprobe der Fallstudien durchzuführen.

⁶ EuregioFamilyPass, Ziele und Methodik der Forschungsphasen, Excel-Grafik, 2021.

2. EuregioFamilyPass

Basisinformationen: Der EuregioFamilyPass ist ein gemeinsames Projekt des EVTZ Europaregion Tirol–Südtirol–Trentino (im Folgenden „Euregio“), des Landes Tirol und der Autonomen Provinzen Bozen und Trient, das 2014 genehmigt und 2017 mit dem Ziel gestartet wurde, die Vorteilskarten für Familien in den drei Ländern zu bündeln und weiterzuentwickeln, um sie so auf Euregio-Ebene besser zugänglich und nutzbar zu machen. Im EuregioFamilyPass fließen die Vorteilskarten der drei Länder zusammen: der „Tiroler Familienpass“ (Tirol, eingeführt 2001), der „EuregioFamilyPass Südtirol“ (Südtirol, eingeführt 2017) und die „Family Card“ (Trentino, eingeführt 2016). Die KarteninhaberInnen können die Vorteile bei den VertragspartnerInnen sowohl im Herkunftsland als auch in den beiden anderen Euregio-Ländern nutzen.

Sprachliche Vielfalt: In den drei Ländern ist der sprachliche Aspekt sehr wichtig, es wird Deutsch, Italienisch und Ladinisch (eine rätoromanische Sprache) gesprochen. Diese Mehrsprachigkeit ist für die BürgerInnen ein Anreiz zum gegenseitigen Kennenlernen über die Ländergrenzen hinweg. Dadurch wird einerseits der historischen Entwicklung Rechnung getragen und andererseits werden so die Ziele und Initiativen einer grenzüberschreitenden Kooperation aufgewertet, die sich als Ausdruck der Freundschaft zwischen Ländern mit einer gemeinsamen Identität versteht.

Bewerbung: Die Bewerbung erfolgt über die sozialen Netzwerke Facebook und Instagram, wo die „Euregio“-Seite eingerichtet wurde, auf der über die angebotenen Initiativen, wozu auch der EuregioFamilyPass gehört, informiert wird. Darüber hinaus gibt es auf der offiziellen Website der Euregio eine Seite zum EuregioFamilyPass, die einen Gesamtüberblick bietet und über entsprechende Links den Zugang zu den Portalen des Familienpasses der jeweiligen Länder ermöglicht. Auch die Kommunikationsaktivitäten über die EuregioFamilyPass News tragen zur Bewerbung des Passes bei, ebenso wie die Broschüren mit Spielen und Aktivitäten für Kinder und das Werbevideo, das in diesem Jahr veröffentlicht wird.

Governance: Das Monitoring zur Umsetzung des Projekts „EuregioFamilyPass“ obliegt einer Steuerungsgruppe. Darin vertreten sind die LeiterInnen der für Familienpolitik zuständigen Agenturen/Abteilungen aller drei Länder und der Projektleiter der Euregio. Die Steuerungsgruppe hat auch eine Beratungs-/Förderfunktion und sorgt für die authentische Auslegung der von den Entscheidungsgremien beschlossenen Bestimmungen.

Merkmale der Karte: Der EuregioFamilyPass ist eine Vorteilskarte, die an Familien mit Wohnsitz in einem der drei Ländern der Euregio mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren ausgegeben wird und auf gegenseitiger Anerkennung basiert, wobei jedes Land selbst für die Umsetzung des eigenen Familienpasses (Kontakte zu den KooperationspartnerInnen und eventuelle Ausdehnung auf andere Familienmitglieder) verantwortlich ist. Das bedeutet, dass die Karten zwar gleichermaßen in allen drei Ländern genutzt werden können, dass aber jedes Land sein eigenes internes Reglement festlegt, wobei sich die ProjektpartnerInnen regelmäßig austauschen und gemeinsame Aktivitäten zusammen vereinbaren und planen. Das grafische Layout ist einheitlich, wobei aber auch Gestaltungsspielräume für die territoriale Identität gewährt werden. Die plastifizierte Karte weist in jedem Land auf einer Seite das individuelle Design des lokalen Familienpasses auf; die andere Seite enthält einige gemeinsame Stil-Elemente, wie etwa das Logo der Euregio und das Logo „EuregioFamilyPass“.

Leistungsangebot: Familien in der Europaregion können viele Vorteile, Leistungen und zahlreiche für die Euregio typische Initiativen in den Bereichen Kultur, Freizeit, Handel, Gesundheit und Mobilität nutzen. In Tirol gibt es den „Oma+Opa-Bonus“ für Großeltern, in Südtirol wurde eine Großelternkarte eingeführt, mit der Großeltern Ermäßigungen erhalten, wenn sie mit ihren Enkelkindern gemeinsame Zeit verbringen.

Verwaltung der Partnerunternehmen: Die beteiligten VorteilsgeberInnen überprüfen den „EuregioFamilyPass“ und können, wenn die Karte selbst keine Angaben über die Anzahl und/oder das Alter der Kinder enthält, von den KarteninhaberInnen selbst den Nachweis der familiären Verbundenheit durch Vorlegen eines amtlichen Lichtbildausweises (z.B. Personalausweis) verlangen. Jedes Land verwaltet und organisiert selbst die PartnerInnen, welche Waren oder Leistungen nach den spezifischen Modalitäten der einzelnen Familienkarten zur Verfügung stellen. Den PartnerInnen, welche den NutzerInnen des Projekts Waren oder Dienstleistungen bereitstellen, wird die Marke „EuregioFamilyPass“ mit der Aufschrift „Member of“ und das Gebrauchshandbuch der Marke ausgestellt. Die zertifizierten Organisationen können die genannte Marke nach den Regeln des Gebrauchshandbuches verwenden.

Ziel des Projekts: Der EuregioFamilyPass fördert konkret die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zur Unterstützung von Familien mit Kindern. Der Euregio-Gedanke wird stärker spürbar gemacht, dadurch, dass die Mobilität und der Austausch zwischen den Familien aller drei Euregio-Länder gefördert sowie das grenzüberschreitende Zusammengehörigkeitsgefühl zur Euregio selbst gestärkt werden. Auf diese Weise sollen administrative Grenzen überwunden werden, damit die Menschen sich als Mitglieder der Europaregion fühlen, die durch eine gemeinsame Kultur und Tradition geprägt ist. Um dieses Ziel zu erreichen, wurde das Instrument der Familienkarten (EuregioFamilyPass) gewählt, mit denen die KarteninhaberInnen leicht von den gemeinsamen Angeboten, Ermäßigungen und Sonderaktionen in den drei Ländern der Euregio profitieren können.

Finanzierung: Der EuregioFamilyPass wird bis zum Ende des Interreg-Projektes (31.12.2021) hauptsächlich aus europäischen Mitteln (85%) und zu 15% aus Eigenmitteln der Euregio finanziert.

3. Fallstudien

3.1 LISTE UND PRÄSENTATION DER FALLSTUDIEN

In Tabelle Nr. 2 werden die elf Fallbeispiele mit Angabe des Namens, des örtlichen Geltungsbereichs und der Art der Karte/Dienstleistung angeführt.

Tabelle Nr. 2, ausgewählte Fallstudien⁷

NAME DES FAMILIENPASSES	ÖRTLICHER GELTUNGSBEREICH	KARTENTYP
CROSS-BORDER COOPERATION	Tornio-Haparanda	Grenzüberschreitende Vorteilskarte
E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA	Kroatien	Nationale App für Familien mit Kindern
EUROCIDADE CARD	Chaves-Verín	Grenzüberschreitende Vorteilskarte
FAMILYNET	Österreich, Slowakei und Tschechische Republik	Grenzüberschreitende Vorteilskarte für Familien mit Kindern
GEZINSPAS-FAMILIENPASS	Vaals-Aachen-Düren	Grenzüberschreitende Vorteilskarte für Familien mit Kindern
INTERNATIONALE BODENSEE-KONFERENZ	Bodensee	Grenzüberschreitende Vorteilskarte
NÖ FAMILIENPASS	Niederösterreich	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
OÖ FAMILIENKARTE	Oberösterreich	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
RODINNÈ PASY	Südmähren	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
RODINNÝ PAS	Bratislava	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
VORARLBERGER FAMILIENPASS	Vorarlberg	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern

Quelle: NS Datenauswertung 2021

⁷ EuregioFamilyPass, casi di studio selezionati, 2021

Die Recherche ergab, dass verschiedene europäische Regionen Leistungen für Familien und/oder BürgerInnen in Form von Karten mit regionaler/interregionaler/grenzüberschreitender Gültigkeit eingeführt haben. Diese Analyse lieferte somit eine Grundlage für die Untersuchung und Erforschung von Beispielen im Hinblick auf eine Gegenüberstellung mit dem EuregioFamilyPass, um so Erkenntnisse für die Weiterentwicklung und Optimierung dieses Euregio-Angebots für Familien zu gewinnen.

Es konnten Beiträge aus ganz Europa berücksichtigt werden. Denn die untersuchten Beispiele stammen aus verschiedenen europäischen Regionen, deren Kultur und Traditionen sich sowohl im untereinander als auch im Vergleich zur Euregio stark unterscheiden. Betrachtet man beispielsweise das Projekt der Städte Chaves und Verín, muss man berücksichtigen, dass es sich um eine durch die iberische Kultur geprägte Region handelt. Da diese Region sich im äußersten Westen Europas befindet, gibt es sowohl politisch-wirtschaftlich als auch soziokulturell erhebliche Unterschiede zu den Rahmenbedingungen des FamilyNet in der Slowakei oder zum Kooperationsprojekt Tornio - Haparanda in Skandinavien. Nachstehend werden die einzelnen Fallstudien präsentiert, die entsprechend einer Clusterlogik nach Merkmalen und Leistungsangeboten gegliedert wurden; auf diese Weise soll ein besserer Überblick vermittelt und der Vergleich erleichtert werden. Im Zuge der nach diesem Ansatz durchgeführten Studie zeichneten sich drei Gruppen ab. Die erste Gruppe betrifft die Regionen mit einer grenzüberschreitenden Vorteilskarte für Familien mit Kindern (Gezinspas/Familienpass Vaals - Aachen - Düren und FamilyNet Österreich, Slowakei, Tschechische Republik). Der zweite identifizierte Cluster umfasst Fallbeispiele, die sich ausschließlich auf den grenzüberschreitenden Aspekt konzentrieren und die Erleichterung der Mobilität zwischen den Grenzgebieten in den Vordergrund stellen (Eurocidade Card Chaves - Verín, IBK – Bodensee, grenzüberschreitende Zusammenarbeit Tornio - Haparanda). In der dritten Gruppe werden all jene Fälle erfasst, die eine Vorteilskarte für Familien mit Kindern anbieten, die aber nur auf nationaler oder gar nur regionaler Ebene gültig ist: Vorarlberger Familienpass, NÖ Familienpass in Niederösterreich, Rodinný Pas Bratislava, Rodinnè Pasy Südmähren, OÖ Familienkarte in Oberösterreich, e-Children's Card Mudrica Kroatien.

3.1.1 GRENZÜBERSCHREITENDE VORTEILSKARTEN FÜR FAMILIEN MIT KINDERN

3.1.1.1 FAMILYNET, NIEDERÖSTERREICH, BURGENLAND, BRATISLAVA, TRNAVA, SÜDMÄHREN, REGION HOCHLAND (ÖSTERREICH, SLOWAKEI, TSCHECHISCHE REPUBLIK)

Basisinformationen: FamilyNet ist ein Projekt, das von den zwei österreichischen Bundesländern Niederösterreich und Burgenland sowie von den zwei slowakischen Selbstverwaltungskreisen Bratislava und Trnava 2012 initiiert und 2014 abgeschlossen wurde. Die Idee entstand im Rahmen des Programms Interreg SK-AT⁸, später schlossen sich auch zwei Regionen der Tschechischen Republik diesem Vorhaben an.

Die interregionale und transnationale Zusammenarbeit trug zunächst dazu bei, ein Klima des Vertrauens und des Dialogs aufzubauen. Das Projekt endete 2014, zurückblieb eine Reihe von Familienpässen in den verschiedenen Regionen, die aber ihre grenzüberschreitende Kooperation eingestellt hatten. Derzeit haben alle oben genannten Bundesländer/Kreise einen eigenen Familienpass mit einem entsprechenden Leistungsangebot für ihre BürgerInnen. Die InhaberInnen des Familienpasses können aber nicht mehr von den Ermäßigungen und Vergünstigungen der anderen Länder profitieren, die in der Vergangenheit über das FamilyNet zusammengeschlossen waren. Die Familienpässe der einzelnen Länder hatten ein unterschiedliches Design, es gab keine gemeinsamen grafischen Gestaltungselemente. Auch die Verwaltung der Karten erfolgte in den jeweiligen Ländern eigenständig.

Sprachliche Vielfalt: Dieses besonders ehrgeizige Projekt sollte Regionen mit ganz unterschiedlichen kulturellen und traditionellen Bezügen miteinander verbinden. Angesichts der sprachlichen Hürden durch die unterschiedlichen Landessprachen - Deutsch in Österreich und Slowakisch in der Slowakei - musste sich die Arbeitsgruppe zunächst

⁸ INTERREG Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, www-old.sk-at.eu/ (Aufruf am 15.05.2021)

auf Englisch verständigen, während für die Kommunikation nach außen, die sich an die Bevölkerung richtete, die jeweilige Landessprache gewählt wurde.

Governance: Da es sich um ein Kooperationsprojekt handelte, waren die EntscheidungsträgerInnen für die Slowakei die Regionen Bratislava und Trnava und für Österreich die Länder Burgenland und Niederösterreich. Und genau darin bestand die Hauptschwierigkeit: Es galt ein regionales Netzwerk öffentlicher PartnerInnen aufzubauen, das Bewusstsein der Familien für die Zugehörigkeit zu diesem Netzwerk zu schärfen und das Angebot durch besonders attraktive Vorteile für Familien zu erweitern.

Ziel des Projekts: Mit der Zusammenarbeit zwischen den Regionen im Rahmen des Interreg- Projekts mit Zeithorizont 2014 wollte man die Besucherzahlen in der Region steigern, Zielgruppe waren vor allem junge Familien mit Kindern, aber nicht nur. Denn dieses Projekt hatte eine Annäherung der Grenzregionen ermöglicht, KarteninhaberInnen konnten die Vorteilskarte bei VertragspartnerInnen vorlegen und so die Besonderheiten dieser Regionen kennenlernen. Auf diese Weise wurde ein vielfältiges Angebot an Vorteilen und Ermäßigungen für die FamilienpassbesitzerInnen aufgebaut. Das Projekt konnte als ein Instrument angesehen werden, um das touristische Angebot zu ergänzen und die in der Region vorhandenen Attraktionen für eine besonders mobile und aktive Bevölkerungsgruppe, nämlich Familien mit Kindern, leichter erlebbar zu machen. In diesem Zusammenhang leistete das Projekt „FamilyNet“ auch einen wertvollen Beitrag zur Familienpolitik, unterstützte die Entwicklung einer Vielzahl an regionalen und lokalen TourismusakteurInnen und führte die jungen Familien an die traditionelle regionale Kultur heran.

Finanzierung: Die Aktivitäten wurden über das Programm Interreg AT-SK finanziert, über das in der Programmperiode 2007–2013 die nötigen Finanzmittel für die Einführung des FamilyNet bereitgestellt wurden.

3.1.1.2 GEZINSPAS/FAMILIENPASS, VAALS, AACHEN, DÜREN (NIEDERLANDE, DEUTSCHLAND)

Basisinformationen: Im Fall des Familienpasses Vaals - Aachen - Düren handelt es sich um ein grenzüberschreitendes Projekt zwischen Deutschland und den Niederlanden. Der Ende 2017 eingeführte und seit 2018 offiziell nutzbare grenzüberschreitende Familienpass für den Raum Aachen und Vaals hat bis heute Bestand. Diesen Familienpass gab es bereits 2006 in den zehn Kommunen der deutschen StädteRegion Aachen, seitdem wurde er an fast 25.000 Familien ausgegeben. (In der Region wohnen ca. 555.000 EinwohnerInnen, davon sind 14 % zwischen 0 und 18 Jahre alt)⁹. Vaals ist die erste „ausländische“ Gemeinde, die in den Geltungsbereich des Familienpasses aufgenommen wurde, der dann den Namen „Gezinspas“ (Familienpass auf Niederländisch) erhielt. Obwohl die Stadt in den Niederlanden liegt, ist sie Teil des Ballungsraums Aachen und liegt 5 km von der deutschen Stadt entfernt. In der Tat handelt es sich um die niederländische Gemeinde mit dem höchsten Anteil an Deutschen (26 %) ¹⁰. Vaals bietet den InhaberInnen des Familienpasses die Möglichkeit, die Angebote von mehr als 25 Unternehmen zu nutzen, die sich dem Projekt angeschlossen haben, während auf der deutschen Seite 450 KooperationspartnerInnen beteiligt sind. Den aktuellen statistischen Daten zufolge wohnen in Vaals knapp über 10.000 EinwohnerInnen, von denen 15,9 % zwischen 0 und 18 Jahre alt sind¹¹.

Sprachliche Vielfalt: Die besondere Lage der beiden Städte und der hohe Anteil an Deutschen in Vaals führen dazu, dass zwar verschiedene Landessprachen gesprochen werden (Deutsch in Aachen und Niederländisch in Vaals), dass aber Deutsch im deutsch-holländischen Grenzgebiet weit verbreitet ist und von vielen Menschen gesprochen wird. Dies erleichtert die Zusammenarbeit¹², auch wenn die Webseiten und Mitteilungen jeweils in der Amtssprache des betreffenden Gebiets verfasst sind.

⁹ City population, www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion_aachen/05334002_aachen/ (Aufruf am 01.06.2021) ¹⁰ CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners (Aufruf am 01.06.2021) ¹¹ CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei (Aufruf am 01.06.2021) ¹² Città slow, www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/ (Aufruf am 01.06.2021)

Bewerbung: Wie die Analyse der nachfolgenden Beispiele zeigen wird, werden Social Media Aktivitäten ganz unterschiedlich organisiert. Im speziellen Fall von Aachen und Vaals gibt es zwei Facebook-Seiten (eine für jedes Gebiet), die individuell verwaltet werden und in denen regelmäßig aktuelle Berichte zu allen Aktivitäten und allgemeine für die Bevölkerung nützliche Informationen veröffentlicht werden. Es gibt also keine spezifische Öffentlichkeitsarbeit für den Familienpass oder den Gezinspas. Informationen über die angeschlossenen Partnerbetriebe, über ihre Angebote, Ermäßigungen und deren Höhe findet man nur auf der offiziellen Website der jeweiligen Gemeinde, auf der dem Familienpass eine eigene Seite gewidmet ist. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Bewerbung unabhängig erfolgt; die StädteRegion Aachen stellt zur Stärkung der Präsenz auf Facebook einen Online-Newsletter bereit, der regelmäßig mit nützlichen Informationen zu Freizeitaktivitäten für Familien aktualisiert wird.

Governance: Auch die Organisation erfolgt jeweils eigenständig; die StädteRegion Aachen ist ein innovativer Verband aus der Stadt Aachen und neun weiteren deutschen Städten, während die Umsetzung des Familienpasses von Vaals in den Händen der kleinen Gemeinde Vaals liegt. Auf deutscher Seite gibt es also eine Ansprechperson, die für die Organisation des Familienpasses zuständig ist; auf niederländischer Seite betreut ein Amt der Gemeinde Vaals neben dem Familienpass auch andere öffentliche Dienstleistungen für BürgerInnen.

Merkmale der Karte: Der Familienpass und der Gezinspas sind Vorteilskarten für Familien (Pflegeeltern, Betreuungspersonen) mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren oder mit einem behinderten Kind unter 27 Jahren. Der Pass ist kostenlos und wird von der Gemeinde ausgestellt. Die Zahlung von 10 € wird nur verlangt, wenn bei Verlust oder Beschädigung der Karte ein zweiter Pass beantragt wird. Die InhaberInnen des Familienpasses können die Vorteile und Angebote der lokalen Partnerunternehmen nutzen. Insgesamt nehmen mehr als 25 Geschäfte, Restaurants und Hotels¹³ in Vaals am Projekt teil und bieten spezielle Ermäßigungen und Sonderaktionen an. In Aachen beläuft sich die Zahl der VorteilsgeberInnen auf fast 450¹⁴.

Die beiden Gemeinden sorgen in enger Zusammenarbeit dafür, dass die Ausstellung des Familienpasses zu gleichen Bedingungen erfolgt und dass auf diese Weise die InhaberInnen des Gezinspas und die des Familienpasses in der StädteRegion Aachen wechselseitig von denselben Angeboten profitieren können.

Im Interesse der regionalen Zusammenarbeit wurde die gegenseitige Anerkennung der beiden Vorteilskarten für Familien auch mit dem Kreis Düren (Deutschland) vereinbart, der ebenfalls eine Familienkarte anbietet. Das bedeutet, dass FamilienkarteninhaberInnen aus dem Kreis Düren die Angebote des regionalen und grenzüberschreitenden Familienpasses der Stadt Aachen und der niederländischen Gemeinde Vaals nutzen können.

Jede Familie erhält maximal zwei Karten, die auf zwei kartenberechtigte Personen und auf alle Kinder der Familie ausgestellt werden. Wird ein weiteres Kind in der Familie geboren, muss ein neuer Pass beantragt und der alte zurückgegeben werden. Die Karte verliert ihre Gültigkeit, wenn das jüngste Kind das 18. Lebensjahr vollendet hat (27 Jahre bei Kindern mit Behinderung). Der Familienpass ist nicht übertragbar, er gilt also nur für die auf der Karte benannten Personen.

Der Familienpass wird nicht bei der StädteRegion, sondern direkt bei der Gemeindeverwaltung der Stadt beantragt, in der die Kinder mit den Eltern bzw. einem Elternteil leben. Für die Beantragung des Passes wurde in der Stadt Aachen eine Stelle eingerichtet, die alle notwendigen Informationen bereitstellt und alle Fragen der BürgerInnen beantwortet. Die Teilnahme am Projekt ist bewusst einfach und unbürokratisch gehalten, es fallen keine Gebühren an. Die Anmeldung kann jederzeit erfolgen, auch bei einer etwaigen Kündigung sind keine Fristen einzuhalten. Der Familienpass muss vor dem Kauf oder vor der Bezahlung der Dienstleistung (gegebenenfalls zusammen mit einem Lichtbildausweis) vorgelegt werden.

¹³. Gemeente Vaals, www.vaals.nl/inwoners/gezinspas (Aufruf am 26.05.2021) ¹⁴. StädteRegion Aachen, <https://bportal.staedteregion-aachen.de/staedteregion-a-z/-/egov-bis-detail/dienstleistung/13166/show> (Aufruf am 11.06.2021)

Leistungsangebot: Mit Ausnahme von Versicherungen und damit zusammenhängenden Dienstleistungen (Finanz-/VermögensberaterInnen, ImmobiliendienstleisterInnen usw.), die aus dem Leistungskatalog ausgeschlossen sind, decken die angebotenen Leistungen eine Vielzahl von Bereichen des täglichen Familienlebens ab. Und gerade dieses breitgefächerte Angebot macht den Familienpass für Familien so attraktiv und nützlich.

Verwaltung der Partnerunternehmen: Teilnehmende (öffentliche oder private) Partnerunternehmen, die den Familien Vergünstigungen auf Waren oder Dienstleistungen gewähren, können selbst über die Höhe der Ermäßigung und ihre Häufigkeit (einmalige, wiederkehrende oder besondere Aktionen) entscheiden. Die einzelnen AnbieterInnen können formale Kriterien festlegen, die ein Familienmitglied erfüllen muss, damit es die Angebote nutzen kann. Die VorteilsgeberInnen entscheiden selbst, ob die Leistungen von der ganzen Familie oder von einzelnen Mitgliedern in Anspruch genommen werden können. Unternehmen können jederzeit ihre Teilnahme beschließen, indem sie das digitale Teilnahmeformular auf der Website ausfüllen. Die Angebote gelten für Familienpass-InhaberInnen der Gemeinde Vaals und für jene der Stadt Aachen. Für registrierte AnbieterInnen wird Folgendes vorgesehen: Hinweis auf die angebotene Ermäßigung in Zeitschriften und Informationsbroschüren (die regelmäßig aktualisiert werden); Nennung der VorteilsgeberInnen im Online-Angebotskatalog, Bewerbung für das Produkt/ die Dienstleistung, für das/die eine Ermäßigung gewährt wird, im Rahmen von Veranstaltungen. Darüber hinaus werden eine ganze Reihe von begleitenden und werterhöhenden Zusatzleistungen für die Partnerunternehmen erbracht, die mit dem Logo des Familienpasses „Wir sind ein familienfreundliches Unternehmen“ sowohl als Aufkleber als auch auf Briefpapier werben können.

Ziel des Projekts: Die Vorteilskarte für Familien gibt es in Aachen bereits seit dem Jahr 2006; mit der Ausdehnung auf das Gebiet der Gemeinde Vaals sollen der Austausch der Familien über die Grenzen hinweg angeregt und die Unternehmenstätigkeit gefördert werden.

Finanzierung: Das Projekt ist Teil des EU-Programms „Euregio Maas Rhein“, das die Finanzierung des Projekts ermöglichte.

3.1.2 GRENZÜBERSCHREITENDE VORTEILSKARTEN

3.1.2.1 GRENZÜBERSCHREITENDE ZUSAMMENARBEIT, TORNIO-HAPARANDA (FINNLAND, SCHWEDEN)

Basisinformationen: Ganz anders aufgebaut ist das Projekt der beiden Städte Tornio (Finnland) und Haparanda (Schweden). In diesem Gebiet liegt der Bottnische Bogen, die Grenzregion zwischen Schweden und Finnland mit einer offenen Grenzregelung, die die Zusammenarbeit sehr fördert. Diese begann inoffiziell in den 1960er Jahren, der Start der formellen Kooperation geht auf das Jahr 1987 zurück, als auch die Funktion des Spezialisten für grenzüberschreitende Entwicklung (Büro mit einer für die Zusammenarbeit verantwortlichen Person) eingeführt wurde.

Die EinwohnerInnen der Städte Tornio und Haparanda überqueren täglich die Grenze, hauptsächlich zum Einkaufen, aus beruflichen Gründen, zu Freizeitzwecken oder um Freunde und Verwandte zu besuchen, da es keine Grenzkontrollen gibt. Begünstigt wird die Kooperation durch eine jahrhundertlange gemeinsame Geschichte, friedliche Beziehungen, einen ähnlichen wirtschaftlichen Entwicklungsstand und eine langjährige Zusammenarbeit in den Bereichen Wirtschaft, Soziales, Kultur. Unterstützung für die Zusammenarbeit in dieser Grenzregion bieten zwei grenzüberschreitende Kooperationsgremien: die Bothnian Arc Association und die Bottnische Provinz¹⁵. Die eingeschränkte Erreichbarkeit infolge der großen Entfernung von den wichtigsten regionalen Städten und die sprachliche Hürde können als hinderliche Aspekte für die grenzüberschreitende Integration angesehen werden; daher werden die meisten grenzüberschreitenden öffentlichen Dienste entlang der Grenze in den Zwillingstädten Tornio

¹⁵ Interact, Keep.eu, www.keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/ (Aufruf am 01.06.2021)

und Haparanda angeboten. Zwischen diesen beiden Städten gibt es mehr als zehn öffentliche grenzüberschreitende Dienste und Kooperationsvereinbarungen. Der Schwerpunkt des Leistungsangebots liegt in den Bereichen Bildung, Gesundheit und Raumordnung. Der Aufbau dieser grenzüberschreitenden Dienste im Bottnischen Bogen leistet einen wichtigen Beitrag zur Erhöhung der Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität der Region und zur besseren Verwaltung der gemeinsamen Ressourcen. Grenzüberschreitende Dienste im Bildungsbereich haben das Ziel, den kulturellen Aspekt der Zusammenarbeit hervorzuheben und zu stärken und die Sprachbarriere zu überwinden. Die Entwicklung eines gemeinsamen Programms für den Unterricht in Minderheitensprachen und für die Erziehung zum Unternehmertum für SchülerInnen gehört zu den Vorschlägen für neue Projekte zur gemeinsamen Erbringung von Diensten. Fast alle größeren Projekte waren erfolgreich: Städtebau, Architektur, gemeinsame Schule usw. In allen Fällen werden die Gesetze des jeweiligen Landes angewendet, in dem das Vorhaben tatsächlich ausgeführt wird. Dennoch gibt es einige ungelöste Probleme; so ist es aufgrund von geltenden Gesetzen oder wegen der Privatisierung von Unternehmen nicht möglich, die Gesundheitsversorgung und das Arbeitsamt gemeinsam zu organisieren.

Sprachliche Vielfalt: Im betreffenden Grenzgebiet werden drei Sprachen gesprochen: Schwedisch, Finnisch und Meän Kieli (ein alter lokaler Dialekt); die Kommunikation (Meetings, Newsletter usw.) erfolgt daher in drei Sprachen. Allerdings ist in Finnland Schwedisch auch zweite Amtssprache, weshalb alle Schwedisch verstehen, was die Zusammenarbeit erheblich erleichtert.

Bewerbung: Bewerbung im Hinblick auf die Integration und Einbeziehung der Bevölkerung erfolgt auch über ein Tourismusbüro, das die Aktivitäten und Besonderheiten sowohl von Tornio als auch von Haparanda bekannt machen soll¹⁶. Dieses Büro betreibt eine Website in englischer Sprache, auf der aber auch Finnisch oder Schwedisch als Sprachoption angeboten werden. Weiters tragen eine Seite auf Facebook und eine weitere auf Instagram (beide in englischer Sprache) dazu bei, die NutzerInnen und TouristInnen über Aktivitäten und Angebote in der Region Tornio und Haparanda zu informieren und auf dem Laufenden zu halten.

Governance: Hilfreich für die Umsetzung dieser Art von grenzüberschreitenden Diensten ist die Konfiguration des Einzugsgebiets des Bottnischen Bogens, das von den lokalen Behörden - ohne Berücksichtigung der regionalen Verwaltungsgrenzen - festgelegt wurde. Denn die im Verein Bothnian Arc Association zusammengeschlossenen Gemeinden befassen sich im Rahmen ihrer lokalen Strategiepläne mit der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit, mit dem allgemeinen Ziel, die Städte auch international zu einem finanziell und funktionell attraktiven Raum weiterzuentwickeln.

Der Verein Bothnian Arc Association ist das wichtigste Steuerungsgremium im Grenzgebiet, das sich für die regionale Zusammenarbeit und die strategische Entwicklung einsetzt. Der Verein hat keine gesetzgebende Befugnis, arbeitet aber an der Koordinierung der Politik für die Grenzgebiete und an der Entwicklung von gemeinsamen Initiativen mit. Im Vorstand sind hauptsächlich die Gemeindebehörden vertreten¹⁷. Rechtsgrundlage ist also die Organisation auf kommunaler Ebene, wobei die jeweils geltenden Gesetze und Systeme der beiden Länder eingehalten werden (die nahezu identisch sind). Für die Zusammenarbeit gibt es eine Gruppe, die sich regelmäßig zu Besprechungen trifft und der die SpitzenvertreterInnen und die Mitglieder des Gemeinderats (5 für beide Gemeinden) angehören. Bei diesen Treffen werden Ratschläge erteilt, Diskussionen geführt und endgültige Beschlüsse vorbereitet, die dann von den Gemeinderäten beider Städte gleichzeitig (spätestens innerhalb eines Monats) umgesetzt werden. Die Besprechungen der Abteilungen Technik und Handel finden einmal monatlich statt, die Abteilung Tourismus arbeitet an der Umsetzung des gemeinsamen Projekts „Zwei Länder - eine Destination“. Bei allen Entscheidungen und Aktivitäten wird die Datenschutz-Grundverordnung eingehalten.

¹⁶ Haparanda Tornio, www.haparandatornio.com/ (Aufruf am 10.06.2021) ¹⁷ Espon EGCT, www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies (Aufruf am 03.06.2021)

Ziel des Projekts: Der Verein Bothnian Arc Association setzt sich zum Ziel, die Grenzregion mit der besten grenzüberschreitenden Kooperation von ganz Nordeuropa, mit einem starken Wirtschaftswachstum, einem hohen sozialen Standard und einer ökologisch nachhaltigen und sauberen Umwelt aufzubauen. Um dies zu erreichen, haben Tornio und Haparanda gemeinsam 18 Projekte in sechs Handlungsfeldern umgesetzt: Bildung, Raumordnung, Gesundheitswesen und soziale Inklusion, Umweltschutz, Zivilschutz und Katastrophenmanagement sowie Beschäftigung und Arbeitsmarkt. Das Team arbeitet daran, damit beide Länder im gleichen Ausmaß (50:50) von den Projekten profitieren. Zum Beispiel durch die Nutzung gemeinsamer Flächen und Gebäude, so dass die Kosten zu gleichen Teilen auf beide Städte verteilt werden können. Auch die Besprechungen und Veranstaltungen werden je zur Hälfte von Haparanda und Tornio organisiert.

Finanzierung: Die Gemeinden Tornio und Haparanda finanzieren die Zusammenarbeit auf einer 50:50-Basis und verwalten ein gemeinsames Budget in einer bestimmten Höhe (das jährlich auf der Basis der geplanten Arbeiten festgelegt wird). Darüber hinaus werden Mittel aus internationalen Projekten genutzt, wie z.B. aus dem Programm INTERREG IVA, das die Entwicklung eines Strukturprogramms zur Vernetzung und den Aufbau eines innovativen Rahmens für die Zusammenarbeit ermöglicht hat.¹⁸

3.1.2.2 EUROCIDADE CARD, CHAVES-VERÍN (PORTUGAL, SPANIEN)

Basisinformationen: Dieses Projekt ist auf der iberischen Halbinsel, im Norden im Grenzgebiet zwischen Spanien und Portugal angesiedelt. Die beiden Bürgermeister der Städte Chaves in Portugal und Verín in Spanien haben beschlossen, eine Zusammenarbeit aufzubauen; hier handelt es sich daher um eine spanisch-portugiesische Initiative nach dem Top-Down-Ansatz (ausgehend von einer Institution mit Entscheidungsbefugnis). Zu Beginn im Jahr 2008 startete die neue Eurostadt als Vereinbarung zwischen zwei Kommunen, aber schon bald erwies sich die Entwicklung gemeinsamer Projekte ohne EVTZ-Unterstützung als zu schwierig, weshalb die Gemeindeverwaltungen 2013¹⁹ die Gründung eines EVTZ beantragten. Ziel war es, einen Weg zu erarbeiten für die Aufwertung der Grenzregion und die grenzüberschreitende Organisation von gemeinsamen Dienstleistungen. Das hat zur Einführung der „Eurocidade Card“ im Jahr 2015 beigetragen, die immer noch ihre Gültigkeit hat und mit der BürgerInnen von Chaves und Verín Ermäßigungen bei öffentlichen Einrichtungen (Schwimmbäder, Saunen, Sportaktivitäten, IT-Dienste) erhalten. Damit sollen in den beiden Städten gute Rahmenbedingungen für öffentliche Investitionen geschaffen und die gemeinsame, effiziente Nutzung der Ressourcen gefördert werden. Als BürgerInnen der Eurostadt gelten nur Personen mit ordentlichem Wohnsitz in Chaves oder Verín. Im Jahr 2013 wurden die Nutzungsbedingungen der kommunalen Einrichtungen geändert; neben den Preisänderungen wurde auch eine Klausel eingeführt, die den BürgerInnen der beiden Städte Chaves und Verín die gleichen Rechte einräumt. Die Eurocidade Card dient in erster Linie als Nachweis dafür, dass die KarteninhaberInnen ihren ordentlichen Wohnsitz tatsächlich in der betreffenden Gemeinde haben. Damit können sie von einer Reihe von Vorteilen profitieren, unter anderem erhalten alle EinwohnerInnen universellen Zugang zu den öffentlichen Einrichtungen in beiden Städten. Die in Kürze geplante Neuerung der Eurocidade Card besteht darin, dass bei öffentlichen Einrichtungen die Diskriminierung entfallen wird, und dass private Einrichtungen (Tourismus und Handel) nur zwischen ansässigen und nichtansässigen Personen unterschieden werden. Zusammen haben die beiden Städte 57.000 EinwohnerInnen, davon leben 42.000 in Chaves und 15.000 in Verín; bis heute (Stand Mai 2021) wurden 11.488 Karten ausgestellt, d.h. 20 % der EinwohnerInnen von Chaves und Verín besitzen die Eurocidade Card. Ein System von Kartenlesegeräten in den kommunalen Einrichtungen ermöglicht es, die Anzahl der Registrierungen und deren Nutzung zu ermitteln.

¹⁸. Bothnian arc, www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothnianarc.pdf (Aufruf am 01.06.2021) ¹⁹. EGCT Eurocidade Chaves Verín, www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx (Aufruf am 27.05.2021)

Sprachliche Vielfalt: In den zwei Städten werden drei verschiedene Sprachen gesprochen: Spanisch und Galicisch in Verín, Portugiesisch in Chaves; auch wenn die beiden Städte nahe beieinanderliegen, sprechen die EinwohnerInnen von Chaves nicht Galicisch. In der Tat sind sowohl die Website des Projekts als auch die Internetseite, auf der alle beteiligten Partnerunternehmen aufgeführt und beschrieben werden, in beiden Sprachen verfasst. Die Website bietet jedoch auch Galicisch und Englisch als Sprachoptionen an.

Bewerbung: Im Bereich Tourismus werben die beiden Städte mit einer gemeinsamen Strategie für sich, indem sie sich als „Eurocidade da Água“ (dt. Eurostadt des Wassers) präsentieren; im Rahmen dieses Konzepts wurde eine Reihe attraktiver Angebote wie Thermalquellen, Ausflüge auf den Flüssen oder kulinarische Touren entwickelt. Alle touristisch relevanten Inhalte werden im Netz in englischer Sprache veröffentlicht. In den sozialen Netzwerken Facebook und Instagram erfolgt die Wahl der Sprache nach unterschiedlichen Kriterien. Auf Facebook werden fast täglich Beiträge veröffentlicht (meistens auf Spanisch); Portugiesisch wird nur verwendet, wenn der Post eine Werbeaktion oder ein Angebot in Verín betrifft. Auf Instagram, wo ebenfalls auf die laufende Aktualisierung der Seite geachtet wird, erscheinen hingegen die Texte zuerst auf Portugiesisch und dann auf Spanisch (jeweils mit dem Flaggen-Emoji des Herkunftslandes gekennzeichnet).

Governance: Um die Verwendung der Karte in zwei Städten zu ermöglichen, wurde für die administrative Umsetzung ein anderer Ansatz gewählt. Da es in Spanien ein kommunales Wohnsitzsystem gibt, musste (und muss) die Eurocidade-Card-Plattform nur eine Datenabfrage in der kommunalen Datenbank durchführen, um zu bestätigen, ob eine Person registriert ist oder nicht; diese Überprüfung erfolgt sowohl bei der Anmeldung als auch im Rahmen der monatlichen Aktualisierung der Datenbank. In Portugal hingegen wird der Wohnsitz bei der Registrierung im Personalausweis bestätigt, in dem die offizielle Adresse eingetragen ist. Beim neuen System, bei dem sich die BürgerInnen in einem Front Office registrieren lassen können, wird in Spanien die nationale elektronische Bescheinigung an den stationären und elektronischen Geräten für die Datenanfrage im Register verwendet. Auf der portugiesischen Seite wird der Wohnsitz hingegen direkt anhand des Mobile Digital Key (der der spanischen elektronischen Bescheinigung ähnelt) bestätigt, zumal es sich hier um ein Dokument handelt, das mit dem nationalen Dokument verknüpft ist.

Merkmale der Karte: Die in der Eurostadt Chaves - Verín eingeführte Karte wird kostenlos an alle EinwohnerInnen der zwei betreffenden Gemeinden ausgestellt. Der Wohnsitz ist die Hauptvoraussetzung für den Erhalt der Karte und muss durch amtliche Dokumente nachgewiesen werden; deshalb ist die Karte auch nicht übertragbar. Der symbolische Betrag von 3 Euro ist nur zu zahlen, wenn bei Verlust oder Beschädigung eine zweite Karte ausgestellt wird²⁰.

Schon bei der ersten Ausgabe der Eurocidade Card im Jahr 2013 konnten EinwohnerInnen der beiden Städte das Anmeldeformular auf der Plattform nutzen und der Eurostadt eventuell die Erlaubnis erteilen, Newsletter und Informationen zu Veranstaltungen per E-Mail zuzusenden. Im Hinblick auf die Entmaterialisierung der Karte wurde kürzlich eine neue Plattform entwickelt, bei der die virtuelle Karte Vorrang vor der physischen Karte hat. Neben anderen Änderungen ist auch die Aktualisierung der Datenschutzregeln und deren Anpassung an die Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 geplant.

Leistungsangebot: Mit der Eurocidade Card erhalten die BürgerInnen der beiden Städte Chaves und Verín folgende Vorteile: Zugang zu den Diensten der kommunalen Bibliotheken der Eurostadt, Ermäßigungen bei Nutzung der kommunalen Einrichtungen der Eurostadt, Ermäßigungen bei Kultur-, Sport-, Freizeitveranstaltungen der beiden Gemeinden, Ermäßigung bei Thermal- oder Wellnesseinrichtungen, kostenloser Eintritt in den kommunalen Museen von Chaves und Verín, Teilnahme an den geförderten Bildungsmaßnahmen, Teilnahme an Lotterien und

²⁰. Eurocidade Chaves Verín AECT, www.en.eurocidadechavesverin.eu/ (Aufruf am 01.06.2021)

Gewinnspielen der Eurostadt²¹. Die derzeitigen Ermäßigungen sind das Ergebnis der individuellen Politik jeder Gemeinde und wurden mit der Einführung der Karte angepasst. In Verín zum Beispiel gab es vor der Einführung der Eurocidade Card unterschiedliche Eintrittspreise für in der Gemeinde ansässige Personen und Nichtansässige. Seit der Einführung der Karte im Jahr 2013 gilt als ansässig, wer seinen Wohnsitz in der Eurostadt Chaves - Verín hat. In Chaves hingegen gab es vorher Nutzer- und Eintrittspreise, so dass die einzige Änderung in der Einführung einer Ermäßigung für die KartennutzerInnen bestand; jede Gemeinde legte die Kriterien für die Inanspruchnahme der Vergünstigungen fest.

Die Idee, die Initiative auf TouristInnen auszuweiten, sieht die Beteiligung von Partnerbetrieben aus der Privatwirtschaft (Handel und Tourismus) vor, die - gemäß den Kriterien der Eurocidade Card - ebenfalls Ermäßigungen von 5 % oder 10 % auf Produkte anbieten sollten. Das Ziel im Bereich Tourismus ist es, zusätzlich zu den für die ansässige Bevölkerung bestimmten Vorteilen bei kommunalen Einrichtungen und im Handel auch für Gäste relevante Leistungen - Ermäßigungen in Hotels, bei geführten Touren usw. - anzubieten. Der Hauptunterschied besteht in der Frist für die Validierung der Karte (in der Regel 5 Tage); denn es gibt eine große Zahl von AuswandererInnen (vor allem auf portugiesischer Seite), die jedes Jahr im Urlaub in ihre Heimat zurückkehren.

Verwaltung der Partnerunternehmen: Um die Eurocidade Card verwenden zu können und die Ermäßigungen zu erhalten, muss die Karte bei den Schaltern und/oder teilnehmenden Einrichtungen vor Kauf des Produkts bzw. Zahlung der Leistung vorgelegt und validiert werden.

Für die Teilnahme am Projekt müssen die VorteilsgeberInnen eine Verpflichtungserklärung ausfüllen, in der auch die (von der öffentlichen Einrichtung eigenständig festgelegte) Höhe der Ermäßigung anzugeben ist. Diese Erklärung gilt für ein Jahr und kann in der Folge jeweils für ein weiteres Jahr verlängert werden. Für die Kündigung muss der/die VorteilsgeberIn eine entsprechende Erklärung mindestens 30 Tage vor dem Verlängerungstermin einreichen. Derzeit werden die Vergünstigungen nur in öffentlichen Einrichtungen angeboten. Besonderer Beliebtheit erfreuen sich die öffentlichen Schwimmbäder und Sportanlagen, in der Tat steigt jedes Jahr im Sommer die Nachfrage nach der Vorteilskarte. Bei organisierten Aktivitäten werden Personen, die keine Karte besitzen, niemals ausgeschlossen. Die teilnehmenden VorteilsgeberInnen erhalten einen Aufkleber, der am Eingang angebracht wird; so können KarteninhaberInnen beim Kauf von Waren oder Leistungen in der betreffenden Einrichtung prüfen, ob sie Ermäßigung erhalten.

Ziel des Projekts: Das Ziel dieser Initiative ergab sich aus dem Wunsch, für die BürgerInnen der beiden Städte ein Angebot zu schaffen, das in erster Linie wirtschaftliche und soziale Vorteile bieten und in zweiter Linie auch institutionelle, kulturelle, umweltpolitische Aspekte berücksichtigen sollte. Die KarteninhaberInnen mit Wohnsitz in einer der beiden oben genannten Städte erhalten nämlich dieselben Vorteile/Ermäßigungen zu denselben Bedingungen, die ihnen auch in ihrer Wohnsitzgemeinde gewährt werden. Dies fördert den Austausch der Menschen zwischen den beiden Städten und trägt zu einem größeren, vielfältigeren Angebot bei²². Mit der Eurocidade Card konnte die Idee der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit und die angestrebte Gleichbehandlung der BürgerInnen, unabhängig von ihrer Staatsangehörigkeit, konkret in die Praxis umgesetzt werden.

Wirtschaftlich gesehen, ermöglicht dieses Angebot eine ausgeglichenerere Verwaltung öffentlicher Mittel, dadurch dass Skaleneffekte genutzt, bestehende Ressourcen gemeinsam eingesetzt und verwaltet sowie zukünftige Dienste gemeinsam geplant werden.

Aus den genannten wirtschaftlichen und sozialen Überlegungen heraus ergaben sich folgende Zielsetzungen: universeller Zugang aller EinwohnerInnen der zwei Städte zu einer Reihe von öffentlichen kollektiven Einrichtungen; Förderung und Festigung des Gefühls der Zugehörigkeit zu einer Identität, die über die nationale Identität hinausgeht und sich auf den europäischen/ grenzüberschreitenden Gedanken bezieht; Sichtbarkeit für die unmittelbaren individuellen Vorteile, die die beiden Städte als Eurostadt ihren BürgerInnen bieten; Vermeidung

²¹ Eurocidade Chaves Verín AECT, www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao (Aufruf am 01.06.2021) ²² Ayuntamiento de Ayamonte, www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/ (Aufruf am 01.06.2021)

von Doppelgleisigkeiten und doppelten Kosten, die bei Einführung von jeweils eigenen Vorteilskarten in den beiden Städten anfallen würden. Darüber hinaus wollte man die AkteurInnen anregen, sich mit den juristischen und administrativen Aspekten auseinanderzusetzen, die sich als Hindernis für die vorgeschlagenen Maßnahmen erweisen könnten.

Angesichts der oben genannten statistischen Zahlen, wonach nur knapp 20 % der Bevölkerung die Eurocidade Card besitzen, bemühen sich die Verantwortlichen um eine Optimierung: mehr Vorteilsangebote für KarteninhaberInnen; Einführung einer digitalen App zusätzlich zur Papierversion; kontaktloses Bezahlen; Partnerschaft mit dem öffentlichen Nahverkehr, Fahrradverleih, Carsharing, Parkplätze und Karte für TouristInnen, damit diese sich frei zwischen diesen beiden Städten bewegen können.

Finanzierung: Dieses Kooperationsprojekt wird über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung finanziert, der Kooperationsprojekte zwischen den Regionen der Europäischen Union fördert (Interreg V-A Spanien-Portugal). Das Projekt wurde im Rahmen von Interreg 2007-2014 gestartet und konnte mit den Mitteln der Förderperiode 2014-2020 weiterentwickelt werden. Die Fördermittel wurden für die Umsetzung des Prozesses und die Optimierung der Dienste verwendet; die Ermäßigungen fallen hingegen in die Zuständigkeit der Gemeinden, die daher über das Projekt weder direkte Zahlungen noch einen finanziellen Ausgleich erhalten.

3.1.2.3 IBK – BODENSEE (DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH, SCHWEIZ, LIECHTENSTEIN)

Basisinformationen: Die Internationale Bodensee Konferenz (IBK) ist ein kooperativer Zusammenschluss der auf Deutschland, die Schweiz, das Fürstentum Liechtenstein und Österreich verteilten Mitgliedsländer: das Land Baden-Württemberg, der Freistaat Bayern, die Schweizer Kantone Appenzell Ausserrhoden, Appenzell Innerrhoden, St. Gallen, Schaffhausen, Thurgau und Zürich, das Land Vorarlberg sowie das Fürstentum Liechtenstein²³ ²⁴. Im Jahr 2000 wurde die Bodensee-Erlebniskarte eingeführt; im Jahr 2019 wurde das Projekt von einer anderen Organisation übernommen, die das System neu organisiert und den neuen Namen Bodensee Card^{PLUS} eingeführt hat.

In der Vierländerregion Bodensee gibt es zwei Vorteilskarten für Familien: die Bodensee Card^{PLUS} und das Bodensee-Ticket²⁵. Beide Initiativen richten sich nicht ausschließlich an Familien, sondern auch an TouristInnen, weshalb es schwierig ist, die Zahl der Karten im Verhältnis zur Bevölkerung zu bestimmen. Dank eines gemeinsamen Systems zur Zählung der ausgestellten Karten kann jedoch die Anzahl der pro Jahr ausgegebenen Karten ermittelt werden, die bei der Bodensee Card^{PLUS} durchschnittlich bei 25.000 liegt. Diese Zahl ist seit Jahren mehr oder weniger konstant, mit Ausnahme des Jahres 2019/20, in dem aufgrund der COVID-19-Pandemie nur 15.000 Karten ausgegeben wurden.

Sprachliche Vielfalt: Auch wenn die zur IBK gehörenden Regionen Teil von vier verschiedenen Staaten sind, gibt es keine sprachlichen Hürden, denn Deutsch ist die Hauptsprache in allen Regionen rund um den Bodensee. Die gesamte Kommunikation im Rahmen der Kooperation und der Back Office-Abwicklung erfolgt daher in deutscher Sprache.

Bewerbung: Da die für die Bodenseeregion bestimmten Karten anders aufgebaut sind als die anderen in diesem Bericht untersuchten Beispiele, geografisch breiter angelegt und eher für die touristische Nutzung konzipiert sind, übernimmt eine supranationale Organisation das Management der Karten und sorgt für eine ausgeglichene und einheitliche Förderung aller Anrainerregionen des Bodensees. Neben der offiziellen Website für den Bodensee in englischer Sprache gibt es daher noch eine Facebook-, eine Instagram- und eine Twitter-Seite, die die rund um den See und in den Anrainerregionen angebotenen Aktivitäten bewerben. Für Instagram wurden zwei Hashtags eingerichtet: “#bodensee4eu” und “#bodenseecard” und, um die Vorteile des Social Media Marketing zu nutzen.

²³. Internationale Bodensee Konferenz, www.bodenseekonferenz.org/statut (Aufruf am 06.06.2021) ²⁴. Interreg Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, www.interreg.org/ (Aufruf am 01.06.2021) ²⁵. Lago di Costanza Vacanze e viaggi, www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/bcp (Aufruf am 03.06.2021)

Eine weitere Initiative der Organisation besteht in der Bereitstellung von kostenlosen Broschüren im Netz, die die InteressentInnen per Post erhalten und vor Urlaubsantritt einsehen können. Auf diese Weise kann man auf den Druck von Faltblättern verzichten, die, wenn sie nicht genutzt werden, schließlich weggeworfen werden.

Governance: Die Initiativen rund um den Bodensee werden von der Internationalen Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH)²⁶, dem internationalen Zusammenschluss aller Tourismusorganisationen der Bodenseeregion, koordiniert. Deren GesellschafterInnen obliegt es, durch Bildungs- und Vermittlungsmaßnahmen in ihrem jeweiligen Umfeld (Landkreis, Destination, Verein), die Interessen und Vorstellungen ihrer Tourist-Informationen, Unternehmen und Mitglieder gebündelt und bereits abgestimmt in die IBT GmbH einzubringen. Nach Erhalt dieser Informationen hat die IBT die zentrale Aufgabe, Tourismusstrategie, Markeninhalte und -themen umzusetzen und weiterzuentwickeln, und zwar auf der Grundlage dessen, was im Projekt „Positionierung der Tourismusregion Internationaler Bodensee“ erarbeitet wurde. Auch die inhaltliche Führung liegt bei der IBT GmbH. Ihre Arbeit umfasst die Koordination von Marktforschung und Konkurrenzbeobachtung sowie Aufgaben wie Marktbearbeitung und Imagewerbung für die internationale Region um den Bodensee in den bestehenden Kernmärkten sowie neuen und internationalen Märkten. Darüber hinaus ermöglicht die IBT GmbH Synergien, indem sie Kooperationen und Erfahrungsaustausch der verschiedenen TourismusakteurInnen organisiert. GesellschafterInnen der IBT GmbH, die auch die entsprechenden Informationen einbringen, sind alle am Bodenseetourismus teilhabenden Tourismusorganisationen. Das Team der IBT GmbH besteht aus neun Mitarbeitenden, die sich das ganze Jahr über mit unterschiedlichen Aufgaben um die Förderung und Integration der Bodensee-Anrainerregionen kümmern.

Merkmale der Vorteilskarten: Wie bereits erwähnt, gibt es im Bodenseeraum zwei verschiedene Arten von Karten:

- Die Bodensee Card^{PLUS} ist nicht nur für ansässige Familien, sondern auch für TouristInnen bestimmt. Mit dem Kauf der Bodensee Card^{PLUS} kann man viele Attraktionen in der Bodenseeregion kostenlos nutzen. Für Kinder unter 6 Jahren sind diese Angebote immer kostenlos. Die Bodensee Card^{PLUS} ist eine Erlebniskarte für über 160 Sehenswürdigkeiten, sie bietet freie Fahrt mit den Kursschiffen und gewährt den KarteninhaberInnen exklusive Zusatzangebote. Diese Karte ist in verschiedenen, individuell wählbaren Varianten für 3 oder 7 Tage erhältlich. Beim Betreten einer Attraktion oder eines Schiffes wird die Bodensee Card^{PLUS} kontaktlos gescannt, damit gilt der Tag als angebrochen. Am selben Kalendertag kann die Karte noch beliebig oft für weitere Erlebnisse genutzt werden.
- Das Bodensee-Ticket ist für Einzelpersonen, erwachsene Paare und Kleingruppen (1 bis 2 Erwachsene und 0 bis 4 Kinder, auch ohne Verwandtschaftsverhältnis) bestimmt. Die TicketinhaberInnen können Züge, Busse und Schiffe zu vergünstigten Preisen nutzen. Die nationalen Rabattkarten des öffentlichen Verkehrs werden anerkannt. Der Kindertarif gilt von 6 bis 15 Jahren, Kleinkinder unter 6 Jahren reisen umsonst. Allerdings ist die Nutzung der Karte in den Mitgliedsländern unterschiedlich organisiert. Das Bodensee-Ticket gilt beispielsweise in der Schweiz und in Österreich in allen Zügen, in Deutschland dürfen die Züge des Fernverkehrs nicht benutzt werden.

Ziel des Projekts: Die IBK wurde mit dem Ziel gegründet, die Bodenseeregion als attraktiven Lebens-, Natur-, Kultur- und Wirtschaftsraum zu erhalten und zu fördern und die regionale Zusammengehörigkeit zu stärken. Durch die Koordinierung auf politischer Ebene und gemeinsame Projekte leistet die IBK einen nachhaltigen Beitrag zur Überwindung der Grenzen in der Region. Der Auftrag der IBK dient als Basis für die Zusammenarbeit. Die IBK ist partnerschaftlich verbunden mit dem Programm Interreg Alpenrhein- Bodensee-Hochrhein, einem Regionalprogramm der Europäischen Union zur Förderung der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Dieses Programm ist maßgeschneidert für die Grenzregion Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein. Das Programm beschreibt

²⁶ Bodenseekreis, www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/ (Aufruf am 07.06.2021)

die strukturellen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen im Programmgebiet, legt Ziele und Strategien fest, regelt die Programmumsetzung und definiert die thematischen Schwerpunkte und Handlungsfelder für die Förderperiode.

Finanzierung: Die Bodensee Card kann online oder in 100 Geschäften rund um den Bodensee, in den so genannten „Verkaufsstellen der Bodensee CardPLUS Summer“ erworben werden. Da es sich um ein „gemeinsames Projekt“ handelt, wurde dieser Service von der IBT GmbH eingeführt, die den Verkauf der Karten finanziert. Im Unterschied zu vielen in diesem Bericht präsentierten Beispielen wird diese Karte also nicht mit Interreg-Mitteln gefördert, sie finanziert sich viel mehr selbst dank der Einnahmen aus dem Verkauf. Gleichzeitig verzichten die Partnerbetriebe auf einen Teil der Einnahmen, indem sie Rabatte und Ermäßigungen auf Eintrittsgelder anbieten. Das Bodensee-Ticket ist in der Schweiz und in Österreich an Bahnhöfen und Bushaltestellen erhältlich, in Deutschland wird es auch in Tourismusbüros und Hotels angeboten.

3.1.3 REGIONALE ODER NATIONALE VORTEILSKARTEN FÜR FAMILIEN MIT KINDERN

3.1.3.1 E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA (KROATIEN)

Basisinformationen: Kroatien hat ein innovatives, komplett digitalisiertes System für die Verwaltung des staatlichen Gesundheitsdienstes entwickelt. Parallel dazu wurde beschlossen, eine Reihe von Leistungen einzuführen, darunter auch die e-Children's Card Mudrica als kinderfreundliche Maßnahme, die über ein System von Ermäßigungen und Vergünstigungen für Familien mit Kindern den KartennutzerInnen - ganz unabhängig vom Einkommen - den Kauf von Waren und Dienstleistungen zu günstigen Preisen ermöglicht, um so den Lebensstandard der Familien zu verbessern.

Ein externes Unternehmen (APIS IT d.o.o.) wurde mit der Entwicklung und Implementierung des Informationssystems e-Children's Card Mudrica beauftragt. (Die Unterzeichnung der rechtlichen Vereinbarung zwischen APIS IT d.o.o. und dem staatlichen Zentralamt für Demografie und Jugend erfolgte nach der Durchführung einer öffentlichen Ausschreibung). Der e-Citizen-Dienst ist ein System, das unter anderem die nötige Datenbank für die e-Children's Card bereitstellt, die auch die Anforderungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) erfüllt. Potenzielle NutzerInnen werden zum e-Citizen-Dienst weitergeleitet, wo der erste Schritt zur Beantragung der e-Children's Card Mudrica erfolgt (automatisierte Überprüfung im Hintergrund, ob die Person, die die e-Children's Card Mudrica beantragt, die dafür vorgesehenen Voraussetzungen erfüllt, und zwar: kroatische Staatsbürgerschaft, Elternteil, Vormund eines Dritten oder Pflegeeltern eines Kindes/ von Kindern unter 18 Jahren).

Das staatliche Zentralamt für Demografie und Jugend plant die Aktualisierung und Erweiterung der mobilen App „Mudrica“ (wofür derzeit eine Ausschreibung läuft), weil es noch viel Spielraum für die Weiterentwicklung und die Aufnahme neuer Dienste für NutzerInnen und VorteilsgeberInnen gibt.

Um zu prüfen, ob die antragstellende Person die Voraussetzungen für die Nutzung der elektronischen Kinderkarte „Mudrica“ erfüllt, verarbeitet das staatliche Zentralamt für Demografie und Jugend die folgenden Kategorien personenbezogener Daten:

- Basisidentifikationsdaten: Vorname, Nachname, PIN (Persönliche Identifikationsnummer)
- Angaben zur Staatsbürgerschaft.

Um festzustellen, mit welchem Kind die antragstellende Person verwandt ist und ob sie Anrecht auf die e-Children's Card Mudrica hat, werden folgende Daten des Kindes verarbeitet:

- Basisidentifikationsdaten: Vorname, Nachname, PIN (Persönliche Identifikationsnummer)
- Geburtsdatum, Informationen darüber, dass das Kind lebend geboren wurde.

Wenn die Kriterien erfüllt sind, können alle Eltern mit mindestens einem Kind unter 18 Jahren, Vormunde und Pflegeeltern die e-Children's Card Mudrica nutzen. Dieser Dienst bietet - in Zusammenarbeit mit öffentlichen oder privatwirtschaftlichen PartnerInnen, die die Notwendigkeit von Synergien zur Verbesserung der demografischen Lage in Kroatien erkannt haben - verschiedene Vorteile und Ermäßigungen auf Produkte und Dienstleistungen. Bei diesem Projekt gibt es finanzielle Vergünstigungen für jedes Kind; Familien mit mehreren Kindern erhalten einen höheren Ermäßigungsprozentsatz²⁷.

Das Projekt ist unbefristet angelegt; Ziel ist es, das Angebot fest im System der staatlichen Dienstleistungen zu verankern. Bis Ende 2021 werden bis zu 25.000 NutzerInnen erwartet, zumal in den ersten 24 Stunden nach Einführung der Karte sich bereits 389 Personen registriert hatten²⁸.

Zum 23. Juni 2021 verzeichnete die e-Children's Card Mudrica über 9.050 NutzerInnen (Registrierungen); diese Zahl wird von den zuständigen Stellen als Erfolg gewertet, wenn man bedenkt, dass die Karte am 21. Dezember 2020 erstmals ausgegeben wurde und die Prognosen aufgrund der Pandemielage revidiert wurden.

Bei der Wahl der Bezeichnung wurde der Fokus bewusst auf den Begriff „Kinder“ gelegt, denn die Zentralregierung will die Botschaft vermitteln, dass eine Kinder-Vorteilskarte den Eltern hilft und dass diese Karte Ausdruck für den gesellschaftlichen Konsens über die demografische Erneuerung und die Familienförderung ist.

Bewerbung: Die Entwicklung und Bewerbung der e-Children's Card Mudrica erfolgt über die Facebook-Seite, über eine eigene Website (auf der auch alle Informationen für die Registrierung der Eltern und für die Anmeldung als Partnerbetrieb veröffentlicht werden), über die PartnerInnen (über deren Website und Social Media-Seiten) und über nationale Werbekampagnen auf digitalen Plattformen (soziale Netzwerke, eine Kampagne Ende Dezember 2020 und Anfang Jänner 2021 sowie digitale Medien). Zusammen erzielen die Webseiten und Online-Werbeseiten eine Reichweite von 1.500 NutzerInnen pro Veröffentlichung, wobei diese Zahl ständig steigt.

Die zweite Kampagne läuft noch und umfasst Spots in Autobussen und Straßenbahnen sowie Plakate in ganz Kroatien. Weiters plant das staatliche Zentralamt für Demografie und Jugend TV- Spots, Konferenzen und andere öffentliche Veranstaltungen mit den Partnerbetrieben, um die e- Children's Card Mudrica zu bewerben.

Governance: Die Koordinierung für dieses Projekt liegt beim staatlichen Zentralamt für Demografie und Jugend mit Sitz in Zagreb, dem eine Reihe von anderen Ämtern untersteht. Mit der Organisation und Umsetzung des Projekts e-Children's Card Mudrica (kostenlose mobile App) beauftragt ist die Abteilung für die Koordinierung der bevölkerungspolitischen Maßnahmen, die zum Ressort der demografischen Entwicklung gehört. Hier handelt es sich um einen unabhängigen Dienst für die Entwicklung von Programmen und Projekten im Bereich Demografie und Jugend.

Die Entwicklung und Implementierung des Informationssystems e-Children's Card Mudrica erfolgte in der Zeit vom 11. September 2019 bis zum 21. Dezember 2020, dem Tag, an dem das System erstmals der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurde. Anerkennung verdient der Umstand, dass staatliche BeamtInnen des staatlichen Zentralamts für Demografie und Jugend in Zusammenarbeit mit APIS IT d.o.o das ursprüngliche Konzept entwickelt und das Projekt durchgeführt haben und dass keine anderen BeraterInnen für dieses Projekt bezahlt oder eingestellt wurden.

Merkmale der App: In der ersten Phase wird die e-Children's Card Mudrica als kostenlose mobile App „Mudrica“ angeboten, mit der Eltern Ermäßigungen erhalten. Die Karte ist mit dem System e- Citizens verbunden, das Datengenauigkeit und -sicherheit garantiert und zur Digitalisierung beiträgt.

²⁷ Central State Office for Demography and Youth, www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902 (Aufruf am 28.05.2021) ²⁸ Central State Office for Demography and Youth, www.e-djecjakartica.hr/ (Aufruf am 28.05.2021)

In Kroatien ermöglicht die vollständige Digitalisierung des Gesundheits- und Sozialsystems den Zugang zur e-Children's Card über das System „e-Citizens“ durch einfache Auswahl des Punkts „e-Service“ im Menü „verfügbare e-Dienste“. Auf diese Weise müssen Familien sich nicht mehr zum Schalter begeben, sondern können die Registrierung bequem online über ihr Gerät erledigen. Um die Vorteile der e-Children's Card Mudrica nutzen zu können, muss man die digitale Anwendung „Mudrica“ auf dem mobilen Gerät installieren. Die App ist für Eltern gedacht und bietet Vorteile oder Ermäßigungen auf Waren oder Dienstleistungen bei Partnerbetrieben.

Die Nutzung ist einfach und intuitiv. Sobald der entsprechende Partnerbetrieb identifiziert ist, zeigen die NutzerInnen der e-Children's Card Mudrica den Bildschirm ihres Smartphones mit den Daten:

- Vor- und Nachname;
- Personalausweis;
- Ablaufdatum (Datum, an dem das jüngste Kind 18 Jahre alt wird);
- Benutzerkategorie (1, 2, 3+, je nach Anzahl der Kinder unter 18 Jahren, siehe unten).

Drückt der/die NutzerIn auf die Schaltfläche „Kaufen“, erzeugt die mobile App einen Barcode, den die Partnerbetriebe einscannen können. Sicherheitshalber wurde der Screenshot des Bildschirms deaktiviert, um Fälschungen zu verhindern. Die Administratoren planen ein Update der App, damit die NutzerInnen „Mudrica“ auch in den Online-Shops der Partnerbetriebe verwenden können. Die App-EntwicklerInnen und AdministratorInnen der e-Children's Card Mudrica bemühen sich um eine - sowohl für NutzerInnen als auch für Partnerbetriebe - möglichst benutzerfreundliche Lösung.

Leistungsangebot: An der Karte ist eine breite Palette von öffentlichen und privaten AnbieterInnen aus den Bereichen Kultur, Wirtschaft, Gesundheit, Bildung, Sport und anderen für Familien relevanten Bereichen beteiligt. Ihre Teilnahme ist gewissermaßen Ausdruck für den gesellschaftlichen Konsens darüber, dass die demografische Erneuerung durch die Förderung von kinderreichen Familien begünstigt werden kann. Das Angebot an Leistungen und Diensten für Familien mit Kindern über die e-Children's Card Mudrica verbessert nicht nur den Lebensstandard von Familien, sondern trägt auch zu einem besseren Zeitmanagement im Alltag der Familien bei.

Die Ermäßigungen mit der e-Children's Card Mudrica gelten für alle, steigen mit der Anzahl der Kinder in der Familie und sind je nach Familiengröße in drei Kategorien unterteilt:

- 1. Kategorie -> ein Kind
- 2. Kategorie -> zwei Kinder
- 3. Kategorie -> drei oder mehr Kinder.

Verwaltung der Partnerunternehmen: Das staatliche Zentralamt für Demografie und Jugend bietet den Partnerunternehmen die Möglichkeit, die Höhe der Ermäßigungen auf ihre Produkte und Dienstleistungen nach eigenem Ermessen festzulegen. Die Partnerbetriebe müssen ein Formular ausfüllen, in dem sie ihre Ermäßigungen angeben; die Mitarbeitenden des staatlichen Amtes importieren diese Daten in die App.

Ziel des Projekts: Mit der e-Children's Card Mudrica will die kroatische Regierung dafür sorgen, dass alle Familien leichter und öfter Zugang zu Gütern und Dienstleistungen haben. Darüber hinaus sollen mit dem Projekt öffentliche und private Unternehmen sensibilisiert werden, damit sie die Bedürfnisse dieser Bevölkerungsgruppe erkennen und ihre gegenseitige und solidarische Unterstützung anbieten. Ein wichtiges Anliegen der kroatischen Regierung ist die Ermutigung und Stärkung der Familien bei der Erziehung ihrer Kinder²⁹.

²⁹ Central State Office for Demography and Youth, www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902 (Aufruf am 28.05.2021)

Finanzierung: Die kroatische Regierung finanziert dieses innovative Projekt, mit dem das staatliche Zentralamt für Demografie und Jugend beauftragt wurde. Die Ermäßigungen und Vorteilsangebote werden hingegen von den Partnerbetrieben zur Verfügung gestellt. Das ursprüngliche Budget für die Entwicklung und Implementierung des Informationssystems für die e-Children's Card Mudrica betrug 1.597.000,00 kroatische Kuna (213.087,71 Euro³⁰); für die Betreuung des Informationssystems sind 383.175,00 kroatische Kuna pro Jahr (51.127,04 Euro³¹) vorgesehen.

3.1.3.2 NÖ FAMILIENPASS, NIEDERÖSTERREICH (ÖSTERREICH)

Basisinformationen: Niederösterreich hat als erstes österreichisches Bundesland eine Familienkarte mit der Bezeichnung NÖ Familienpass eingeführt. Er ist mittlerweile fast 40 Jahre alt, d.h. die erste Vorteilskarte für österreichische Familien, mit der man Ermäßigungen für gemeinsame Erlebnisse in der Familie erhielt, wurde in den 1980er Jahren eingeführt. Wie bereits erwähnt, besteht derzeit keine Partnerschaft mit dem Nachbarland Slowakei, aber in Niederösterreich ist der NÖ Familienpass voll funktionsfähig. Betrachtet man die Geschichte des niederösterreichischen Familienpasses, kann man drei Phasen unterscheiden: In der ersten Phase wurde der Familienpass vom Land Niederösterreich für die eigenen BürgerInnen eingeführt. In der zweiten Phase wurde im Rahmen des Programms Interreg AT-SK auch über die Landesgrenzen hinaus eine Zusammenarbeit mit anderen Regionen aufgebaut. In der dritten Phase stellen wir nach dem Abbruch der grenzüberschreitenden Kooperation eine Rückkehr zur ursprünglichen Situation fest, als der Familienpass nur für Familien mit Kindern aus Niederösterreich bestimmt war. Mit dem Problem der sprachlichen Hürden war man nur in der Zeit der Kooperation mit der Slowakei (und danach mit der Tschechischen Republik) konfrontiert. In Niederösterreich leben 1.691.040 Menschen, von denen 17,5 % unter 18 Jahre alt sind³².

Bewerbung: Familien in Niederösterreich können sich über die Aktivitäten und Neuheiten im Rahmen des Familienpasses auf einer eigenen Facebook- und Instagram-Seite informieren, die im Unterschied zu anderen in diesem Bericht beschriebenen Fällen jeweils zur Gänze dem NÖ Familienpass gewidmet ist. Von Montag bis Freitag wird einmal täglich ein Beitrag auf Facebook veröffentlicht, in dem über neue Partnerbetriebe, aktuelle Initiativen und für das Wochenende oder die folgenden Monate geplante Aktivitäten berichtet wird. Informiert wird auch auf Instagram, wo Familien über den Hashtag „#nöfamilienland“ Fotos teilen und zur Bekanntheit des Familienpasses in den sozialen Medien beitragen können. Die Kommunikation auf beiden Plattformen erfolgt natürlich in deutscher Sprache. Ein weiteres Instrument der Öffentlichkeitsarbeit ist der Newsletter, der über ein Online-Verfahren mit Einwilligungserklärung auf der Website des NÖ Familienpasses beantragt werden kann. In diesem Fall erhält man fünf- bis siebenmal im Jahr per E-Mail Informationen zu Familienthemen, Veranstaltungen und Möglichkeiten zur Freizeitgestaltung in Niederösterreich und zum NÖ Familienpass. Die Einwilligung zum Newsletter-Erhalt kann bei jeder Zusendung durch Klick auf „Newsletter abmelden“ widerrufen werden³³.

Governance: der NÖ Familienpass wird von der NÖ Familienland GmbH³⁴ betrieben, einem 2014 eröffneten Kompetenzzentrum für Familienarbeit in Niederösterreich - ein Jahr nach der Gründung auf Initiative der damaligen Familienlandesrätin - eröffnet wurde.

Ziel der Tätigkeiten des Kompetenzzentrums ist die Unterstützung von Familien, Gemeinden und Institutionen in den Bereichen: Kinderbetreuung, Entwicklung, Erziehung und Bildung von Kindern und Jugendlichen, Gesundheits- und Bewegungsförderung von Kindern und Jugendlichen, Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Entwicklung von Konzepten zur Unterstützung von Familien, Entwicklung von Familienhilfen, Zusammenwirken der Generationen und Abbau von Barrieren.

Mit der Ausführung der Aktivitäten ist ein Team mit einer Geschäftsführerin an der Spitze beauftragt; weiters

³⁰. Il Sole 24 ore, www.mercati.ilsole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1 (Aufruf am 30.06.2021) ³¹. Il Sole 24 ore, www.mercati.ilsole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1 (Aufruf am 30.06.2021) ³². Statcube, www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825 (Aufruf am 27.06.2021) ³³. NÖ FAMILIENLAND GMBH, www.familienpass.at/ (Aufruf am 10.06.2021)

arbeiten neun Beschäftigte im Bereich Vereinbarkeit von Familie und Beruf, fünf im Bereich Serviceleistungen für Familien, drei im Bereich Bewegungs- und Begegnungsräume, acht im Bereich Kommunikation und Marketing und eine Arbeitskraft im Bereich Buchhaltung und Controlling.

Merkmale der Karte: Mit dem NÖ Familienpass erhalten alle Eltern mit Kindern Ermäßigungen bei Freizeitaktivitäten. Die Ermäßigungen gelten nicht nur für Eltern und Großeltern, sondern auch für Onkel und Tanten, Freunde der Familie und Babysitter. Der Familienpass ist kostenlos und bietet Ermäßigungen für Familien in Niederösterreich und in den angrenzenden Bundesländern.

Voraussetzung ist, dass mindestens ein Erwachsener oder ein Kind seinen Wohnsitz in Niederösterreich hat. Der Familienpass ist nach Ausstellung bis zum vollendeten 18. Lebensjahr des (jüngsten) Kindes gültig und kann danach so lange verlängert werden, solange Familienbeihilfe für ein Kind bezogen wird.

Leistungsangebot: Derzeit sind ca. 550 Partnerunternehmen beteiligt; über eine Online-Suche auf der Website oder in der App findet man die beteiligten AnbieterInnen. Eine Filterfunktion ermöglicht die Suche nach Bezirk, Bundesland und Kategorie. Außerdem kann man nach familienfreundlichen Extras wie „Spielzimmer“ oder „Barrierefreiheit“ suchen. Die Planung von Ausflügen wird durch die Integration von Google Maps und die Zusammenarbeit mit Outdooractive erleichtert: Bei zweiterer handelt es sich um eine weltweit führende digitale Plattform für Outdoor- Karten und -Routen. Partnerbetriebe gibt es zudem auch in den Bundesländern Burgenland, Kärnten, Oberösterreich, Salzburg, Steiermark, Tirol und Wien.

Zu den Leistungen des NÖ Familienpasses gehören auch Versicherungsangebote. In der Tat können Familien, die den Familienpass besitzen, zu einem vorteilhaften Preis eine Unfallversicherung abschließen. Die Versicherung umfasst Bausteine wie Invalidität durch Unfall und Spitalsgeld. Das Versicherungspaket wird in den Varianten „Standard“ und „Premium“ angeboten; das Paket Aktivplus sichert Großeltern, Verwandte und Begleitpersonen ab bei Dauerinvalidität, Ausgaben für Bergungskosten, Medikamente und Heilbehandlungen sowie Gesundheitsleistungen.

Die von den ausgewählten Partnerbetrieben angebotenen Ermäßigungen werden gegen Vorlage des NÖ Familienpasses gewährt. Mit dem Pass, der kostenlos ausgegeben wird, kann man auch die ÖBB VORTEILScard nutzen³⁵, eine Karte, die flexibles Reisen in ganz Österreich mit Ermäßigungen beim Kauf von Bahn- und Flugtickets ermöglicht.

3.1.3.3 OÖ FAMILIENKARTE, OBERÖSTERREICH (ÖSTERREICH)

Basisinformationen: Die OÖ Familienkarte ist eine Vorteilskarte, die an alle Familien in Oberösterreich ausgegeben wird. In diesem Bundesland leben 1.495.756 Menschen, von denen 18,2 % zwischen 0 und 17 Jahren alt sind³⁶. Insgesamt gibt es 632.136 Familien mit durchschnittlich 1,67 Kindern, von denen 135.067 Kinder unter 15 Jahre alt sind³⁷.

Bewerbung: Die Kommunikation erfolgt in deutscher Sprache, da der Geltungsbereich der Karte auf das Bundesland beschränkt ist. In der Landessprache erfolgt auch die Bewerbung auf der offiziellen Website der OÖ Familienkarte, auf der alle Informationen zur Familienkarte, zu den Familienförderungen und zur regionalen Familienpolitik veröffentlicht werden. Ein Bereich auf der Seite ist der Elternbildung gewidmet, weiters findet man hier alle nützlichen Angaben für Familien und Informationen zu den VorteilsgeberInnen³⁸. Was die Bewerbung in den sozialen Netzwerken anbelangt, ist die Familienkarte auf den Plattformen Facebook und Instagram präsent, wo Nachrichten zu Veranstaltungen und Angeboten zeitnah veröffentlicht werden. Für die digitalen Dienste wurde auch eine App entwickelt. Die Familienkarten-App bietet nicht nur die gleichen Möglichkeiten wie die Papierkarte,

³⁴ NÖ FAMILIENLAND GMBH, www.noe-familienland.at/ (Aufruf am 10.06.2021) ³⁵ Der NÖ Familienpass - Land Niederösterreich, www.noe.gv.at/noe/Familien/Familienpass.html (Aufruf am 10.06.2021) ³⁶ Statistik Austria, www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html (Aufruf am 13.05.2021) ³⁷ Land Oberösterreich, www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm (Aufruf am 13.05.2021) ³⁸ OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte.html (Aufruf am 18.06.2021)

KarteninhaberInnen können sich auf diesem Weg auch Gutscheine einiger Partnerunternehmen sichern. Nach dem Öffnen der Familienkarten-App sieht man gleich, welche Gutscheine zur Verfügung stehen, und kann das gewünschte Angebot auswählen. Der Gutschein muss direkt beim Partnerunternehmen durch Anklicken des Buttons „Gutschein einlösen“ eingelöst werden. Eingelöste Gutscheine verlieren ihre Gültigkeit und können von anderen Familien nicht mehr genutzt werden. Wenn also eine Familie einen bereits bestätigten Gutschein nicht verwenden möchte, kann sie ihn stornieren, damit eine andere Familie vom Angebot profitieren kann. So sollen NutzerInnen ermutigt werden, immer wieder in der App nach Gutscheinen zu suchen. Der Newsletter wird den KarteninhaberInnen in regelmäßigen Abständen zugesandt, um sie über saisonale Veranstaltungen und Angebote zu informieren.

Governance: Ein Team von festangestellten Mitarbeitenden des Familienreferats des Landes Oberösterreich betreut die Familienkarte. Das Team umfasst fünfzehn Mitarbeitende mit verschiedenen Aufgabenbereichen: Förderung von Familienorganisationen, Sekretariat, Versand von Informationsbroschüren, Familienförderungen (Kinderbetreuungsbonus, Schulveranstaltungshilfe, Mehrlingszuschuss), Herausgabe des OÖ Familienjournals, Bewerbe und Veranstaltungen, Ausstellung und Änderung der OÖ Familienkarte, Homepage, digitaler Newsletter, Online-Berichte, Familienförderung, Elternbildung.

Merkmale der Karte: Die OÖ Familienkarte wird an Familien mit einem Kind unter 19 Jahren (oder älter, wenn Familienbeihilfe bezogen wird) ausgegeben. Unter diesen Voraussetzungen erhalten Familien die OÖ Familienkarte kostenlos auf Antrag, d.h. durch Ausfüllen der Formulare, die beim Familienreferat des Landes Oberösterreich aufliegen oder auf dem Online-Portal des Landes bereitgestellt werden.

Ausländische StaatsbürgerInnen (ausgenommen BürgerInnen von EU-Mitgliedsstaaten) müssen den Nachweis eines Aufenthaltstitels (gültige Niederlassungsbewilligung oder positiver Asylbescheid) beilegen. Elternteile, die getrennt von ihren Kindern leben, können eine Familienkarte beantragen, wenn aus einer Scheidungsurkunde oder Unterhaltsvereinbarung hervorgeht, dass der Wohnsitz der antragstellenden Person sowie des Kindes (der Kinder) in Oberösterreich liegt. Der/die AntragstellerIn ist verpflichtet, jede Änderung in den Voraussetzungen für den Erhalt der OÖ Familienkarte dem Familienreferat unverzüglich mitzuteilen. Das Antragsverfahren ist sehr einfach: Das vollständig ausgefüllte und unterschriebene Formular ist dem zuständigen Wohnsitzgemeindeamt bzw. Magistrat zur Bestätigung der Angaben vorzulegen. Die Gemeinde/der Magistrat übermittelt den Antrag dem Familienreferat des Landes OÖ. Die OÖ Familienkarte wird dem/der AntragstellerIn etwa 3 bis 4 Wochen nach Antragstellung zugesandt und ist bis zum 19. Lebensjahr des jüngsten Kindes gültig, längstens jedoch bis zu dem Zeitpunkt, ab welchem für ein Kind keine Familienbeihilfe mehr bezogen wird.

Leistungsangebot: Zu den Vorteilen der Familienkarte gehören Ermäßigungen bei verschiedenen oberösterreichischen Unternehmen in den Bereichen Freizeit, Gastronomie, Dienstleistungen, die als Partnerbetrieb familienfreundliche Angebote (mit eigener Preis- und Tarifpolitik) bereitstellen. Wichtig ist auch die Unfallversicherung für Kinder und Eltern, die mit der Familienkarte kostenlos angeboten wird³⁹. Weiters erhalten die KarteninhaberInnen kostenlos die neueste Ausgabe des OÖ Familienjournals, in dem interessante Informationen und Neuerungen für die Familie sowie die aktuelle Liste der Partnerbetriebe und deren spezielle Angebote enthalten sind. Weitere Vorteile: Online-Service mit digitalem Elternbildungskonto; Einladung zur kostenlosen Teilnahme an Veranstaltungen des Familienreferates des Landes OÖ; Informationsvorsprung durch ständige Information über alle Neuerungen und Änderungen bei familienfreundlichen Förderungsmaßnahmen und familienorientierten Aktionen des Landes OÖ; günstiger Bus- und Bahnfahren im OÖ Verkehrsverbund und mit der WESTbahn; günstig Tanken bei Turmöl- und Doppler-BP-Tankstellen. Auch Großeltern können von den Ermäßigungen der OÖ Familienkarte profitieren, wenn sie die Karte (der Eltern),

auf der ihre Enkelkinder eingetragen sind, bei den mit dem Oma-Opa-Logo gekennzeichneten Vorteilsgeber-Betrieben vorlegen. Deshalb gibt es keine separate Karte für Großeltern. Die digitale Familienkarte (mittels App) ist auch ein Service für Großeltern, die die digitale App auf ihrem Smartphone aktivieren können.

InhaberInnen der OÖ Familienkarte erhalten Ermäßigungen bei Fahrten mit Bahn und Bus. Reist ein Elternteil allein im Regionalverkehr, hat er auf jeden Fall Anspruch auf den ermäßigten Fahrpreis.

Mitreisende Kinder bis zum vollendeten 15. Lebensjahr fahren kostenlos, wenn ein Elternteil eine Fahrkarte (Einzel- oder Tageskarte) erworben hat. Für über 15 Jahre alte Kinder gelten ermäßigte Tarife. Auch Großeltern zahlen ermäßigte Fahrpreise.

Ziel des Projekts: Ziel des Engagements der Familienpolitik des Landes Oberösterreich ist es, Familien finanziell zu entlasten und familienfreundliche Rahmenbedingungen zu schaffen, damit junge Menschen sich für die Gründung einer Familie entscheiden können. Die Stärkung und Förderung von Familien ist daher eine der obersten Prioritäten der Politik des Landes Oberösterreich.

3.1.3.4 RODINNĚ PASY, SÜDMÄHREN (TSCHECHISCHE REPUBLIK)

Basisinformationen: Das Kooperationsprojekt zwischen Österreich und der Slowakei erstreckte sich auch auf die Regionen Hochland und Südmähren und wurde später auf die Regionen Olmütz, Pardubitz, Ústí, Südböhmen, Königgrätz und Kromeríž (Tschechische Republik) ausgeweitet.

Auch in diesem Fall wurden die Familienpässe nach dem Abbruch der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit im eigenen Land weiter genutzt und ausgebaut. Bis heute sind die Familienkarten in der Tschechischen Republik ein Service der jeweiligen Regionen, die weiterhin Vorteilsangebote auf regionaler Ebene zur Verfügung stellen. Neun von vierzehn Regionen haben in der Tschechischen Republik ihre eigene Familien-Vorteilskarte (Rodinně Pasy auf Tschechisch). Dieses Angebot gibt es in folgenden Regionen: Ústí, Südböhmen, Mittelböhmen, Königgrätz, Kromeríž, Pardubitz, Mährisch-Schlesische Region, Südmähren, Hochland. Die EinwohnerInnen der anderen fünf tschechischen Regionen können die Karte und damit auch die Preisnachlässe nicht erhalten, da sich die Verwaltungen dieser Regionen der Initiative nicht angeschlossen haben⁴⁰. Die angeführten Daten beziehen sich auf die Vorteilskarte für Familien in Südmähren, denn jede tschechische Region verwaltet ihre eigene Karte, auch wenn die angebotenen Ermäßigungen gegenseitig anerkannt werden.

Die Zahl der InhaberInnen des Familienpasses Rodinně Pasy in Südmähren beträgt 80.000; über 800 Partnerunternehmen sind am Projekt beteiligt⁴¹.

Bewerbung: Die Region Südmähren hat eine eigene Website für den Familienpass erstellt, auf der einschlägige Informationen veröffentlicht und die Angebote beschrieben werden. Für beide beteiligten Parteien - Familien und Partnerbetriebe - ist ein eigener Abschnitt mit den notwendigen Erläuterungen vorgesehen. Auf einer für den Familienpass eingerichteten Facebook-Seite werden ebenfalls regelmäßig Neuigkeiten veröffentlicht (neue Partnerbetriebe, Veranstaltungen, Gewinnspiele). Darüber hinaus wurde eine digitale App eingeführt, die die Übertragung der Vorteilskarte auf ein Smartphone und deren digitale Nutzung ermöglicht. Nach dem Herunterladen der App auf das Gerät muss der Code des Familienpasses eingegeben werden, damit er mit dem Gerät verknüpft und das Anerkennungsverfahren eingeleitet werden kann.

Außerdem wird halbjährlich ein Katalog (PDF- und Papierformat) herausgegeben, in dem alle Partnerbetriebe mit ihren Vorteilsangeboten und die von der Region initiierten Gewinnspiele aufgeführt sind. Außerdem erscheint zweimal im Jahr auch eine Zeitschrift mit informativen Artikeln zu sozialen und familiären Themen; darin enthalten ist auch ein eigener Abschnitt für Kinder mit Spielen, Rätseln, Kinderreimen und Freizeitaktivitäten.

Governance: Verantwortlich für die Umsetzung des Rodinně Pasy ist ein Mitglied des Rats für Sozial- und

⁴⁰ Rodinně pasy, www.rodinnepasy.cz/ (Aufruf am 08.06.2021) ⁴¹ Rodinně pasy, www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/ (Aufruf am 08.06.2021)

Familienpolitik der Region Südmähren. Zu diesem Zweck besteht eine Zusammenarbeit mit einem externen Unternehmen (Vertigo.cz), das für die Öffentlichkeitsarbeit und die grafische Gestaltung sowohl für die Website als auch für die App sorgt, sowie mit dem Projektpartner Rodinnà Politika, der sich für die Familienförderung in Südmähren einsetzt.

Merkmale der Karte: Die Teilnahme und Beantragung des Rodinnè Pasy ist für die Familien kostenlos. Grundvoraussetzung ist ein ständiger Wohnsitz in Südmähren und mindestens ein Kind unter 18 Jahren. Die Anmeldung erfolgt nach dem Ausfüllen eines Online-Formulars, in dem lediglich die persönlichen Daten der Eltern, der Kinder, eine Telefonnummer und eine E-Mail- Adresse abgefragt werden. Nach 4 bis 6 Wochen wird der Familienpass an die angegebene Adresse gesendet. Jede Familie kann maximal zwei Pässe erhalten. Innerhalb der Tschechischen Republik kann der Familienpass Rodinnè Pasy unabhängig von der Region, in der er ausgestellt wurde, überall verwendet werden (soweit es sich um eine der neun Regionen handelt, in denen es einen Familienpass und damit Partnerbetriebe gibt). Die Karten werden in allen Regionen gegenseitig anerkannt. Generell gilt, dass Preisnachlässe nicht addiert werden. Um die Vorteilsangebote für Freizeitaktivitäten nutzen zu können, muss neben dem/der KarteninhaberIn auch mindestens ein (auf der Karte angegebenes) Kind anwesend sein. Für normale Einkäufe reicht die Anwesenheit der Karteinhaberin bzw. des Karteninhabers.

Leistungsangebot: Die InhaberInnen des Familienpasses Rodinnè Pasy profitieren von Ermäßigungen in den Bereichen Kultur, Sport, Handel (Kleidung, Sportartikel usw.), bei Dienstleistungen (Restaurants, Unterkünfte, Urlaub usw.) und bei anderen Freizeitaktivitäten.

Verwaltung der Partnerunternehmen: Sehr oft sind die VorteilsgeberInnen öffentliche Einrichtungen in der Region, in den Gemeinden und Städten: Museen, Schwimmbäder, Theater, Denkmäler, Thermalbäder, Sportplätze und Kulturveranstaltungen. Die am Projekt beteiligten VorteilsgeberInnen sind mit einem eigens für diese Initiative eingeführten Aufkleber gekennzeichnet. Zu den Partnerunternehmen gehören sowohl öffentliche Körperschaften als auch private AnbieterInnen.

Ziel des Projekts: Ziel der Einführung des Familienpasses ist es, die Familien beim Einkaufen und bei ihren Freizeitaktivitäten finanziell zu entlasten.

Finanzierung: Hier handelt es sich nicht um eine reine Rabattkarte, der Familienpass leistet über die sozialen Netzwerke (Facebook) und den Newsletter auch Informationsarbeit; jeden Tag werden Vorschläge für Kulturveranstaltungen, Sportaktivitäten, Reisen und Veranstaltungen für Kinder in Südmähren (und darüber hinaus) veröffentlicht. Finanziert wird das Projekt von der Region selbst.

3.1.3.5 RODINNÝ PAS, BRATISLAVA (SLOWAKEI)

Basisinformationen: Der Rodinný Pas, der zu dem grenzüberschreitend organisierten System der Familienpässe (FamilyNet) gehörte, das 2012 eingeführt wurde und 2014 ausgelaufen ist, wird in der Region Bratislava (Slowakei) weiter genutzt und sieht Vorteilsangebote für die registrierten Familien vor; weggefallen ist hingegen die grenzüberschreitende Anerkennung des Passes in den Ländern Niederösterreich und Burgenland. Zum 31. Dezember 2019 verzeichnete die Region Bratislava 669.592 EinwohnerInnen, das entspricht 12,3 % der Gesamtbevölkerung der Slowakei⁴².

In der Region Bratislava sind mehr als 6.048 Familien für den Familienpass Rodinný Pas registriert⁴³. Auch wenn die grenzüberschreitende Vereinbarung ausgelaufen ist, sank die Zahl der ausgestellten Pässe nicht, im Gegenteil, im

⁴². DATAcube, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (Aufruf am 28.05.2021) ⁴³. Trnavský kraj, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (Aufruf am 28.05.2021)

Jahr 2019 wurden durchschnittlich 100 Anmeldungen pro Monat verzeichnet. Dieser Trend ging allerdings 2020 aufgrund der Covid-19-Pandemie drastisch zurück.

Sprachliche Vielfalt: Seit dem Wegfall der grenzüberschreitenden gegenseitigen Anerkennung der Familienpässe gibt es auch keine sprachlichen Hürden mehr in der Kommunikation (nach innen und nach außen). Denn alle Informationen werden in der Landessprache Slowakisch veröffentlicht.

Bewerbung: Es wurde ein Budget für bezahlte Werbung auf Facebook bereitgestellt, um für den Familienpass zu werben und verschiedene Gewinnspiele zu veranstalten, die nicht nur bei Familien sehr beliebt sind, sondern sich auch ganz allgemein dazu eignen, die Bevölkerung zum Mitmachen anzuregen. Für ihre Werbung nutzt die Region Bratislava auch die offizielle regionale Website, auf der der Pass regelmäßig Sichtbarkeit erhält und so eine hohe Reichweite erzielt, um neue NutzerInnen zu gewinnen. Die InhaberInnen des Rodinný Pas erhalten zudem monatlich einen Newsletter, in dem alle geplanten Veranstaltungen und aktuelle Neuigkeiten sowie Hinweise auf die Ermäßigungen, Angebote und die laufenden Gewinnspiele veröffentlicht werden.

Governance: Die Zuständigkeit für den Rodinný Pas liegt derzeit zur Gänze bei der Region Bratislava, genauer gesagt beim Slovak House of Centrope⁴⁴, einer Organisation, die seit 2016 mit der Verwaltung des Passes beauftragt ist und für alle wichtigen Entscheidungen von der Region die Genehmigung einholt. Tätigkeitsschwerpunkt ist die regionale, kulturelle und touristische Entwicklung in Verbindung mit transnationalen EU- und Kulturprojekten. Das für die Familienkarte verantwortliche Team umfasst drei Mitarbeitende, von denen eine Person für die Bewerbung (Texte, Informationen, Aktualisierungen), die Akquisition neuer AnbieterInnen (samt Vertragsabschluss), den Versand der Familienkarten an die NutzerInnen, die Kommunikation nach außen und die Ausarbeitung und Auswertung von Gewinnspielen zuständig ist. Eine weitere Person mit Redakteursaufgaben leistet die Vorarbeit für die Texte, führt Recherchen zu Veranstaltungen durch, erstellt Videos und kümmert sich um die täglichen Nachrichten und den Newsletter. Für die Arbeitskontrolle und -organisation sorgt hingegen ein/eine Senior ManagerIn.

Merkmale der Karte: In der Region Bratislava wurden die technischen Merkmale des Passes nicht geändert, der Rodinný Pas wird daher an Familien (auch unverheiratete LebenspartnerInnen, geschiedene Eltern, Personen, die Kinder betreuen) mit Kindern unter 18 Jahren und dauerhaftem Wohnsitz in der betreffenden Region ausgestellt. Die Registrierung und die Ausstellung des Passes sind kostenlos, die Ausstellungskosten übernimmt die autonome Region Bratislava.

Um in den Genuss der Ermäßigung zu kommen, muss die Karte vor der Bezahlung vorgelegt werden. Das Vorteilsangebot ist breitgefächert und deckt die Bereiche Kultur, Sport, Tourismus, Freizeit, Einkaufen und andere Dienstleistungen ab. Die Preisnachlässe liegen zwischen 7 % und 20 % bei privaten AnbieterInnen und erreichen bis zu 50 % bei öffentlichen Stellen⁴⁵.

Die Angebote werden jeden Monat aktualisiert, dazu wird ein Newsletter mit einer klaren Beschreibung der Veranstaltungen des Monats, Tipps für die Freizeitgestaltung und Informationen über die angebotenen Ermäßigungen versendet.

Mit der Zunahme der Anmeldungen erhöhte sich die Chance für Partnerbetriebe, neue potenzielle KundInnen zu gewinnen. Die VorteilsgeberInnen erhalten eine starke Sichtbarkeit auf der Projekt- Homepage und erhöhte Aufmerksamkeit für ihre Produkte oder Dienstleistungen im Rahmen des Newsletters. Auf dem aktiven Facebook-Profil der Familienpässe werden Werbebeiträge veröffentlicht, Produkte oder Dienstleistungen werden in Rahmen von Gewinnspielen beworben; insgesamt haben die Unternehmen damit die Möglichkeit, ihre Dienstleistungen, Produkte, Aktivitäten und Kurse kostenlos zu bewerben.

⁴⁴. House of Centrope, www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/ (Aufruf am 28.05.2021) ⁴⁵ Rodinný Pas, www.rodinne-pasy.sk/ (Aufruf am 11.06.2021)

Ziel des Projekts: Der Fokus liegt auf lokalen Angeboten für Kinder in der Region Bratislava; letztes Jahr wurde außerdem mit der Einführung neuer Leistungen speziell für SeniorInnen begonnen.

Daher sucht das Team nun auch nach PartnerInnen, die für diese Personengruppe interessant sein könnten, wie z.B. medizinische Kliniken oder zahnmedizinische Angebote. Diese neue Herausforderung hat dazu geführt, dass die Idee einer neuen grenzüberschreitenden Zusammenarbeit vorerst hintangestellt wurde, da der Aufbau von neuen Vorteilsangeboten für eine neue Bevölkerungsgruppe den Einsatz aller verfügbaren Ressourcen erfordert.

Finanzierung: Als die Umsetzung des Rodinný Pas noch im Rahmen des Programms Interreg AT-SK erfolgte, konnten dafür auch europäische Fördermittel abgerufen werden; da diese Kooperation aber beendet wurde, gibt es dafür auch keine wirtschaftliche Unterstützung mehr. Mittlerweile wird das Projekt des regionalen Familienpasses allerdings seit mehr als sechs Jahren von der Region Bratislava finanziert.

3.1.3.6 VORARLBERGER FAMILIENPASS, VORARLBERG (ÖSTERREICH)

Basisinformationen: Dieses Beispiel einer Familienkarte hat einen anderen Umfang als die oben dargestellten Fälle. Der Geltungsbereich dieses Familienpasses beschränkt sich auf das Gebiet des Bundeslandes Vorarlberg. Hier handelt es sich um ein - im Vergleich zu den grenzüberschreitend genutzten Vorteilskarten - eher kleines, weniger komplex strukturiertes Gebiet. Dennoch weist der Aufbau dieses Angebots in Form einer Vorteilskarte für Familien interessante und für die Zwecke der Machbarkeitsstudie aufschlussreiche Besonderheiten auf.

Bei der Volkszählung im Oktober 2020 wurden im Bundesland Vorarlberg knapp 400.000 EinwohnerInnen gezählt, davon 44.000 Familien mit Kindern unter 18 Jahren. Von den 44.000 Familien besitzen rund 80 % den Vorarlberger Familienpass.

Sprachliche Vielfalt: In diesem Fall handelt es sich um eine lokale Initiative eines Bundeslandes, daher gibt es keine Probleme mit der sprachlichen Vielfalt. Die Internetseite ist in deutscher Sprache und im Unterschied zu den zuvor dargestellten Fällen hat Vorarlberg eine App mit den Sprachoptionen Deutsch und Englisch entwickelt.

Bewerbung: Die Bewerbung für diese Initiative findet in erster Linie auf der Website des Landes Vorarlberg statt, wo auf einer dem Familienpass gewidmeten Seite alle Informationen veröffentlicht und die Schritte für die Online-Beantragung des Passes erläutert werden. Darüber hinaus gibt es einen FAQ-Bereich mit Antworten auf häufig gestellte Fragen. Auch in diesem Fall wurden eine Social-Media-Seite auf Facebook und Instagram sowie ein YouTube-Kanal eingerichtet, um alle BürgerInnen über Neuigkeiten und Initiativen in der Region zu informieren, ohne dass der Fokus speziell auf dem Familienpass liegt. Exklusiv für den Vorarlberger Familienpass wurde hingegen eine App entwickelt, in der sich die InhaberInnen des Familienpasses über Partnerbetriebe und deren Ermäßigungen und Vorteilsangebote informieren können. In regelmäßigen Abständen wird auch ein Newsletter an die BesitzerInnen des Familienpasses gesendet⁴⁶.

Governance: Die Organisation des Vorarlberger Familienpasses übernimmt ein Verein, der mit Beiträgen des Landes Vorarlberg finanziert wird. Neue Aufgaben wie Planung oder Marketing werden jedoch in enger Absprache mit der Vorarlberger Landesregierung, Fachbereich Jugend und Familie festgelegt.

Merkmale der Karte: Der Familienpass muss beim Gemeindeamt oder durch Ausfüllen des Online- Formulars auf der institutionellen Website des Bundeslandes Vorarlberg beantragt werden (in diesem Fall wird der Pass per Post zugestellt). In den darauffolgenden Jahren wird der Familienpass automatisch jedes Jahr zugestellt, bis die Kinder das 18. Lebensjahr vollendet haben. Bei Verlust/Beschädigung der Karte oder bei einer Änderung der Daten (z.B. Umzug oder Geburt weiterer Kinder) kann der neue Familienpass im Gemeindeamt abgeholt werden.

⁴⁶ Vorarlberger Familienpass, www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass (Aufruf am 05.06.2021)

Die Familienpass-App kann kostenlos heruntergeladen und zusätzlich zum Familienpass in Papierform genutzt werden. Alle aktuellen Angebote und Aktionen, Vergünstigungen, Gewinnspiele und Öffnungszeiten sind in der App leicht zu finden. Den Zugangscode für die App teilt das Gemeindeamt mit.

Der Familienpass gilt im Bundesland Vorarlberg, aber es gibt auch einige Partnerbetriebe in Deutschland und in der Schweiz, die sich der Initiative angeschlossen haben und Familien mit Kindern, die den Vorarlberger Familienpass vorlegen, Ermäßigungen und Vorteile bieten. Hier handelt es sich um Preisnachlässe für Tagesausflüge für Vorarlberger Familien. Die ausländischen Partnerunternehmen wurden direkt von den Vorarlberger Familien ausgewählt, die die Familienpass-BetreiberInnen ausdrücklich gebeten haben, mit bestimmten AnbieterInnen Ermäßigungen auszuhandeln. Diese Kooperation beruht aber nicht auf Gegenseitigkeit, denn in den Ländern, in denen diese Vereinbarungen getroffen wurden (Deutschland und Schweiz), gibt es keine entsprechenden Vorteilskarten mit gegenseitiger Anerkennung.

Leistungsangebot: Die Ermäßigungen betreffen Aktivitäten in den Bereichen Freizeit, Sport, Kultur, Elternbildung, öffentliche Verkehrsmittel, aber auch Events und spezielle Veranstaltungen. Im Rahmen des Vorarlberger Verkehrsverbunds fahren die auf dem Familienpass eingetragenen Kinder kostenlos Bus und Bahn, wenn ein Elternteil das Ticket zum Vollpreis erwirbt.

Dieses Angebot gilt auch für Großeltern. Wenn Großeltern mit mindestens einem Enkelkind reisen, fahren die auf dem Familienpass eingetragenen Kinder und ein zweiter Großelternanteil gratis. Voraussetzung ist, dass ein Großelternanteil ein gültiges Ticket erworben hat. Der Familienpass kann auch auf das Smartphone der Großeltern geladen werden und wird somit automatisch mitgeführt.

Verwaltung der Partnerunternehmen: Über 200 Partnerbetriebe - einige davon in Deutschland und in der Schweiz - sind am Vorarlberger Familienpass beteiligt. Die Partnerbetriebe erhalten keine Vergütung, dafür werden ihre Produkte bei Veranstaltungen, im Magazin „Familienpass“ (erscheint sechs- bis achtmal im Jahr) und in der App beworben.

Ziel des Projekts: Ziel des Familienpasses ist es, Familien finanziell zu entlasten, auf Freizeitangebote in Vorarlberg aufmerksam zu machen, das Gemeinschaftserlebnis in den Familien zu stärken und die Attraktivität der öffentlichen Verkehrsmittel zu steigern.

Finanzierung: Wie bereits erwähnt, finanziert das Land Vorarlberg das Projekt Familienpass und stellt dazu ein Budget für die entsprechenden Aktivitäten und die Umsetzung des Familienpasses bereit.

3.2 BEST PRACTICES

Wie in Abschnitt 1.3 „Forschungsmethodik“ bereits erwähnt, wurden nach der Untersuchung und Analyse der elf Praxisbeispiele, die für die Machbarkeitsstudie berücksichtigt wurden, einige Best Practices definiert, identifiziert und analysiert.

Insbesondere drei Schlüsselmerkmale werden als grundlegend und unverzichtbar zur Erreichung der Ziele der von der Euregio geplanten Machbarkeitsstudie angesehen. Nach der Erörterung dieser Aspekte werden auch die technischen/strukturellen Verwaltungsmerkmale untersucht, die sich voraussichtlich am besten eignen, um den angestrebten Zweck zu erreichen, und für die ein eigenes Unterkapitel vorgesehen ist.

Die in Frage kommenden Best Practices beziehen sich auf: „Leistungsangebot für Familien“, „Digitalisierung“, den „grenzüberschreitenden Aspekt“ und, wie oben erwähnt, auf „technische/strukturelle Verwaltungsaspekte“. Hinsichtlich der Leistungen für Familien wurde überprüft, in welchen Bereichen Vorteilsangebote zur Verfügung

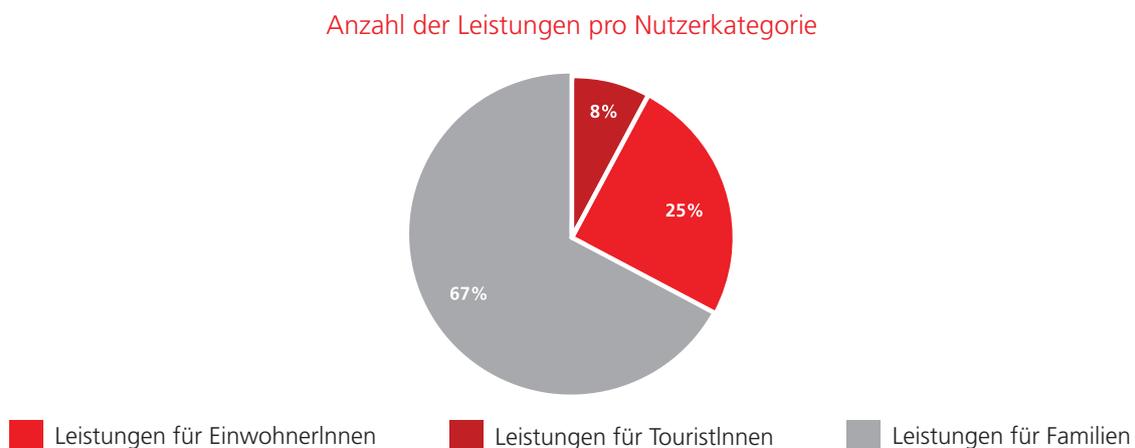
stehen, welche Veranstaltungen einbezogen werden und welchen Stellenwert die angebotenen Leistungen haben. Was die Digitalisierung betrifft, so wurden die eingesetzten digitalen Instrumente, ihre Umsetzung, Nutzung, Verwaltung, ihr Betrieb, ihre Funktionsweise und ihre Verbreitung analysiert. Beim dritten untersuchten Aspekt ging es darum, wie die grenzüberschreitende Nutzung der Familienpässe durch die Familien organisiert und erfasst wird. Das letzte Unterkapitel befasst sich mit den technischen Aspekten; darin werden die Modalitäten der Umsetzung der verschiedenen Leistungen, administrative und bürokratische Aspekte in Zusammenhang mit dem Projektmanagement (Pass oder App) eingehend untersucht.

3.2.1 LEISTUNGSANGEBOT FÜR FAMILIEN

Alle elf in dieser Machbarkeitsstudie untersuchten Projekte hatten das strategische Ziel, durch die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von öffentlichen AkteurInnen und AnbieterInnen aus der Privatwirtschaft ein breitgefächertes Leistungsangebot bereitzustellen. Aber nicht in allen Fällen war das Angebot für Familien bestimmt. Bei einigen Projekten stehen die Leistungen und Angebote allen BürgerInnen mit Wohnsitz in dem betreffenden Gebiet zur Verfügung. Dies trifft auf das Kooperationsprojekt Tornio und Haparanda, die Städte Chaves und Verín sowie die Internationale Bodensee Konferenz zu, die sogar eine Karte für TouristInnen anbietet. In allen anderen Fällen müssen die AntragstellerInnen mindestens ein oder mehrere Kinder unter 18 Jahren haben, um die Vorteilsangebote nutzen zu können.

Wie aus der Abbildung Nr. 1 hervorgeht, sieht ein Großteil der hier beschriebenen Projekte Vorteilskarten oder digitale Dienste für Familien mit Kindern vor.

Abbildung Nr. 1, Anzahl der Leistungen pro Nutzerkategorie⁴⁷.

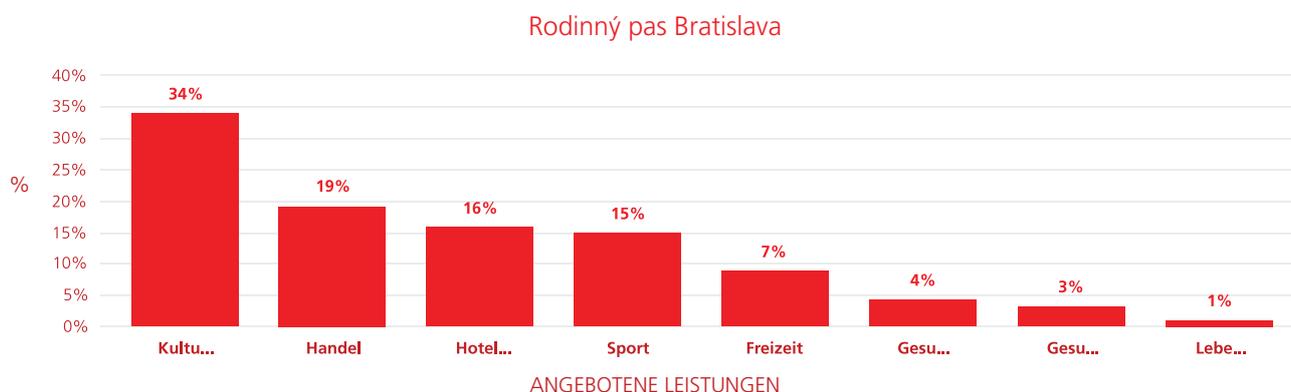


⁴⁷ EuregioFamilyPass, Anzahl der Leistungen pro Nutzerkategorie, Excel-Grafik, 2021

In vielen der untersuchten Fälle gibt es ein sehr breit gefächertes Angebot an Leistungen für NutzerInnen. In der Tat gibt es kein Beispiel, bei dem Sonderangebote oder Preisnachlässe nur in einem bestimmten Marktsektor gewährt werden. Im Gegenteil, an den speziell für Familien vorgesehenen Ermäßigungssystemen ist eine Vielzahl von Partnerunternehmen beteiligt, die die gesamte Bandbreite des Marktes abbilden.

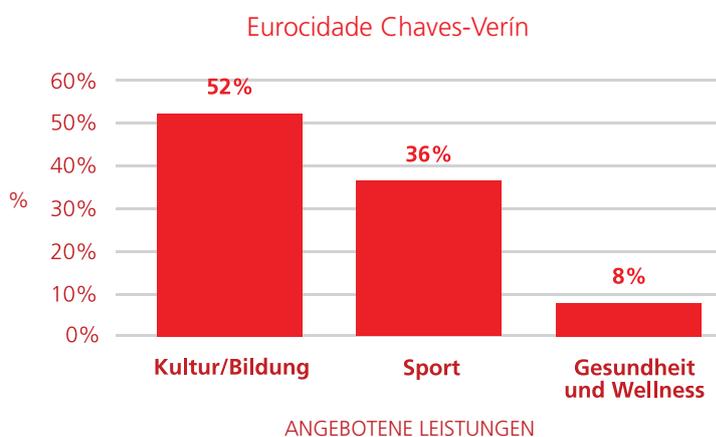
Ein besonders aussagekräftiges Beispiel für diese Art von Leistungen ist der Familienpass Rodinný Pas in Bratislava, wo 56 % der VorteilsgeberInnen auf die Bereiche „Kultur/Bildung“, „Sport und Freizeit“ entfallen, während die restlichen AnbieterInnen den Bereichen „Lebensmittel“, „Hotel“, „Handel“, „Gesundheitsversorgung“, „Gastgewerbe“ und „Gesundheit und Wellness“ zuzuordnen sind.

Abbildung Nr. 2, Leistungsangebot des Familienpasses Rodinný Pas in der Region Bratislava⁴⁸.



Ein weiterer interessanter Schwerpunkt wurde bei der Analyse des Leistungsangebots im Rahmen der Vereinbarung zwischen den beiden Gemeinden Chaves und Verín festgestellt. Da es sich um eine kommunale Partnerschaft handelt, sind ausschließlich öffentliche Einrichtungen beteiligt, die Ermäßigungen und Sonderangebote in den Bereichen „Kultur“ (Museen und Ausstellungen), „Bildung“ (mit finanziellen Vorteilen für die Teilnahme an Musik-, Kunst- oder Theaterkursen), „Sport“ (für den Zugang zu öffentlichen Schwimmbädern oder Fitnessstudios) und schließlich „Gesundheit und Wellness“ (mit Angeboten in Thermaleinrichtungen) anbieten.

Abbildung Nr. 3, Anteil der PartnerInnen aus den Bereichen, die von der Eurocidade Card Chaves - Verín abgedeckt werden⁴⁹.

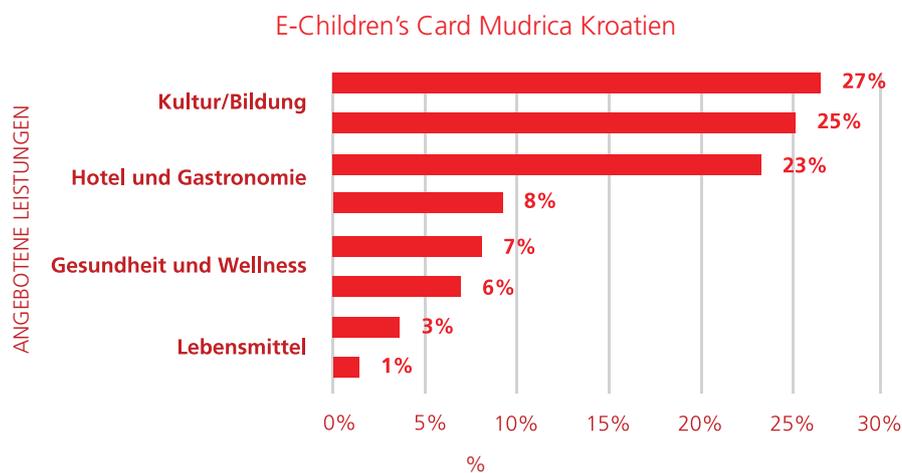


⁴⁸. EuregioFamilyPass, Leistungsangebot des Familienpasses Rodinný Pas in der Region Bratislava, Excel-Grafik, 2021 ⁴⁹. EuregioFamilyPass, Anteil der PartnerInnen aus den Bereichen, die von der Eurocidade Card Chaves - Verín abgedeckt werden, Excel-Grafik, 2021

Obwohl die Gesundheitsversorgung in vielen Ländern unterschiedlich organisiert ist und je nach Situation tendenziell eher öffentlich als privat strukturiert ist, gibt es in allen Fällen eine mäßige Anzahl von KooperationspartnerInnen, und in vier von elf Fällen werden Rabatte und Vergünstigungen angeboten. Zu erwähnen ist hier das Beispiel Kroatien, wo fast 10 % der AnbieterInnen von Ermäßigungen für Familien im Gesundheitssektor tätig sind. Konkret gewährt eine gynäkologische Poliklinik 5 bis 10 % Ermäßigung auf Untersuchungen und ein Logopädiezentrum einen Preisnachlass von 5 bis 15 % auf Behandlungen.

Der hohe Stellenwert des Gesundheitssektors ist eine der Erkenntnisse der Studie; auffallend ist vor allem aber auch, dass der Handel in vielen der hier untersuchten Beispiele einen Großteil der KooperationspartnerInnen stellt. In 73 % konnten Handelsbetriebe als private VorteilsgeberInnen gewonnen werden, die Familien mit Kindern oder der einheimischen Bevölkerung auf freiwilliger Basis Ermäßigungen anbieten und auf einen Teil ihres Einkommens verzichten und sich auf diese Weise an Initiativen beteiligen. Bei der e-Children's Card Mudrica zum Beispiel verzeichnet der Handel die höchste Anzahl von KooperationspartnerInnen, wie aus der nachfolgenden Abbildung hervorgeht.

Abbildung Nr. 4, Anteil der PartnerInnen aus den Bereichen, die von der E-Children's Card Mudrica Kroatien abgedeckt werden⁵⁰.

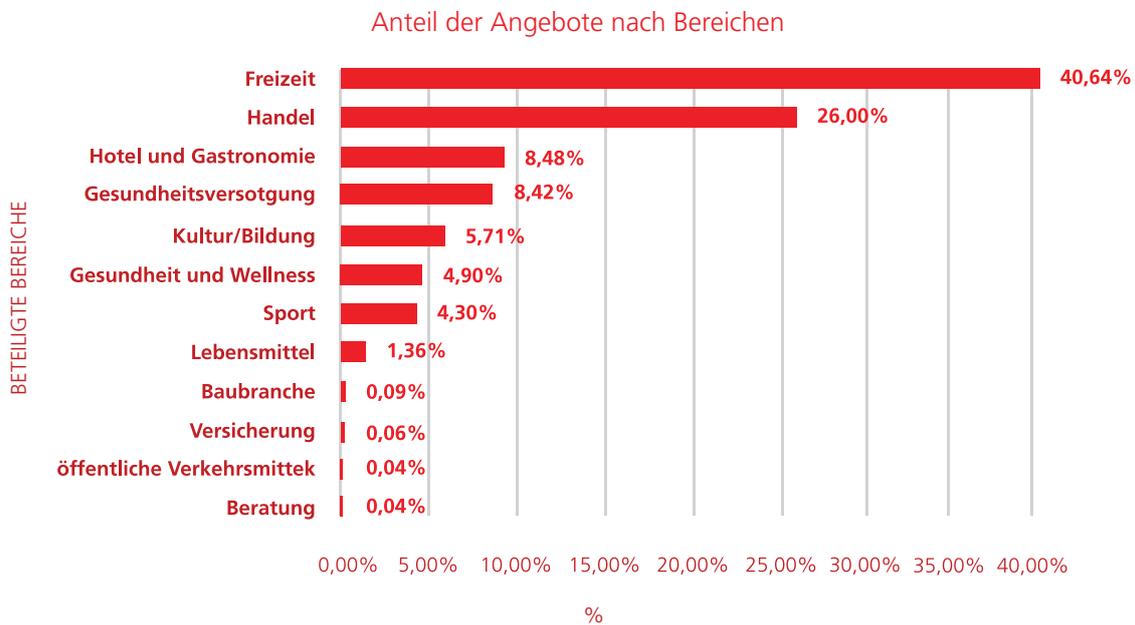


Natürlich spielt der Handel bei der Konzipierung der Familienpässe eine wichtige Rolle, überraschend ist allerdings das starke Engagement, das von den Betrieben erwartet wird, zumal jeweils vorausgesetzt wird, dass die Unternehmen auf einen Teil ihrer Einnahmen verzichten. Außerdem ist klar, dass eine Familienkarte (oder eine App), die der Unterstützung von Familien mit Kindern dienen soll, im Wesentlichen Hilfe für Familien in Form einer finanziellen Entlastung bei Einkäufen bieten muss.

Betrachtet man jedoch die Zahl und die Art der Angebote näher, stellt man fest, dass die meisten Vorteilsangebote für den Freizeitbereich bestimmt sind (40,64 %) (wozu auch das Gaststätten- und Beherbergungsgewerbe zu zählen ist) und damit darauf abzielen, das Gemeinschaftserlebnis in den Familien zu stärken. Abbildung Nr. 5 bietet einen allgemeinen Überblick über die Zusammensetzung der Vorteilsangebote.

⁵⁰ EuregioFamilyPass, Anteil der PartnerInnen aus den Bereichen, die von der E-Children's Card Mudrica Kroatien abgedeckt werden, Excel-Grafik, 2021

Abbildung Nr. 5, Anteil der Angebote nach Bereichen⁵¹.



Ein Blick auf die in Abbildung Nr. 5 genannten Leistungen zeigt, dass Angebote für öffentliche Verkehrsmittel weniger als 1 % ausmachen. Hier handelt es sich zwar um einen sehr wichtigen Bereich, dessen Integrierung in einen Familienpass sich aber als sehr schwierig erweist, zumal öffentliche Verkehrsleistungen meist von Dritten (oder durch öffentliche Vergabe an private Unternehmen) erbracht werden, weshalb im Rahmen eines Familienpasses nicht immer die kostenlose Nutzung oder eine Tarifiereduzierung garantiert werden kann. Eine erste Analyse zeigt, dass in 55 % der hier beschriebenen Fälle eine Partnerschaft mit öffentlichen Verkehrsunternehmen besteht, die aber nur begrenzte Tarifvergünstigungen anbieten.

In Oberösterreich bietet der OÖ Verkehrsverbund einem Elternteil, der mit seinem Kind/seinen Kindern im Regionalverkehr unterwegs ist, eine Einzelfahrt oder eine Tageskarte zum ermäßigten Fahrpreis an. Der ermäßigte Tarif gilt auch für alleinreisende Eltern (wenn sie im Besitz der OÖ Familienkarte sind) und wird nun auch den Großeltern angeboten. Als Berechtigungsnachweis werden die OÖ Familienkarte und die ÖBB ÖSTERREICHcard (Karte für den öffentlichen Verkehr in Oberösterreich) anerkannt.

In Niederösterreich gibt es hingegen eine Kooperation zwischen dem NÖ Familienpass und der Westbahn, die den InhaberInnen des Familienpasses auf Online-Reservierungen (oder per App) für Bahnfahrkarten 5 % Ermäßigung gewährt. Diese Vergünstigung erhalten auch alleinreisende InhaberInnen des Familienpasses, Kinder bis zum vollendeten 15. Lebensjahr fahren in jedem Fall kostenlos.

Von einer anderen Form der Kooperation mit öffentlichen VerkehrsträgerInnen profitieren die InhaberInnen des Vorarlberger Familienpasses, die ein VVV-Ticket für Bus- oder Bahnfahrten kaufen. In diesem Fall kann das Ticket direkt über die Familienpass-App gekauft werden, die ein E-Ticket ausstellt. Dieses Angebot gilt auch für Großeltern.

Der Fall des Familienpasses Vaals - Aachen - Düren ist deshalb interessant, weil nur auf deutscher Seite eine Kooperation mit dem Aachener Verkehrsverbund (AVV) besteht. Dieser bietet zu einem Vorteilspreis das Familien-Ticket StädteRegion Aachen an, mit dem alle auf der Familienkarte eingetragenen Personen einen Tag lang alle AVV-Verkehrsmittel (Busse und Nahverkehrszüge in der StädteRegion Aachen (bzw. im Kreis Düren) nutzen

⁵¹ EuregioFamilyPass, Anteil der Angebote nach Bereichen, Excel-Grafik, 2021

können. Diese Entscheidung wurde getroffen, weil viele Angebote aus dem Leistungskatalog der Familienkarte gut mit öffentlichen Verkehrsmitteln zu erreichen sind.

Die Familienpässe der Länder Nieder- und Oberösterreich beinhalten auch eine Unfallversicherung. Der NÖ Familienpass bietet die Möglichkeit, eine Versicherung zu begünstigten Prämien abzuschließen; bei der OÖ Familienkarte wird die Unfallversicherung hingegen kostenlos angeboten und deckt sowohl Unfälle der Kinder als auch der Eltern ab.

Was den Tourismus betrifft, so sind nur zwei Projekte direkt für TouristInnen bestimmt: die grenzüberschreitende Zusammenarbeit zwischen Tornio und Haparanda und die Internationale Bodensee Konferenz (IBK), die das touristische Angebot und das öffentliche Verkehrsangebot rund um den Bodensee in den Anrainerregionen Deutschlands, Österreichs, der Schweiz und Liechtenstein zusammenführt und koordiniert. Beim skandinavischen Projekt koordiniert eine eigene Tourismusagentur die Informationen und Aktivitäten, die in den beiden Städten angeboten werden, und bewirbt diese nicht nur bei der lokalen Bevölkerung, sondern auch und vor allem bei den Gästen.

Für die Bodenseeregion gibt es hingegen zwei verschiedene Arten von kostenpflichtigen Karten, mit denen man in den verschiedenen Bodensee-Anrainerregionen von Ermäßigungen profitieren kann. Die Karte für den grenzüberschreitenden Verkehr ist in Deutschland an Bahnhöfen, auf Fähren, in Bussen, bei Touristinformationen und in einigen Hotels erhältlich; in Österreich und in der Schweiz kann man die Karte an allen Zug- und Busbahnhöfen kaufen. Die andere Karte, die Bodensee CardPLUS, ist eher für TouristInnen konzipiert und kann online und bei 100 Verkaufsstellen rund um den Bodensee erworben werden.

Das Leistungsangebot für den Tourismus ist jedoch nicht auf diese beiden Fälle beschränkt, denn wenn wir von Tourismus sprechen, meinen wir auch den Binnentourismus, sowohl regional als auch national. In allen untersuchten Fällen ist ein Großteil der AnbieterInnen dem Tertiärsektor zuzuordnen; besonders stark vertreten sind Beherbergungsbetriebe und Freizeiteinrichtungen (Museen, Parks, Kinos). Dieses Angebot gilt zwar nicht als Tourismusförderung, de facto handelt es sich aber darum, zumal damit Familien das nicht berufsbedingte Reisen erleichtert wird. Die Freizeitangebote machen zusammen mit den Leistungen der Beherbergungs- und Gaststättenbetriebe und dem Angebot der Bereiche „Gesundheit und Wellness“ (in der Regel Kuranstalten, Wellness- und Thermalzentren) und „Kultur/Bildung“ (einschließlich Eintritt zu Museen, Ausstellungen und Tagungen) 59,73 % des Gesamtangebots aus.

Diesem Bereich kann auch die Organisation von Veranstaltungen zugeordnet werden, die ebenfalls speziell auf Familien zugeschnitten sind und sie anlocken sollen, damit sie zu einer bestimmten Zeit einen bestimmten Ort besuchen. Diese Tätigkeit muss (bei grenzüberschreitenden Angeboten) gut koordiniert und organisiert werden und erfordert einen erheblichen Zeit- und Kostenaufwand. Von den elf untersuchten Projekten organisieren 64 % Veranstaltungen, und zwar: der NÖ Familienpass, der Rodinný Pas Bratislava, die e-Children's Card Mudrica, der Vorarlberger Familienpass, die OÖ Familienkarte, der Rodinnè Pasy in Südmähren und die Karte Eurocidade Card Chaves - Verín, die als einzige grenzüberschreitend gilt.

Diese Veranstaltungen finden oft in Verbindung mit nationalen oder internationalen Feiertagen statt. In Südmähren zum Beispiel konnten Familien, die den Rodinnè Pasy besitzen, am 1. Juni anlässlich des Internationalen Kindertages kostenlos an Kinderveranstaltungen wie z.B. „Märchenwälder“, „Zauberwälder“ und an Sportwettbewerben oder am „Tag der Kinderrennen“ teilnehmen. Oberösterreich beispielsweise hat bereits im Jänner seinen vollständigen Veranstaltungskalender für das laufende Jahr ausgearbeitet (2021 werden nicht weniger als 4328 Veranstaltungen angeboten); die e-Children's Card Mudrica (Kroatien) hat anlässlich des „Internationalen Tages der Familie“ in den sozialen Netzwerken eine Reihe von Initiativen für das Wochenende vorgestellt. Auch Vorarlberg hat Veranstaltungen im Rahmen von Themenwochen, wie der „Umweltwoche“ oder der „Buchwoche“, organisiert. Ein weiteres beliebtes Instrument, um die Familien zum Mitmachen anzuregen, ist die Organisation von Gewinnspielen. In 36 % der hier untersuchten Projekte werden regelmäßig Preisausschreiben für Familien mit Kindern, die eine

Vorteilskarte besitzen, organisiert. Der Rodinnè Pasy zum Beispiel veranstaltet in der Regel zwei Wettbewerbe pro Jahr. In der Vorweihnachtszeit lief auf Hitrádio City Brno eine Woche lang ein Wettbewerb zu Weihnachtsthemen für Familien mit Kindern. Der erste Preis war ein dreitägiger Aufenthalt in einem Beherbergungsbetrieb in Südmähren, der sich auf günstige Urlaubsangebote spezialisiert hat. Weitere Preise wurden von Spielzeugläden, Museen und Sternwarten zur Verfügung gestellt. Auch für die InhaberInnen des tschechischen Familienpasses wird jedes Jahr im Sommer ein interessanter Wettbewerb zum Entdecken und Kennenlernen der eigenen Region ausgeschrieben. Bei diesem Gewinnspiel werden Gebiete der Region ausgewählt und Fragen zu historischen, politischen, geografischen oder allgemeinen Themen gestellt, die die Familien beantworten sollen. Am Ende des Sommers werden die eingegangenen Informationen ausgewertet und der/die SiegerIn bestimmt, der/ die auch bei diesem Gewinnspiel als ersten Preis einen Wochenendaufenthalt gewinnt. In diesem Fall gibt es in der App und auf der Website des Familienpasses einen Abschnitt (bzw. eine Seite auf der Website), wo die Familien die Fragen finden und ihre Antworten eingeben können.

Oberösterreich hingegen veranstaltet für Familien mit der OÖ Familienkarte Fotowettbewerbe wie z.B. den Wettbewerb „Mein schönster Familienmoment“ (Fotos, die an ein besonderes Erlebnis mit der Familie erinnern) oder „Ich bin ein Vorbild“ (Fotos aus dem Alltag, auf denen Kinder und Jugendliche sich am Verhalten der Eltern orientieren, wie z.B. beim gemeinsamen Kochen, Einkaufen, Wandern, Musizieren oder Zähneputzen). Der/die BezirkssiegerIn erhielt zwei Familien- Vorteilskarten für ein Jahr (für öffentliche Verkehrsmittel), der/die LandessiegerIn einen Familienurlaub mit zwei Übernachtungen mit Vollpension.

Ein weiterer Schwerpunktbereich, den es zu beleuchten gilt, ist der Lebensmittelsektor. Auch wenn das Vorteilsangebot in diesem Bereich nur 1,36 % ausmacht (Abbildung Nr. 5), konnte festgestellt werden, dass in 45 % der Fälle KooperationspartnerInnen aus dieser Branche beteiligt sind. In Südmähren beispielsweise gewähren von mehr als 800 AnbieterInnen fast 2 % Preisnachlass im Lebensmittelbereich, und diese Angebote umfassen direkte Rabatte (3 bis 20 %) auf den Gesamtpreis des Einkaufs sowie Preisnachlässe von bis zu 50 % auf einzelne Getränke in den Lokalen. Auch die Slowakei, Oberösterreich, Niederösterreich und Kroatien haben in ihren Leistungskatalogen für Familien KooperationspartnerInnen aus dem Lebensmittelsektor, deren Anteil ca. 1 % ausmacht.

Zusammenfassend können wir feststellen, dass ein Großteil der VorteilsgeberInnen mit familienfreundlichen Angeboten den Bereichen „Handel“ und „Freizeit“ (einschließlich Museen, Parks, Beherbergungsbetriebe) zuzuordnen sind. Denn diese Angebote sind strategisch wichtig, um Familien gemeinsame Erlebnisse zu ermöglichen, sie finanziell zu entlasten und ihnen (im Falle von grenzüberschreitenden Vorteilskarten) den Zugang zu anderen Regionen zu erleichtern, zumal mit der Einführung dieser Leistungen eben wirtschaftlich-soziale Ziele verfolgt werden und diese nur mit einem Top-Down-Ansatz zu erreichen sind.

3.2.2 DIGITALISIERUNG

Die Fallbeispiele, die sich für die Untersuchung des Aspekts und des Übergangs zur Digitalisierung als besonders nützlich erwiesen haben, sind aufgrund ihrer gut strukturierten digitalen Merkmale der Vorarlberger Familienpass (Österreich), die OÖ Familienkarte (Österreich), die e-Children's Card Mudrica (Kroatien) und der Rodinnè Pasy (Südmähren). Trotzdem wurden auch die anderen Beispiele für die Datenerhebung und die Erstellung einiger Grafiken herangezogen. Die Analyse konzentrierte sich nicht nur darauf, welche digitalen Instrumente eingesetzt werden, sondern auch auf deren Anwendung, Umsetzung, Verwaltung, Funktionsweise und Verbreitung.

Die digitalen Medien, die im Rahmen der Familienangebote implementiert wurden, lassen sich auf die Webseiten und die Smartphone-Apps zurückführen; in einigen Fällen ersetzen sie die in physischem Format ausgestellten Karten vollständig.

Für alle elf untersuchten Fallbeispiele sind die wichtigsten Informationen auf den jeweiligen Webseiten zu finden. 73 % von ihnen verfügen über eine eigene Website mit einer eigenen Adresse für die Familienkarte; 27 %

veröffentlichen Informationen auf einer eigenen Seite, die jedoch Teil der Website der Region (bzw. der Provinz oder der für Familienpolitik oder für die erbrachte Leistung zuständigen Stelle) ist.

Bei den auf eigenen Webseiten (oder Seiten) bereitgestellten Informationen wurde in 45 % der Fälle ein Filtersystem eingerichtet, das den NutzerInnen die Suche nach Partnerbetrieben erleichtert.

Im Fall der OÖ Familienkarte gibt es neben dem Gebietsfilter (nach Bezirken) auch Filter für die verschiedenen Arten von Angeboten (Freizeit, Genuss & Urlaub, Bildung & Beratung, Handel), für bestimmte Zusatzleistungen (Wickeltisch, Spielplatz, Kinderspeisekarte) und die Verfügbarkeit des Oma-Opa-Bonus. In Niederösterreich erlaubt die Filterfunktion dagegen die Suche nach Bezirk, nach Kategorie (Gastronomie, Freizeit, Handel) und nach familienfreundlichen Extras (Spielzimmer oder Barrierefreiheit). Der Rodinný Pas filtert nur nach Kategorien (Freizeit oder Geschäfte und Dienstleistungen) und nach Regionen. Beim Rodinné Pasy in Südmähren wurde ein sehr detailliertes System für die Vorteilsgebersuche eingeführt, bei dem bis zu 14 verschiedene Kategorien in ebenso vielen Regionen Tschechiens als Filter ausgewählt werden können.

Eine weitere Unterstützung ist die digitale App, die in 45 % der untersuchten Fallbeispiele als Service für registrierte InhaberInnen angeboten wird. Zu den Vorteilen der App zählen die unmittelbare Identifizierung der Karteninhaberin oder des Karteninhabers, die einfachere Nutzung des Angebots sowie wirtschaftliche und ökologische Einsparungen, da die einzelnen Karten und Gutscheine in digitaler Form ausgestellt werden und der Ausdruck auf Papier entfällt.

In 45 % der Fälle gibt es eine digitale Anwendung, die denselben Service wie die physische Karte bietet. Die e-Children's Card Mudrica wird nicht zusätzlich zur Papierkarte ausgegeben, sondern sie ersetzt diese; so ist die Tätigkeit im Zusammenhang mit der Gewährung von familien- und kinderfreundlichen Leistungen direkt in die auf Ebene der Zentralregierung angesiedelte, strukturierte digitale Verwaltung eingebettet. Im Falle Kroatiens wurde also kein physischer Datenträger für diese Art von Karte vorgesehen, sondern dadurch, dass eine bereits gut entwickelte digitale Plattform genutzt werden kann, die alle erforderlichen Daten für die Kontrolle der Voraussetzungen, den Zugang und die Verwendung der App enthält, wird sowohl die Verwaltung durch die AdministratorInnen als auch die Nutzung durch die Familien gewährleistet und erleichtert. Beim Vorarlberger Familienpass, der OÖ Familienkarte, dem Rodinné Pasy und dem NÖ Familienpass wurde die App nachträglich zur Karte eingeführt. Nach Angaben des Vorarlberger Familienpasses gibt es laut den Play/App Store-Statistiken durchschnittlich 10.000 aktive NutzerInnen pro Monat⁵².

Wie die Beispiele zeigen, erfordert die Einführung einer App Zeit (in der Regel 6 bis 8 Monate), eine gut geplante Strategie und beträchtliche Mittel (in allen Fällen, in denen es eine digitale App gibt, wurden externe Unternehmen kontaktiert, die sich um die Umsetzung kümmern). Es ist notwendig, das Budget zu bestimmen, das man bereit ist auszugeben. Im Bundesland Vorarlberg war zum Beispiel für die Einführung einer Jugendkarte eine Investition von rund 50.000 € erforderlich. Es ist auch wichtig festzulegen, wer die neu erstellte App betreut. Für den Vorarlberger Familienpass sind beispielsweise drei Mitarbeitende zuständig (jeweils eine Person für die Kommunikation, die Planung und den technischen Support).

Über die Website oder die App können die Familien prüfen, welche Partnerunternehmen sich beteiligen, und in einigen Fällen - durch die Unterstützung von Google Maps, die häufig in das System integriert ist - auch deren Standort bestimmen. Es ist also möglich, die Partnerunternehmen direkt auf der digitalen Karte anzuzeigen und durch die Aktivierung von GPS auf dem Smartphone (wenn auch die App verfügbar ist) die Route mit allen notwendigen Angaben zu berechnen. Auf diese Weise erhalten die Familien durch die Online-Suche in der App oder auf der Website Informationen über ihren Aufenthaltsort und die Region/den Bezirk, in dem die gewünschte Leistung angeboten wird. Es ist also viel einfacher, sich über den Standort des Angebots, die Zugangsmöglichkeit und die dazugehörigen Dienstleistungen (in Bezug auf Freizeitaktivitäten, Verpflegung und Unterkunft) zu informieren. Außerdem haben die Partnerunternehmen die Möglichkeit, Informationen in Echtzeit zu aktualisieren und den Familien unmittelbar zur Verfügung zu stellen. In 50 % der untersuchten Fälle wurde dieses System der Echtzeit-

⁵² Online-Interview mit Dietmar Übelher am 11.06.2021

Lokalisierung in den jeweiligen Kommunikationskanal integriert. Die App für Familienangebote ist zum Teil mit anderen Plattformen verbunden, wie im Falle der Partnerschaft zwischen dem NÖ Familienpass und Outdooractive, einer Plattform für die Routenplanung mit GPS-Ortung und Tracking. Auf diese Weise ist es nicht nur möglich, Angebote mit ihrem genauen Standort zu veröffentlichen, sondern auch eine Community zu schaffen, in der NutzerInnen (in diesem Fall Familien) Kommentare und Tipps über Ausflüge austauschen können.

In 25 % der Fallstudien ist das Leistungsangebot mit anderen Plattformen vernetzt (Ortung und Community: Outdooractive, Kommunikation: Vertigo, Mobilität: ÖBB, staatliches Gesundheitssystem (e-Citizens)).

Was den Rodinnè Pasy betrifft, so wurde die App von einem externen Unternehmen konzipiert und erstellt/kodiert, während die AdministratorInnen und BetreiberInnen des Dienstes direkt für die Koordination und Entwicklung verantwortlich sind. Somit sind sie auch für den Inhalt, die Organisation der Informationen und das Layout zuständig.

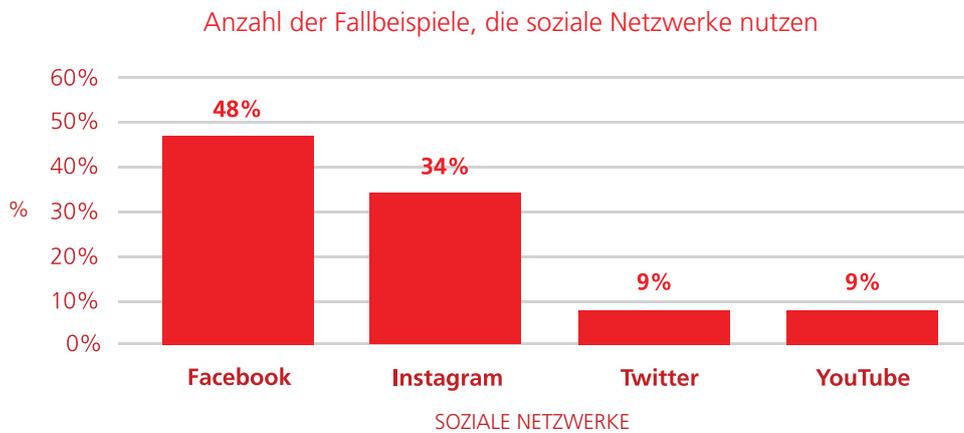
Eine Strategie, um die Nutzung des digitalen Systems anstelle des Papiersystems zu fördern, hat sich das Bundesland Oberösterreich ausgedacht, das Gutscheine und Gewinnspiele ausschließlich für diejenigen bereitstellt, die die App nutzen. Das Bundesland hat aber auch an Familien gedacht, die weniger technikaffin sind, und so wird ein kurzer Digitalkurs angeboten, der jederzeit gebucht werden kann. Mit dem Zugang zur App wird den Familien auch ein Veranstaltungskalender zur Verfügung gestellt, in dem sie Vorschläge für Freizeitaktivitäten in ihrer Region finden. Es hat sich gezeigt, dass ein bereits in der Gemeinschaft verankertes digitales Verwaltungssystem, in dem alle BürgerInnen ihr eigenes Profil haben und von derselben Plattform aus auf alle angebotenen staatlichen Leistungen (darunter auch die e-Children's Card Mudrica) zugreifen können, bei den Projektbeteiligten (VorteilsgeberInnen, NutzerInnen, BetreiberInnen) großen Anklang findet.

Einer der größten Vorteile des digitalen Angebots ist die Möglichkeit, Informationen in Echtzeit zu aktualisieren und den NutzerInnen unmittelbar zur Verfügung zu stellen. Die Aktualisierung der App ist daher ein wesentlicher und unverzichtbarer Schritt. Der Vorarlberger Familienpass ermöglicht die Veröffentlichung von Informationen über neue Ermäßigungen, Werbeaktionen und auslaufende Angebote durch die Betreiberin, die die Angaben von den AnbieterInnen erhält (und die App wöchentlich aktualisiert), über die sozialen Netzwerke, in denen einmal pro Woche zwei bis drei neue Beiträge veröffentlicht werden, und durch die einzelnen Partnerbetriebe, die Themen mit persönlichem Bezug präsentieren und Sonderaktionen eingeben können.

Alle analysierten Fallbeispiele verfügen über eine Website oder eine Seite, auf der Informationen veröffentlicht werden, und in 83 % der Fälle ist auch die Registrierung online möglich.

Wie bereits erwähnt, wird bei den Best Practices der Digitalisierung ein wichtiger Fokus auf die sozialen Netzwerke gelegt, die heute als eine der bedeutendsten Kommunikationsquellen gelten. Durch direkte und zeitnahe Information sind sie in der Lage, Aufmerksamkeit zu erwecken und die angemeldeten NutzerInnen auf dem Laufenden zu halten. In 91 % der untersuchten Fälle werden ein oder mehrere soziale Netzwerke für die Kommunikation mit Familien oder BürgerInnen genutzt. Die nachstehende Abbildung Nr. 6 zeigt die gewählten Plattformen. An erster Stelle steht Facebook, das am meisten genutzt wird, an zweiter Stelle folgt Instagram und an dritter Stelle Twitter und YouTube.

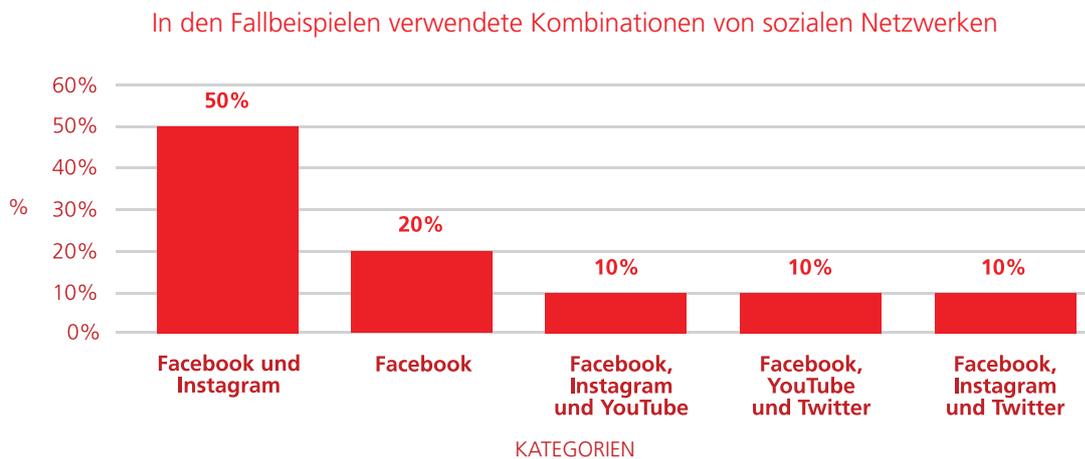
Abbildung Nr. 6, Anzahl der Fallbeispiele, die soziale Netzwerke nutzen (mit Unterteilung nach Netzwerk)⁵³.



Bei den oben genannten Daten ist zu beachten, dass fast 30 % der Instagram-NutzerInnen einen eigenen Hashtag haben, mit dem sie für sich werben und von Familien beworben werden, die durch das Posten von Fotos und die Verwendung des entsprechenden Hashtags (#) der Seite zu mehr BesucherInnen verhelfen.

Je nach Zeit, Know-how und Mittel, die zur Verfügung stehen, werden ein oder mehrere soziale Netzwerke genutzt. Die häufigste Kombination ist Facebook und Instagram, die derzeit die beliebtesten sozialen Netzwerke sind⁵⁴. Zu erwähnen ist, dass lediglich 18 % (Rodinnè Pasy und Rodinný Pas) einen einzigen Social-Media-Kanal (Facebook) nutzen.

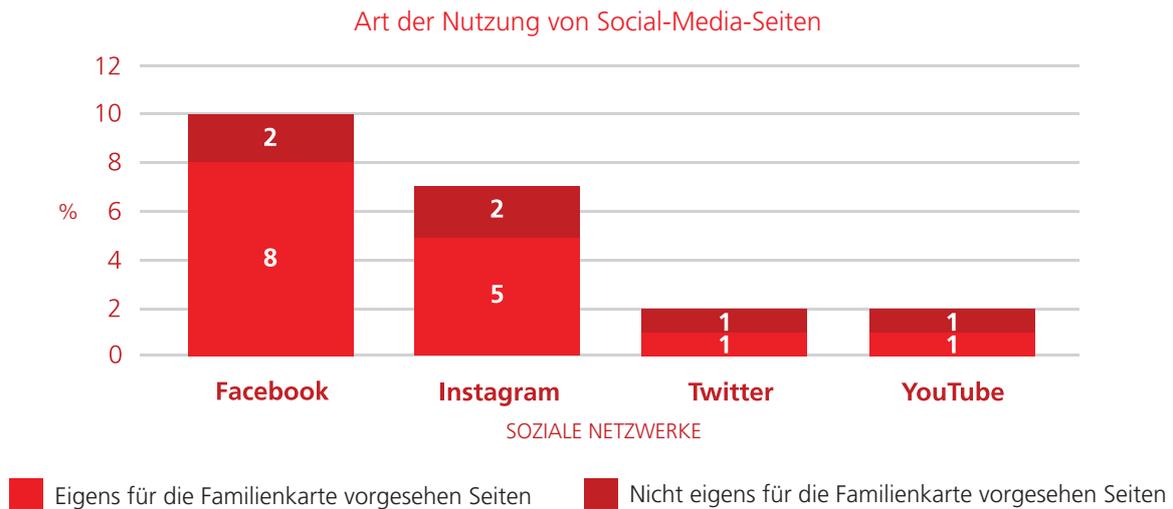
Abbildung Nr. 7, In den Fallbeispielen verwendete Kombinationen von sozialen Netzwerken⁵⁵.



⁵³. EuregioFamilyPass, Anzahl der Fallbeispiele, die soziale Netzwerke nutzen (mit Unterteilung nach Netzwerk), Excel-Grafik, 2021 ⁵⁴. Inside marketing, www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/ (Aufruf am 28.05.2021) ⁵⁵. EuregioFamilyPass, in den Fallbeispielen verwendete Kombinationen von sozialen Netzwerken, Excel-Grafik, 2021

In Bezug auf die sozialen Netzwerke ist auch interessant, wie viele Social-Media-Seiten eigens für die Vorteilskarte eingerichtet wurden. Zum Beispiel wurde in acht von zehn Fällen eine Facebook- Seite allein für das Vorteilsangebot eingerichtet, während in zwei Fällen Informationen zur Vorteilskarte auf der Seite der offiziellen Website des Landes Vorarlberg bzw. der StädteRegion Aachen und der Gemeinde Vaals (im Falle des Gezinspas/Familienpass Vaals - Aachen - Düren) veröffentlicht werden.

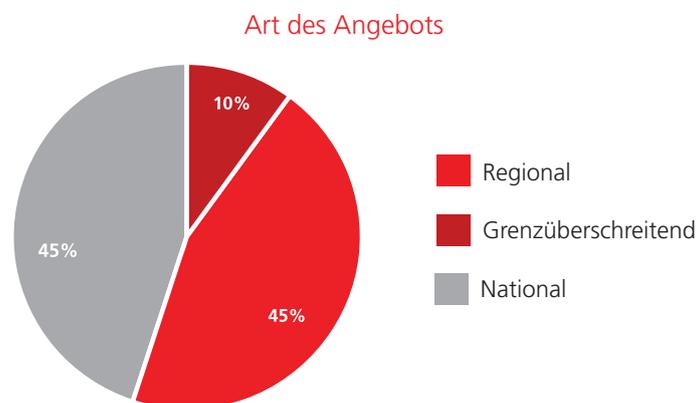
Abbildung Nr. 8, Art der Nutzung von Social-Media-Seiten⁵⁶.



3.2.3 GRENZÜBERSCHREITENDER ASPEKT

Zur Analyse des grenzüberschreitenden Aspekts mussten diejenigen Regionen untersucht werden, die Kooperationen und wechselseitige Beziehungen mit anderen Gebieten unterhalten. Im speziellen Fall dieser Machbarkeitsstudie und der angebotenen Leistungen bieten 45 % der untersuchten Fälle eine grenzüberschreitende Vorteilskarte zwischen zwei oder mehr Staaten an, weitere 45 % sind regional und nur 10 % sind auf nationaler Ebene organisiert (im Falle Kroatiens).

Abbildung Nr. 9, Art des Angebots⁵⁷.

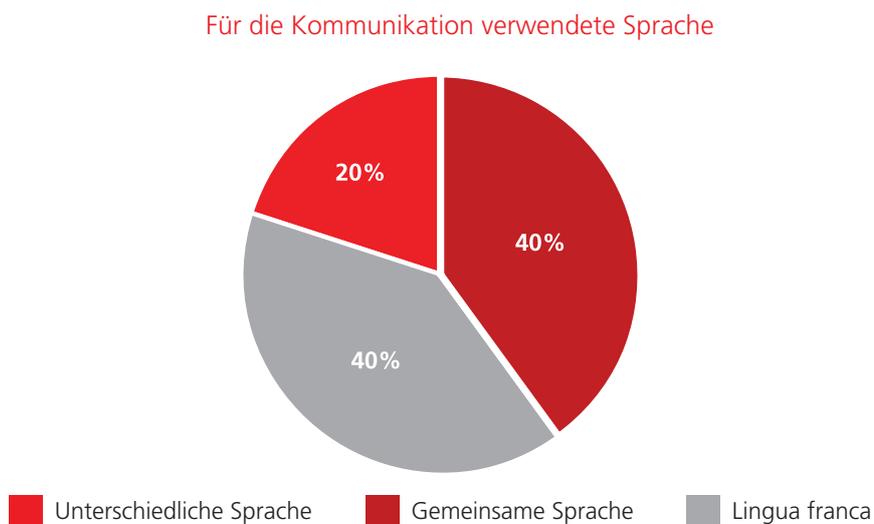


⁵⁶ EuregioFamilyPass, Art der Nutzung von Social-Media-Seiten, Excel-Grafik, 2021 ⁵⁷ EuregioFamilyPass, Art des Angebots, Excel-Grafik, 2021

Für alle regionalen Vorteilskarten (45 % der Fälle), die mit einem auf die Region begrenzten Geltungsbereich eingeführt wurden, wurde später mit anderen Regionen desselben Staates eine gegenseitige Anerkennung vereinbart. Das gilt für den NÖ Familienpass, die OÖ Familienkarte, den Vorarlberger Familienpass, die untereinander diese Flexibilität bieten, den Rodinnè Pasy, der in acht weiteren tschechischen Regionen anerkannt wird, und den Rodinný Pas, der sich auch auf die Region Trnava in der Slowakei erstreckt. Vorarlberg hat zudem Vereinbarungen mit einigen AnbieterInnen außerhalb Österreichs (in Deutschland und der Schweiz) abgeschlossen, die den Vorarlberger Familienpass akzeptieren, aber keine Gegenseitigkeit gewähren.

Die größte Hürde in den transnationalen Beziehungen sind die unterschiedlichen Sprachen innerhalb der Arbeitsgruppe. Von den 45 % der Fälle, die dieses Merkmal aufweisen, kommunizieren 40 % in der gemeinsamen Sprache, nämlich Deutsch (IBK und Vaals - Aachen - Düren), 20 % kommunizieren jeweils in ihrer eigenen Sprache, d.h. Portugiesisch unter den KollegInnen in Chaves und Spanisch (oder Galicisch) in Verín; die restlichen 40 % verwenden eine Lingua franca (Englisch) in der internen Kommunikation. Im Falle des Kooperationsprojekts Tornio – Haparanda gibt es zwar grundlegende sprachliche und kulturelle Unterschiede zwischen Schweden und Finnland, aber diese sind in der Tradition der nordischen Zusammenarbeit nicht von Bedeutung, zumal Schwedisch die zweite Amtssprache in Finnland ist. Natürlich trägt auch die verbreitete Verwendung der englischen Sprache zum Abbau von Sprachbarrieren bei, wenngleich die „andere Sprache“ entlang der Grenze häufig gesprochen wird (Abbildung Nr. 10).

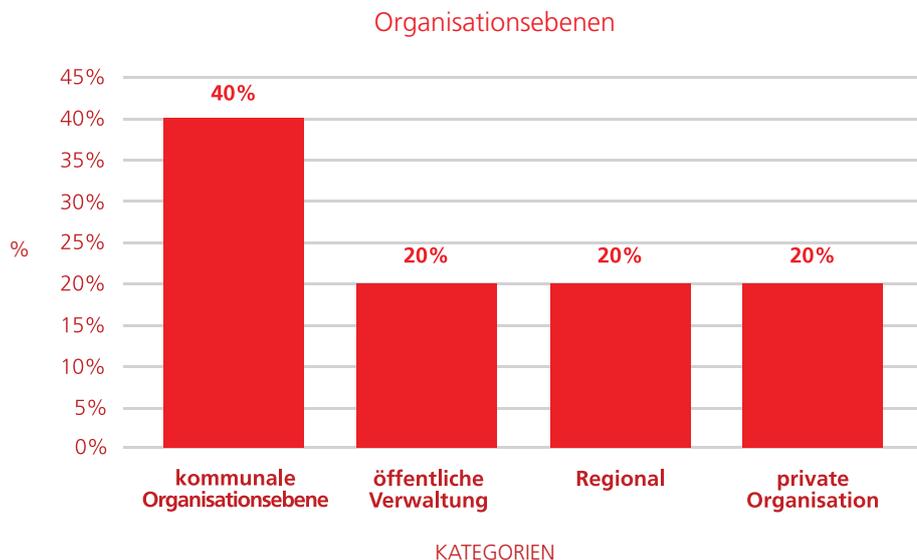
Abbildung Nr. 10, Für die Kommunikation verwendete Sprache⁵⁸.



Von den untersuchten transnationalen Beispielen werden 40 % auf kommunaler Organisationsebene verwaltet (Eurocidade Card Chaves - Verín und Gezinspas/Familienpass Vaals - Aachen - Düren) und 20 % durch eine öffentliche Vereinigung (Tornio - Haparanda), in der die Gemeinden die HauptakteurInnen sind und die nationalen und regionalen Behörden, die die Entscheidungsbefugnis und das Innovationsbudget innehaben, nur am Rande in die Verwaltung involviert sind; weitere 20% werden auf regionaler Ebene (das inzwischen eingestellte FamilyNet) und ebenfalls 20 % von einer Dachorganisation der Tourismusunternehmen (IBK) verwaltet.

⁵⁸. EuregioFamilyPass, für die Kommunikation verwendete Sprache, Excel-Grafik, 2021

Abbildung Nr. 11, Organisationsebene der transnationalen Vorteilskarten⁵⁹.



Die Zusammensetzung der Arbeitsgruppen ist bei grenzüberschreitenden Projekten komplex und in einigen Fällen stark gegliedert. In den untersuchten Fällen sind die Teams allerdings nicht sehr groß. Die Zahl schwankt zwischen zwei Personen beim Kooperationsprojekt Tornio - Haparanda (die eine Vermittlerrolle in der Interaktion zwischen den AkteurlInnen haben und keine Projekte verwalten, sondern als Katalysator fungieren) und neun Mitarbeitenden bei der IBT für die Bodensee CardPLUS. Insgesamt haben 60 % mehr als drei Beschäftigte und 40 % haben drei oder weniger Beschäftigte.

Für die länderübergreifende Verwaltung sind Systeme zur Erfassung der Kartennutzung diesseits und jenseits der Grenze erforderlich. So stützt sich zum Beispiel die Bodensee Card auf ein Meldescheinsystem, über das die verkauften und eingelösten Karten erfasst werden. Die kostenpflichtige Karte ist mit einem QR-Code versehen, der bei den LeistungspartnerInnen gescannt und im System gespeichert wird. Auf diese Weise können monatliche Abrechnungen vorgenommen werden und statistische Auswertungen sind jederzeit möglich. Die Kartennutzung ist anonymisiert, so dass keine individuelle Auswertung möglich ist. Mit den Verkaufsstellen und LeistungspartnerInnen wurde ein Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung abgeschlossen. Bei dem untersuchten Beispiel von der iberischen Halbinsel werden dagegen in beiden Gemeinden Kartenlesegeräte zur Registrierung verwendet (4.000 Registrierungen pro Tag und durchschnittlich 10.000 pro Monat). Für Tornio und Haparanda gibt es zwar nur wenige Daten über die grenzüberschreitenden Verkehrsströme, doch wird die Zahl der Personen und Fahrzeuge in Grenznähe mit integrierten elektronischen Systemen erfasst und beläuft sich auf rund 14 Millionen pro Jahr, während andere Verkehrsströme nicht systematisch gemessen werden.

3.2.4 TECHNISCHE/STRUKTURELLE ASPEKTE

Abschließend bestand die Notwendigkeit, die Verwaltung der in verschiedenen europäischen Regionen eingeführten Karten/Apps unter dem technischen Aspekt näher zu betrachten. Wie in Kapitel 3.1 dargestellt, werden die Angebote für Familien bei jedem (inländischen oder grenzüberschreitenden) Projekt nach einem eigenen System organisiert. Bei der Analyse der Best-Practice-Beispiele in Bezug auf die technischen und strukturellen Verwaltungsmerkmale der Karte wurde zunächst festgestellt, dass in allen untersuchten Fällen, mit Ausnahme des

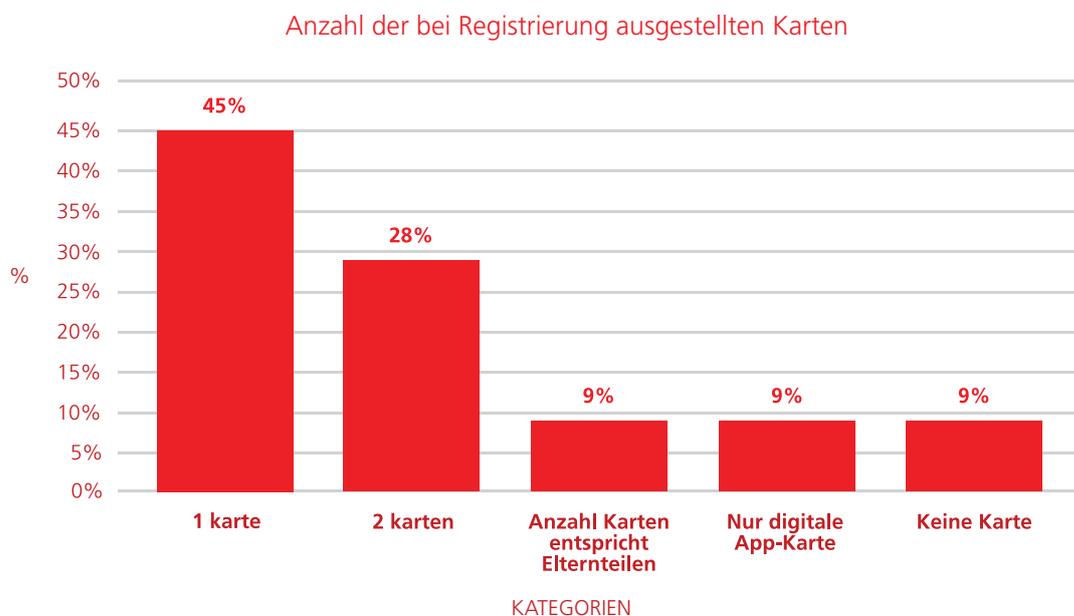
⁵⁹. EuregioFamilyPass, Organisationsebene der transnationalen Vorteilskarten, Excel-Grafik, 2021

Kooperationsprojekts Tornio - Haparanda und der IBK, die Karte oder die App kostenlos an die InteressentInnen ausgegeben wird. Nur in zwei Fällen ist eine Zahlung vorgesehen (3 € im Fall von Chaves - Verín und 10 € im Fall von Vaals - Aachen - Düren), wenn bei Beschädigung oder Verlust eine neue Karte ausgestellt wird.

Die Tatsache, dass die Top-Down-Strategie (82 % der Fälle) gegenüber der Bottom-Up-Strategie (18 %) überwiegt, liegt darin begründet, dass die öffentlichen Verwaltungen ein System einführen wollten, welches die Familien bei ihren täglichen Einkäufen und ihren Freizeitaktivitäten so weit wie möglich entlastet.

Nach der Anmeldung für das Vorteilsangebot wird in den meisten untersuchten Fällen (45 %) nur eine Karte pro Familie ausgestellt, auf der die Namen der berechtigten NutzerInnen vermerkt sind; in 28 % der Fälle werden zwei Karten ausgestellt. In 9 % der Fälle (Südmähren) entspricht die Anzahl der ausgestellten Karten der Zahl der zum Zeitpunkt der Registrierung angemeldeten Elternteile, und in weiteren 9 % der Fälle (e-Children's Card Mudrica), die nur eine digitale Karte anbieten, wird ein Account eingerichtet, über den die Eltern auf die App zugreifen können. In 9 % der Fälle (Tornio - Haparanda) wird kein Datenträger, weder in Papierform noch in digitaler Form ausgegeben.

Abbildung Nr. 12, Anzahl der bei Registrierung ausgestellten Karten⁶⁰.



Bezüglich der Kartenanzahl ist anzumerken, wie viele KartenausstellerInnen ein elektronisches/digitales Aktualisierungssystem verwenden (36 %) und wie viele ein manuelles System nutzen, bei dem jedes Jahr (oder bei jeder Änderung der Daten) eine neue Karte zugestellt wird (64 %).

Die Ausstellung der Karte dauert mindestens drei Wochen (Oberösterreich) und höchstens sechs Wochen (Südmähren). Anders in Kroatien: Dort ist alles digitalisiert und die e-Children's Card Mudrica wird innerhalb weniger Tage aktiviert.

Die Registrierung der Karte kann nur online, online und persönlich oder nur persönlich erfolgen. In 45 % der Fälle ist dies auf beiden Wegen möglich, in weiteren 45 % nur online und in 10 % nur in den Gemeinde- oder Bezirksämtern.

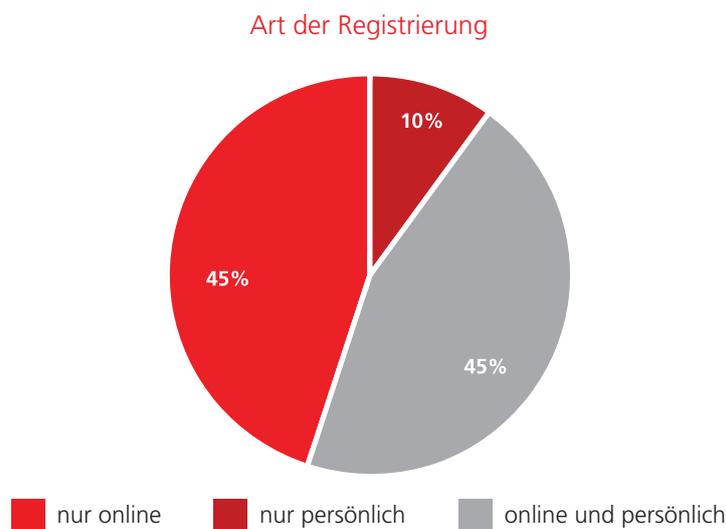
⁶⁰. EuregioFamilyPass, Anzahl der bei Registrierung ausgestellten Karten, Excel-Grafik, 2021

Bezüglich der Kartenanzahl ist anzumerken, wie viele KartenausstellerInnen ein elektronisches/digitales Aktualisierungssystem verwenden (36 %) und wie viele ein manuelles System nutzen, bei dem jedes Jahr (oder bei jeder Änderung der Daten) eine neue Karte zugestellt wird (64 %).

Die Ausstellung der Karte dauert mindestens drei Wochen (Oberösterreich) und höchstens sechs Wochen (Südmähren). Anders in Kroatien: Dort ist alles digitalisiert und die e-Children's Card Mudrica wird innerhalb weniger Tage aktiviert.

Die Registrierung der Karte kann nur online, online und persönlich oder nur persönlich erfolgen. In 45 % der Fälle ist dies auf beiden Wegen möglich, in weiteren 45 % nur online und in 10 % nur in den Gemeinde- oder Bezirksämtern.

Abbildung Nr. 13, Art der Registrierung für das Vorteilsangebot⁶¹.

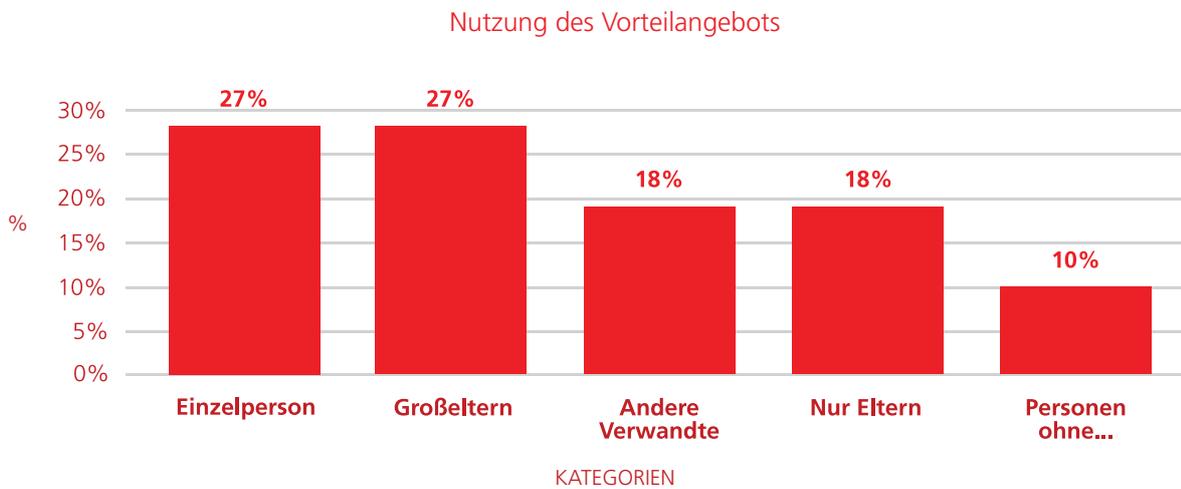


Für den Familienpass Vaals - Aachen - Düren muss man sich an die Gemeindeämter wenden und die Ausweisepapiere der Familienmitglieder vorlegen. Das kroatische System ist das schnellste und wirtschaftlichste unter den beschriebenen Fällen, da die Daten der BürgerInnen bereits vorliegen und so die bürokratischen und administrativen Kosten reduziert werden können.

Zu den Best Practices im Zusammenhang mit den organisatorischen Aspekten gehört auch die Zielgruppe des Angebots. In 27% der Fälle richtet sich das Angebot an eine natürliche Person (Einzelperson) als VorteilsnehmerIn (Eurocidade Card Chaves - Verín, Kooperationsprojekt Tornio – Haparanda, IBK). In weiteren 27 % der Fälle kann das Angebot auch von Großeltern genutzt werden (Vorarlberger Familienpass, NÖ Familienpass, OÖ Familienkarte), während es in 18 % nur für Eltern gilt. Weitere 18 % haben das Vorteilsangebot auf andere Verwandte als die Großeltern und 10 % auf Personen ohne Verwandtschaftsverhältnis zur Familie (BabysitterInnen oder FreundInnen) ausgedehnt.

⁶¹. EuregioFamilyPass, Art der Registrierung für das Vorteilsangebot, Excel-Grafik, 2021

Abbildung Nr. 14, Aktivierung des Vorteilangebots⁶².

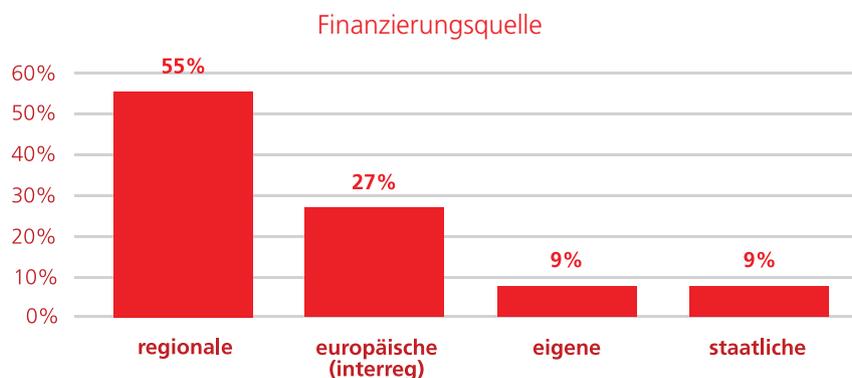


Von Seiten der KartenbetreiberInnen werden in den meisten Fällen (64 %) zusätzlich zum Vorteilsangebot ein Newsletter mit nützlichen Informationen, eine Liste der VorteilsgeberInnen und in einigen Fällen auch Spiele für Kinder (Südmähren) an die KarteninhaberInnen verschickt. Im Fall von Niederösterreich wird der Newsletter beispielsweise fünf- bis siebenmal pro Jahr per E- Mail verschickt, und für den Erhalt muss die Zustimmung erteilt werden. Die Mitglieder des Rodinný Pas in Bratislava erhalten monatlich einen Newsletter, während Vorarlberg einen Jahreskalender mit Aktivitäten und Veranstaltungen erstellt und jeweils zum Jahresbeginn verschickt. Die IBK bietet die Möglichkeit, die gewünschten Themen (Ausflüge, Mobilität, Wellness) auf ihrer Website auszuwählen und Informationen per Post zu erhalten.

Mit Blick auf die VorteilsgeberInnen wurde festgestellt, dass sie in 73 % der Fälle selbst über die Höhe der Ermäßigung oder das Leistungsangebot entscheiden können. Die restlichen 27 % sind dagegen verpflichtet, eine Ermäßigung von mindestens 5 % anzubieten.

Hinsichtlich der Finanzierung ist es schwierig genau zu sagen, woher die Mittel kommen, da sie oft aus mehreren Quellen stammen. Daher wurde zur Unterscheidung die überwiegende Finanzierungsquelle herangezogen. Auf diese Weise lässt sich feststellen, wer hauptsächlich auf regionale (54 %), europäische (27 %), eigene (9 %) oder staatliche (9 %) Mittel zurückgreift.

Abbildung Nr. 15, Finanzierungsquelle⁶³.



⁶² EuregioFamilyPass, Aktivierung des Vorteilangebots, Excel-Grafik, 2021 ⁶³ EuregioFamilyPass, Finanzierungsquelle, Excel-Grafik, 2021

4.1 SOFORT ANWENDBARE BEST PRACTICES

Ein wichtiger und nicht zu unterschätzender Faktor bei der Unterscheidung zwischen sofort anwendbaren und zukünftig umsetzbaren Best Practices ist der politisch-rechtliche Aspekt. Denn die Euregio – als grenzüberschreitendes Gebiet – unterliegt unterschiedlichen Normen zweier Staaten beziehungsweise dreier Regionen. Es ist daher klar, dass bestimmte Entscheidungen nicht in gleicher Weise im gesamten Geltungsbereich des EuregioFamilyPass umgesetzt werden können. Diese Situation schränkt nicht nur die Gegenseitigkeit, sondern auch die Handhabung und Verwaltung der Familienkarte ein. Gerade dieser politische Aspekt war eines der Kriterien, die es erlaubten, die Best Practices in „sofort anwendbare“ und in „zukünftig umsetzbare“ Praktiken zu unterteilen. Die Unterscheidung erfolgte auch nach einem zeitlichen Parameter (mittel-/langfristig und kurzfristig), so dass Best Practices mit kürzeren Einführungs- und Umsetzungsfristen als „sofort anwendbar“ gelten, während solche, die eingehendere Analysen, Vergleiche und Untersuchungen erfordern, als „zukünftig umsetzbar“ definiert werden. So sollten bestimmte Aktivitäten in erster Linie von der Euregio ausgehen, um eine solide Basis für die Einführung der Best Practices durch die drei Verwaltungsstellen in Tirol, Südtirol und Trentino zu schaffen und die einheitliche Entwicklung des EuregioFamilyPass auf der Grundlage der in anderen europäischen Regionen erzielten positiven Ergebnisse sicherzustellen. Die Euregio sollte daher in Zusammenarbeit mit den drei Ländern den dort zuständigen Stellen die Kapazitäten und Instrumente für die Einführung der Best Practices zur Verfügung stellen. Anschließend sollten die drei Länder diese Elemente auf operativer Ebene nutzen, um die ausgewählten Best Practices in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsgebiet (möglichst einheitlich und gemeinsam) umzusetzen.

Die ermittelten Best Practices würden die Nutzung des Familienpasses fördern, zumal es dieses Angebot in anderen europäischen Regionen schon viel länger gibt, wo es sehr gut funktioniert und in die Gemeinschaft integriert ist. Dementsprechend könnten die nachstehend genannten Vorschläge für den EuregioFamilyPass als potenzieller Motor zur Förderung der Mobilität und Schaffung eines Gemeinschafts- und Zusammengehörigkeitsgefühls zwischen den drei Ländern dienen.

Daher war es sinnvoll, diese Situationen zu analysieren, um ihre Struktur, ihre Aktivitäten und ihre Organisation besser zu verstehen. Die kurzfristig anwendbaren Best Practices werden im Folgenden in alphabetischer Reihenfolge vorgestellt.

Direkte Einbeziehung der Familien

Die von Vorarlberg entwickelte Strategie ist einfach und sofort umsetzbar. In diesem Fall wurde die Bevölkerung direkt einbezogen und konnte ihre Wünsche bezüglich der Partnerunternehmen, auch über die Landesgrenzen hinaus, per E-Mail oder über die sozialen Netzwerke äußern. Die Partnerunternehmen haben sich auf freiwilliger Basis und ohne öffentliche und/oder private Anreize beteiligt und gingen auf die spezifischen Bedürfnisse der Familien ein. Diese Initiative setzt vor allem die Bereitschaft voraus, private Nachrichten in Form von Kommentaren und/oder Anfragen seitens der Familien zu erhalten. Darüber hinaus erfordert sie eine Steuerungsgruppe, die neben der Diskussion über die Übereinstimmung und Vereinbarkeit der Anfragen mit dem Projektziel auch die konkrete Machbarkeit der Zusammenarbeit prüfen sollte. Die Antworten könnten direkt auf der Website (oder auf der erstellten App) gesammelt werden.

Gewinnspiele

Eine interessante Initiative ist die regelmäßige Durchführung von Gewinnspielen oder Preisausschreiben.

In Anlehnung an das Beispiel aus Tschechien würde die Idee, eine Reihe von Fragen über das Gebiet (in diesem Fall Südmähren) zu stellen, Familien dazu ermutigen, das Gebiet zu bereisen und die Angebote der ProjektpartnerInnen zu nutzen; wenn sie als Preise die Waren und Dienstleistungen der beteiligten AnbieterInnen erhalten, würde das den Bekanntheitsgrad und Werbeeffect erhöhen.

Auch der EuregioFamilyPass organisiert ab und zu interessante Gewinnspiele, die darauf abzielen, Familien einzubinden und sie dazu anzuregen, die Europaregion zu entdecken.

Suchfilter für Partnerunternehmen

Eine weit verbreitete Best Practice ist die Verwendung eines Filtersystems auf der Website (und in der App, falls vorhanden), um die Darstellung und die Suche der beteiligten Partnerunternehmen zu erleichtern. Obwohl diese Funktion zweitrangig erscheinen mag, würde sie das sofortige Auffinden von Informationen auf der Website ermöglichen, die nach Art, Kategorie und Extras gegliedert werden können. Dabei ist es wichtig, dass die Kategorien so klar wie möglich formuliert sind, damit sie von den NutzerInnen leicht gefunden werden (wie im Fall von Niederösterreich oder der Slowakei). Wie in Kapitel 3.2.2 dargelegt, ist nicht in allen untersuchten Fällen eine umfassende und gut strukturierte Filterfunktion vorhanden, und das trifft auch auf die drei Euregio-Länder zu.

Monatlicher Newsletter mit Spielen für Kinder

Das beste Beispiel für monatliche Newsletter mit Spielen für Kinder ist die Slowakei. Jeden Monat wird ein Newsletter an die Familien verschickt (auch die Euregio veröffentlicht alle 3 bis 4 Monate die EuregioFamilyPass News) mit lustigen Spielen für Kinder, Aufgaben und Rätseln. Auf diese Weise werden besonders die Kinder in das Projekt einbezogen. Auf der Website des Rodinný Pasy sind zudem die Spiele aller früheren Ausgaben der Zeitschrift als pdf-Dokumente zu finden.

Organisation von gemeinsamen Veranstaltungen

Im Rahmen der Eurocidade Card Chaves - Verín werden in den beiden Gemeinden gemeinsame Veranstaltungen organisiert, um das Bewusstsein der BürgerInnen für den grenzüberschreitenden Aspekt und die Integration der Kulturen zu schärfen, die zwar unterschiedlich sind, aber gleichzeitig bedeutende und maßgebliche Gemeinsamkeiten für die Zusammenarbeit aufweisen. Natürlich werden nicht alle Veranstaltungen, die in den beiden Städten stattfinden, gemeinsam durchgeführt, aber die AnwohnerInnen haben die Möglichkeit, ohne zusätzliche Kosten oder Gebühren daran teilzunehmen. Auch der EuregioFamilyPass beteiligt sich an gemeinsamen Veranstaltungen in den drei Ländern.

Eigene Website für die jeweilige Familienkarte

Ein wichtiger Schritt, der auch die nächste Best Practice einleitet, ist die Einrichtung einer Website, die ausschließlich der Familienkarte gewidmet ist und nicht nur eine verlinkte Seite auf den Webseiten der Regionen, Provinzen oder Gemeinden ist. Eine Website, die (wie in 73 % der untersuchten Fälle) ausschließlich der Familienkarte gewidmet ist, erleichtert und vereinfacht die Informationssuche. Dies schließt jedoch nicht aus, dass die offizielle Website der Familienkarte einen Verweis auf andere Webseiten enthält (z.B. die Website der Provinz, der Gemeinde oder der Region bzw. der zuständigen Verwaltungsbehörde). Das funktioniert auch in umgekehrter Richtung. So kommunizieren beispielsweise die VorteilsgeberInnen der e-Children's Card Mudrica die Partnerschaft mit der Familienkarte auf ihrer Website, so dass der Link nicht nur zur Information der NutzerInnen, sondern auch zur Förderung des Angebots beiträgt. Eine ähnliche Form einer allgemeinen Website für den EuregioFamilyPass existiert bereits und enthält ebenfalls Links zu den drei Ländern.

Soziale Netzwerke

Die Einführung einer einfachen und praktischen Plattform für Familien zur Kommunikation mit den ProjektmanagerInnen wäre für die Förderung des EuregioFamilyPass sehr nützlich. In diesem Zusammenhang spielen die sozialen Netzwerke eine entscheidende Rolle. Im konkreten Fall der vorliegenden Studie zeigte sich, dass Facebook und Instagram in den untersuchten Fallbeispielen die am häufigsten genutzten Plattformen sind.

Aber auch dafür müsste eine eigene Seite für den Familienpass eingerichtet und vor allem täglich aktualisiert werden. Im Fall von Instagram wäre es sehr nützlich, einen Hashtag bzw. eine Reihe von Tags zu verwenden (wie es Niederösterreich und die IBK tun), die eine kostenlose Bewerbung durch die NutzerInnen ermöglichen. Darüber hinaus besteht sowohl bei Facebook als auch bei Instagram die Möglichkeit, die Nachricht in die auf dem Gerät eingestellte Sprache zu übersetzen und so die Sprachhürde zu überwinden. Es gibt jedoch Herausforderungen bei der Handhabung, denn soziale Medien benötigen einen durchdachten und definierten Redaktionsplan sowie ein System für die Interaktion mit FollowerInnen.

Fester Zeitplan

Es ist wichtig, dass die in und zwischen den verschiedenen Regionen oder Ländern getroffenen Entscheidungen nach einem festen Zeitplan umgesetzt werden. Im Fall des Kooperationsprojekts Tornio - Haparanda beispielsweise werden die im Rahmen der transnationalen Zusammenarbeit gefassten Beschlüsse innerhalb eines Monats nach ihrer Verabschiedung umgesetzt. Das vermittelt den BürgerInnen den Eindruck eines seriösen Programms und einer nützlichen und gut funktionierenden Zusammenarbeit. Dieses Verfahren wird auch bei der Eingabe und Aktualisierung der Ermäßigungen und Sonderaktionen der Partnerunternehmen angewandt, wo ebenfalls Aktualität und Schnelligkeit zählen, und das Ganze wird vom operativen Team des Kooperationsprojekts Tornio - Haparanda überwacht, welches dafür sorgt, dass die festgelegten Bestimmungen von allen eingehalten werden.

4.2 ZUKÜNFTIG UMSETZBARE BEST PRACTICES

Mittel- bis langfristig sollte über einige Best Practices nachgedacht werden, die nach einer sorgfältigen Analyse- und Planungsphase im Rahmen des EuregioFamilyPass eingeführt werden könnten. Im Abschnitt „Herausforderungen und Schlussfolgerungen“ werden kritische Fragen zu den vorgeschlagenen Modellen behandelt.

Smartphone-Anwendung

Dabei handelt es sich um die digitale App für Android- und iOS-Geräte, die in fast der Hälfte der analysierten Fallstudien eingeführt wurde, was zeigt, dass es sich hier um einen allgemeinen (und wachsenden) Trend handelt. Die Umstellung auf die Digitalisierung würde nicht nur die Nutzung des Angebots für diejenigen vereinfachen, die mittlerweile ihr Smartphone für die meisten Dienste (einschließlich Flugtickets) verwenden, sondern sie würde auch Papier für den Ausdruck der Karten sparen und die Datenerhebung und den grenzüberschreitenden Austausch erleichtern. Dieser Übergang bringt jedoch eine Reihe von Problemen mit sich, darunter die strenge Datenschutzpolitik, die denjenigen, die das digitale System verwenden, zugesichert werden muss. Weitere Punkte betreffen die Strukturierung und Einführung der am besten geeigneten digitalen Instrumente (mit einer Schulungsphase sowohl für NutzerInnen als auch für MitarbeiterInnen) sowie die Erfassung der Daten und ihre Organisation in Datenbanken. Auch für Partnerunternehmen könnte die Einführung der App, wenn sie im Einvernehmen mit den AnbieterInnen und mit den gleichen Zielen und Merkmalen wie die derzeitige Karte strukturiert wird, die Registrierung der Ermäßigung, die Bewerbung und die Erbringung der Leistung erleichtern. In diesem Sinne könnte eine einzige App verwendet werden, die für Familien und VorteilsgeberInnen gleich ist, aber durch das Anmelde-Login eine Unterscheidung der beiden Gruppen ermöglicht. Ein digitalisiertes System würde den nächsten Schritt (an dem Kroatien arbeitet) erleichtern, nämlich die Entwicklung eines Systems, bei dem die digitale Mudrica-App auch für Einkäufe in den Online-Shops der PartnerInnen genutzt werden kann. Um noch einmal auf die politischen Fragen bezüglich der Organisation zurückzukommen: Die Ermöglichung von Einkäufen mit der Karte ist für die Zukunft gedacht, denn wir sprechen hier nicht von einigen Monaten, sondern von einigen Jahren, da es sich um ein Thema handelt, das einen großen zeitlichen und organisatorischen Aufwand erfordert. Diese Entwicklung könnte sich als wichtig erweisen, da der Online-Handel in den letzten Jahren immer mehr an

Bedeutung gewonnen hat (was sich während der COVID-19-Pandemie noch deutlicher gezeigt hat). Familien die Möglichkeit zu bieten, über ihre Karte/App auch bei Online-Einkäufen von Rabatten und Ermäßigungen zu profitieren, würde einen enormen Vorteil in Bezug auf Popularität und Einsparungen garantieren. Nicht nur beim Einkaufen, sondern auch bei Kultur- und Freizeitaktivitäten könnten die Wartezeiten an der Kasse verkürzt und ein besserer Service geboten werden, wenn es möglich wäre, Tickets bereits mit dem Familienrabatt zu kaufen. Bei der Einführung der digitalen App ist es wichtig, für transnationale Angebote eine zweisprachige Einstellung zu gewährleisten, um die problemlose Nutzung der App für beide Nationalitäten zu ermöglichen.

Einrichtung einer Datenbank

Schließlich wäre es sinnvoll, nach der Einrichtung einer guten digitalen Plattform ein System zur Erfassung der Daten der PartnerInnen einzuführen, die in eine gemeinsame digitale Datenbank für alle Regionen einfließen. So könnte eine Historie aufgebaut werden, die es erlaubt, Schätzungen und Schlussfolgerungen auf der Grundlage von objektiven, richtigen und die Realität abbildenden Daten zu erstellen. Das Land Vorarlberg nutzt beispielsweise die von Google bereitgestellten Systeme für Daten zu sozialen Netzwerken oder Webseiten, während für die Anwendung die digitalen Tools des App Stores verwendet werden. Ein ausgefeilteres System wendet die IBK an, wo über ein die Vernetzung der Bodensee Card Informationen über den Verkauf und die Einlösung der Karten gespeichert werden. Jede Karte verfügt über einen QR-Code und wird bei den LeistungspartnerInnen gescannt und im System gespeichert. So sind jederzeit statistische Auswertungen möglich und die Kartendaten werden nicht von externen Unternehmen verwaltet. Die Nutzung der Karte wird anonymisiert, so dass keine individuelle Auswertung möglich ist und die Einhaltung der EU-Datenschutzrichtlinie stets gewährleistet ist.

In den meisten analysierten Fallstudien, die über eine gut strukturierte und funktionierende Datenbank verfügen, wurden externe Unternehmen mit der Entwicklung der Anwendung beauftragt, während die Datenverwaltung und -analyse dann intern erfolgt.

Anreize für PartnerInnen aus dem Gesundheitssektor mit lokaler Gesundheitsplattform

Eine mögliche Hilfe für Familien, ihre täglichen Ausgaben zu bestreiten, könnte darin bestehen, Anreize für Unternehmen des Gesundheitswesens zu schaffen und sie zu ermutigen, sich als PartnerInnen zu beteiligen. So könnten Apotheken, Drogerien und private Gesundheitseinrichtungen Familien mit Kindern Rabatte und Ermäßigungen gewähren. Oberösterreich und in der Folge auch Niederösterreich haben diesen Bedarf vor langer Zeit erkannt und beschlossen, als Angebot für Familien mit Kindern einen Versicherungsschutz einzuführen (der in Oberösterreich sogar kostenlos ist und in Niederösterreich zu einem vergünstigten Tarif abgeschlossen werden kann). So werden Familien jährliche Versicherungspakete angeboten, mit denen sie sich gegen Unfälle und die damit verbundenen Behandlungskosten absichern können, die sie ohne Versicherungsschutz selbst zu tragen hätten.

Der nächste Schritt (wie ihn Kroatien gegangen ist) wäre die Integration des Angebots für Familien mit Kindern in das digitale nationale Gesundheitssystem (in diesem Fall sprechen wir immer von einer nationalen Karte). Auch wenn dies nicht dem Ziel des EuregioFamilyPass entspricht, könnte die Euregio in der Lage sein, eine ähnliche Innovation einzuführen, sofern sie von den EntscheidungsträgerInnen auf politischer Ebene vereinbart wird. Bei diesem System wäre keine regelmäßige Aktualisierung der Daten nötig, da das System über alle erforderlichen Informationen verfügt. Und außerdem könnten die Familien ohne Weiteres von dem Angebot profitieren, da sie mit ihren nationalen Berechtigungsnachweisen automatischen Zugang erhalten, wenn sie die Voraussetzungen erfüllen. Beim kroatischen System ist es beispielsweise gelungen, eine automatische Hintergrundprüfung einzubauen, um festzustellen, ob die potenziellen NutzerInnen die Kriterien für die Beantragung der e-Children's Card Mudrica erfüllen oder nicht. Das bedeutet eine erhebliche Zeitersparnis sowohl für die Behörden, die mit der Überprüfung der Berechtigungsnachweise betraut sind, als auch für die Familien, die in wesentlich kürzerer Zeit

Zugang zu dem Angebot erhalten als bei den in den anderen Fallstudien verwendeten Systemen, obwohl auch diese die Online-Registrierung ermöglichen. Somit wäre der Zeitaufwand für die Überprüfung der Daten und die Ausstellung der Karte deutlich geringer als bei der herkömmlichen Registrierung und Ausstellung. Auch in diesem Fall verfügen einige Euregio-Länder bereits über eine ähnliche Organisation wie die oben beschriebene, weshalb sich dieser Hinweis an jene Länder richtet, in denen dieses Angebot noch nicht besteht oder aktiv ist.

Physische Anwesenheit der Kinder nicht immer erforderlich

In vielen Situationen sind die Kinder nicht immer anwesend, wenn die Ermäßigungen in Anspruch genommen werden. Man denke nur an den Einzelhandel oder den Supermarkt, wo die Eltern ihre Einkäufe oft allein erledigen. Soweit es mit der Familienpolitik vereinbar ist, könnten die Familienkarten auch ohne die physische Anwesenheit des Kindes genutzt werden, oder, wie im Falle Oberösterreichs, könnte der ermäßigte Fahrpreis im Regionalverkehr auch für einen alleinreisenden Elternteil gelten, der ohnehin im Besitz der Familienkarte ist.

Denn das würde eine stärkere Nutzung der Familienkarte fördern, und in manchen Situationen, wie z.B. in Geschäften oder in öffentlichen Verkehrsmitteln, ist ein Elternteil nicht immer mit dem Kind unterwegs, aber die Inanspruchnahme der Ermäßigung könnte trotzdem gewährt werden. Dies würde Familien einen größeren Anreiz bieten, die Karte zu beantragen. Diese Best Practice wird unter den „zukünftig umsetzbaren Best Practices“ angeführt, weil ihre Einführung politische Entscheidungen auf der zentralen Organisationsebene erfordert, deren Analyse Zeit in Anspruch nimmt.

Anzahl der ausgestellten Karten und Aktualisierung

Ein wichtiger Punkt ist die Anzahl der ausgestellten Karten. In den untersuchten Fallstudien wird dies unterschiedlich gehandhabt, aber der Grundgedanke und die Idealvorstellung wäre, dass die Anzahl der ausgegebenen Karten der Anzahl der Elternteile entspricht, die sie beantragt haben (Tirol und Rodinnè Pasy). So könnte eine Verschwendung durch die Ausstellung überflüssiger Karten vermieden werden. In diesem Zusammenhang wird die Vorteilskarte nur in wenigen Fällen digital aktualisiert (die Aktualisierung ist für personenbezogene Daten vorgesehen, da die Ermäßigungen in den meisten Fällen bis zur Volljährigkeit der Kinder gewährt werden) und das verursacht neben hohen Kosten auch Müll, wenn die alten Karten weggeworfen werden. Die Idee wäre daher, ein computergestütztes Aktualisierungssystem einzuführen und dabei immer die gleiche Karte zu verwenden. Diese würde dann gesperrt werden, wenn die Grundvoraussetzungen nicht mehr erfüllt werden.

Partnerschaften mit anderen Plattformen

Sobald mit der Digitalisierungsphase begonnen wird, wäre es sinnvoll, Partnerschaften mit anderen Plattformen einzugehen. Das ist in Niederösterreich der Fall, wo Familien dank einer Vereinbarung mit dem Partner Outdooractive zusätzliche Informationen über familienfreundliche Wander- und Radwege erhalten und anhand von Bewertungen das Angebot besser beurteilen können. Diese Plattform gibt es in vielen mitteleuropäischen Ländern, darunter Italien und Österreich, und sie sieht im Wesentlichen drei verschiedene Angebotsstufen vor: „Community“, „FreeBusiness“ und „Business“, je nachdem, welches Ziel der Kunde erreichen möchte. Für die Euregio-Untersuchung würde das Paket „Services“ in Betracht kommen, um das Gebiet vorzustellen sowie Sichtbarkeit und B2B-Interesse zu generieren; das Paket enthält neben dem Routentracking auch die Erstellung einer umfassenden und praktischen Dokumentation zu den vor Ort zu entdeckenden Abenteuern, technische Lösungen für eine attraktive Präsentation der Routen auf der eigenen Website, die Veröffentlichung der Abenteuer und Erlebnisse auf der Plattform outdooractive.com und in der Outdooractive-App für iOS und Android sowie die Verbreitung der zu erlebenden Abenteuer über das Outdooractive-Partnernetzwerk. Darüber hinaus würde diese Zusammenarbeit die Möglichkeit bieten, einen Mehrwert für die Region und ihre Bevölkerung zu schaffen. Denn neben einer intuitiven Handhabung, welche die tägliche Arbeit erleichtert, stehen technische Lösungen zur

Verfügung, um mit geringem technischem Aufwand eine attraktive Präsentation auf der Website zu erstellen, eine Outdooractive-Plattform und ein Partnernetzwerk, um die Sichtbarkeit und den Bekanntheitsgrad des Gebiets zu erhöhen, sowie die Möglichkeit des Datenexports in einem strukturierten Format (XML/JSON), um die in die Eingabe und Aktualisierung der Daten investierte Arbeit zu sichern. Die Kosten hängen vom gewünschten Leistungsumfang für das zu realisierende Projekt ab. Die Services für die „Community“ sind kostenlos (mit der Möglichkeit, ein Pro- oder Pro+-Abonnement abzuschließen, das zwischen 30 € und 60 € kostet), während für B2B-Services mit Unternehmenslösungen, die als Softwareleistungen (SaaS) angeboten werden, eine jährliche Gebühr nach einem „solidarischen“ und auf der touristischen Entwicklung des Gebiets basierenden Preissystem erhoben wird. Dies ermöglicht es kleinen und weniger entwickelten Destinationen, über die gleichen professionellen Funktionen wie die großen Destinationen zu verfügen. Darüber hinaus organisiert das Outdooractive-System die eingegebenen Daten auf intelligente Weise in einer zentralen Datenbank. Die in der Datenbank eingegebenen und verwalteten Daten werden am Ende der Zusammenarbeit in einem strukturierten Format (XML/JSON) übergeben. Das System ermöglicht auch die Freigabe von verwalteten Daten als OpenData Creative Commons.

Weitere Partnerschaften sind jene mit den örtlichen Verkehrsbetrieben, wo mit der digitalen Familienkarten-App Bahn- oder Busfahrkarten zu ermäßigten Preisen erworben werden können, die speziell für Familien bestimmt sind, so dass die Familienkarten-App auch als digitaler Fahrschein für Verkehrsmittel dient.

Volle gegenseitige Anerkennung der Angebote

Betrachtet man die transnationalen Fallbeispiele, so würde ein System, das die volle gegenseitige Anerkennung der Ermäßigungen und Vorteile vorsieht (Chaves - Verín oder Kooperationsprojekt Tornio - Haparanda), Familien unnötige Unannehmlichkeiten ersparen und die Gleichbehandlung unterstreichen, die mit dem EuregioFamilyPass vermittelt werden soll. Bei den Beispielen von der iberischen Halbinsel und aus Skandinavien handelt es sich jedoch um Gebiete, die wesentlich kleiner sind als die Euregio und wo es dementsprechend einfacher ist, eine solche Gegenseitigkeit herzustellen. Hinzu kommt, dass es in dem vom EuregioFamilyPass abgedeckten Gebiet einige kulturelle Unterschiede gibt, die aufgrund ihrer strukturellen Merkmale unbedingt zu beachten sind.

Ausstellung der Karte an andere Personen als die Eltern

Wie wir gesehen haben, werden in einigen untersuchten Fällen die Familienkarten (oder der Zugang zur App) auch an andere Personen als die Eltern ausgegeben (und folglich die damit verbundenen Leistungen und finanziellen Vorteile gewährt). In manchen Fällen gilt dies nur für Personen, die zum Haushalt gehören; in anderen Fällen können auch haushaltsfremde Personen (BabysitterInnen) die Karte nutzen. Dies könnte eine konkrete Hilfe für Familien sein, die ihre Kinder aus beruflichen Gründen häufig Personen anvertrauen müssen, die sie zu verschiedenen Tageszeiten betreuen und für sie verantwortlich sind. Das ist allerdings eine politische Frage, die diskutiert und geprüft werden sollte.

Geolokalisierungsdienste

In Verbindung mit den digitalen Funktionen könnte die Einführung eines Geolokalisierungssystems nützlich sein und von den Familien begrüßt werden. Sie könnten damit, wenn sie unterwegs sind und ein Smartphone besitzen, den Standort der einzelnen AnbieterInnen und folglich den einfachsten und kürzesten Weg zu ihnen finden. In diesem Fall ist die Verwendung der Plattform Google Maps notwendig, um eine vollständige Abdeckung des Angebots zu gewährleisten, was jedoch in der Euregio aufgrund der zwei- bzw. dreisprachigen Ortsnamen nicht möglich ist. So banal es auch klingen mag: Die Möglichkeit, ein Partnerunternehmen und folglich den Weg dorthin über einen direkten Link zu finden (ohne die Adresse des Ortes kopieren und einfügen zu müssen), ist sehr wichtig für die Zufriedenheit der NutzerInnen des Angebots.

4.3 ZU BEWÄLTIGENDE HERAUSFORDERUNGEN

Angesichts der komplexen Merkmale der einzelnen Familienpässe in der Euregio sind je nach Angebotsart eine Vielzahl von Herausforderungen zu bewältigen. Bei der länderübergreifenden Zusammenarbeit besteht das größte Problem darin, zu vermeiden, dass ein Land stärker von den Vorteilsangeboten und Sonderaktionen profitiert als das andere. Das könnte zum Beispiel bei der IBK der Fall sein, aber die IBT hat eine Leistungsstruktur geschaffen, die sicherstellt, dass es keine Unterschiede zwischen den Ländern gibt, da die Karte in allen beteiligten Ländern in gleicher Weise genutzt und akzeptiert wird (das gilt auch für den EuregioFamilyPass). Neben der ungleichen Behandlung besteht bei transnationalen Vereinbarungen eine weitere Gefahr darin, dass der Vertrag beendet wird, sobald die für das Interreg-Projekt zur Verfügung stehenden Mittel erschöpft sind, wie es beim FamilyNet AT-SK der Fall war. Die Länder müssen deshalb in die Lage versetzt werden, die Kooperationsbeziehung und das Leistungsangebot auch nach dem Ende des Interreg-Projekts fortzuführen.

Im Rahmen der Abkommen gibt es oft Länder oder Regionen, die über mehr Mittel verfügen oder eine größere Investitionskraft haben als andere, und unter diesem Blickwinkel gilt es, die Bemühungen der einzelnen beteiligten Gebiete zu würdigen und ihnen die gebührende Anerkennung zukommen zu lassen.

Um die mit dem untersuchten Projekt verbundenen familienpolitischen Ziele zu erreichen, ist es sinnvoll, die Zahl der registrierten PartnerInnen und Familien zu erhöhen, damit ein größerer Nutzerkreis abgedeckt werden kann, was mehr Angebote und eine stärkere Inanspruchnahme der Karte gewährleistet. Auf diese Weise entsteht eine Community, in der sowohl Familien als auch PartnerInnen Informationen und Ideen austauschen. Diese Art der Beteiligung ist sehr wichtig, um auf die Bedürfnisse der Familien einzugehen, wie es Vorarlberg getan hat. Hier wurden die Wünsche der FamilienpassinhaberInnen gehört und Verträge mit AnbieterInnen außerhalb Vorarlbergs und sogar außerhalb Österreichs abgeschlossen. Auch die VorteilsgeberInnen müssen gehört werden, und ihnen muss ausreichende Sichtbarkeit und Bewerbung garantiert werden, sei es auf der Website, auf Social-Media-Seiten, in Informationsbroschüren oder mit Logos, die auf die Projektteilnahme hinweisen. Diese Kanäle werden von der Euregio ständig genutzt, um wichtige Informationen und Rückmeldungen zu erhalten.

Die Digitalisierung ist ein sehr sensibler Bereich, die Welt ist heute „smart“ und „digital“ und so müssen auch die Angebote für Familien an diesen Trend angepasst werden. Die Digitalisierung ermöglicht es, die Abläufe zu beschleunigen und kostbare Zeit zu sparen, sowohl für die AdministratorInnen, die die Anfragen direkt auf der Website erhalten, und für die Familien, die sich von zu Hause aus anmelden und das Angebot mit ihrem Smartphone nutzen können, als auch für die Partnerunternehmen, die die Angebote aktualisieren und die erbrachte Leistung digital erfassen können. Es ist jedoch notwendig, eine gut organisierte und funktionelle Plattform einzurichten, um ihre Nutzung so reibungslos wie möglich zu gestalten. Einmal erstellt, kann sie auch zu einem Werbekanal werden, aber wie die Seiten der sozialen Netzwerke muss sie laufend aktualisiert werden. Die ständige Kommunikation sorgt dafür, dass sich Familien und PartnerInnen an die Nutzung des Angebots gewöhnen, so dass sowohl die Anmeldung als auch die Inanspruchnahme der Leistung zu einem Automatismus werden. Jede Entscheidung oder Wahl und jedes Projekt benötigt jedoch entsprechende Mittel. Aus den Fallstudien, in denen Daten zur Finanzierung erhoben wurden, ging hervor, dass neben den Personalkosten die Einführung digitaler Apps (die die Zusammenarbeit mit externen Unternehmen erfordert) und die Pflege der Webseiten oder Social-Media-Seiten zu den größten Kostenfaktoren zählen. Daher sind europäische Finanzierungen von großer Bedeutung für die sofortige und vor allem für die zukünftige Umsetzung von Best Practices, auch wenn dies im Widerspruch zu den Merkmalen bestimmter Finanzierungen steht, die zeitlich begrenzt sind, aber mehrmals verlängert werden können.

Ein weiterer Faktor, der zu berücksichtigen ist, betrifft die Verwaltung der Daten über den Grenzverkehr, die Kartennutzung, die Beteiligung von NutzerInnen und die Aufnahme (oder den Ausstieg) von AnbieterInnen. Diese Daten sind, nach entsprechender Analyse, eine große Hilfe für die KartenbetreiberInnen bei strategischen und operativen Entscheidungen. Wie im nächsten Kapitel erörtert wird, könnte es sinnvoll sein, eine Art gemeinsames Recht auf die Daten des EuregioFamilyPass einzuräumen, damit die drei Länder Daten und Informationen zu den Kartenbewegungen austauschen können. Das würde einen unmittelbaren Einblick in die Entwicklung der in der Euregio angewandten Politik und ihre rasche Anpassung und Verbesserung ermöglichen. Die mit diesem Thema verknüpfte Datenschutzpolitik verhindert den Austausch personenbezogener Daten, allerdings könnten anonymisierte und quantifizierte Informationen für statistische Zwecke verwendet werden.

5.1 BEST-PRACTICE-RANGLISTE UND SWOT-ANALYSE

Best-Practice-Rangliste

Nach der Beschreibung der Familienkarten und der Erläuterung der Best Practices, die im Rahmen des EuregioFamilyPass umgesetzt werden sollten, bestand die Notwendigkeit, eine Art Rangliste (Ranking) aller relevanten Merkmale der untersuchten Fallbeispiele zu erstellen. Einige Fälle, wie zum Beispiel die Ausstellung der Vorteilskarte an andere Personen als Eltern, sind in einem komplexen politischen Kontext angesiedelt, der in jeder einzelnen Region eine eingehende und begründete Diskussion erfordert.

Ein standardisiertes Datenextraktionsformular wurde verwendet, um die wichtigsten methodischen Informationen zu den untersuchten Fallbeispielen zu erfassen⁶⁴. Im Zuge der Datenextraktion wurde eine narrative Synthese durchgeführt, bei der die Beispiele nach Art und Merkmalen der Angebote zusammengefasst wurden. Wie eingangs erwähnt, ergab die narrative Überprüfung, dass keine Methode den anderen überlegen ist, sondern viele Methoden relevante Details gemeinsam haben. Daher wurde ein Best-Practice-Rahmen erstellt, der sich an den gemeinsamen Komponenten orientiert, die in der narrativen Überprüfung ermittelt wurden, und der für alle analysierten Merkmale und Angebotsarten verwendet wurde. Der Best-Practice-Rahmen soll EntscheidungsträgerInnen Informationen zur Ermittlung einer Methode für die Klassifizierung der Wahlmöglichkeiten liefern und sicherstellen, dass die Methoden nach den ermittelten Best Practices ausgeführt werden. In einem weiteren Schritt wurden dann die Best Practices aus Kapitel 4 berücksichtigt und auf einer absteigenden Skala nach ihrem prozentualen Gewicht neu geordnet. Daraus ergab sich die Tabelle Nr. 3 mit einer Liste von Best Practices, die nicht nach einem qualitativen Kriterium erstellt wurde, sondern auf einem quantitativen Standard beruht. Auf den vorderen Plätzen finden wir also die Best Practices, die in den elf untersuchten Fallbeispielen am häufigsten anzutreffen sind. Auf den hinteren Plätzen finden wir dagegen Best Practices, die zwar sehr wichtig sind, aber in den untersuchten europäischen Beispielen nicht häufig vorkommen. Auf die gleiche Weise wurde auch bei der anschließenden Unterscheidung in sofort anwendbare und zukünftig umsetzbare Best Practices verfahren. In Tabelle Nr. 3 stehen an erster Stelle die Möglichkeit der Online-Registrierung für die Vorteilskarte (eine Option, die bereits in allen drei Euregio-Ländern möglich ist) und die Verbreitung von Informationen über die sozialen Netzwerke.

An zweiter Stelle steht eine Top-Down-Politik für die Angebotseinführung, und an dritter Stelle steht die Möglichkeit für die PartnerInnen, die Höhe der Ermäßigung und die Art des Angebots selbst festzulegen (teilweise in den Euregio-Ländern ebenso bereits möglich). Ebenfalls an dritter Stelle (mit gleicher Punktzahl) steht die Einrichtung einer Website, die ausschließlich der beworbenen Initiative gewidmet ist - ein Merkmal, das die Euregio bereits besitzt und hervorragend nutzt, aber da es sich hier um eine Darstellung von Best Practices handelt, wurde beschlossen, es dennoch in der Liste der Best Practices zu berücksichtigen.

Die Organisation von Gewinnspielen (eine Aktivität, die nur in 36 % der untersuchten Fälle durchgeführt wird), steht am Ende der Liste, aber wie wir gesehen haben, bietet sie ein enormes Potenzial in Bezug auf die Einbindung und Bewerbung des Angebots. An vorletzter Stelle steht die Integration mit anderen Plattformen; auch hier finden wir diese Art der Partnerschaft nur in 27 % der untersuchten Fälle, und schließlich bieten nur 25 % Ermäßigungen und Vorteile auch für BewohnerInnen.

⁶⁴ O'Brien, E., Taft, R., Geary, K., Ciotti, M., Suk, J., & Suk, J, Best practices in ranking communicable disease threats (2015)

Tabelle Nr. 3, Best-Practice-Rangliste⁶⁵

BEST PRACTICE RANGLISTE	
ONLINE-REGISTRIERUNG DER VORTEILSKARTE	91%
SOZIALE NETZWERKE	91%
TOP-DOWN-POLITIK	82%
SELBSTÄNDIGE FESTLEGUNG DER VORTEILE DURCH DIE PARTNERINNEN	73%
EIGENE WEBSITE FÜR DIE VORTEILSKARTE	73%
EIGENE SOCIAL-MEDIA-SEITE	72%
AUSSTELLUNG DER VORTEILSKARTE AN ANDERE PERSONEN ALS ELTERN	72%
NEWSLETTER	64%
ORGANISATION VON VERANSTALTUNGEN	64%
AKTUALISIERUNG DURCH EINE NEUE VORTEILSKARTE	63%
GOVERNANCE MIT MEHR ALS 3 MITARBEITENDEN	60%
REGIONALE FINANZIERUNG	55%
GEOLOKALISIERUNGSSYSTEME	55%
GRENZÜBERSCHREITENDE AKTIVITÄT	46%
KARTENREGISTRIERUNG ONLINE UND PERSÖNLICH	46%
KARTENREGISTRIERUNG NUR ONLINE	46%
DIGITALE APP	45%
SUCHFILTER AUF DER WEBSITE	45%
ORGANISATION AUF KOMMUNALER EBENE	45%
ORGANISATION AUF REGIONALER EBENE	45%
AUSSTELLUNG EINER EINZIGEN KARTE BEI DER REGISTRIERUNG (MIT AUTOMATISCHER JÄHRLICHER AKTUALISIERUNG)	45%
VERWENDUNG EINER GEMEINSAMEN SPRACHE	40%
VERWENDUNG EINER LINGUA FRANCA	40%

⁶⁵ EuregioFamilyPass, Best-Practice-Rangliste, Grafik, 2021

ORGANISATION VON GEWINNSPIELEN	36%
AUSSTELLUNG DER VORTEILSKARTE NUR AN ELTERN	36%
INTEGRATION MIT ANDEREN PLATTFORMEN	27%
ANGEBOTE FÜR BEWOHNERINNEN	25%

Rangliste der sofort anwendbaren Best Practices

In einem zweiten Schritt wurde eine Rangliste durch Extrapolation aus Tabelle Nr. 1 erstellt, um die Merkmale der beschriebenen Vorteilskarten in Relation zu den Anforderungen der sofortigen Anwendbarkeit auf den EuregioFamilyPass darzustellen. Die erste Maßnahme, die in diesem Fall umzusetzen wäre, betrifft die Social-Media-Seiten zur Bewerbung von Initiativen und Bereitstellung von Informationen. Die Euregio ist in beiden sozialen Netzwerken präsent, wo sie alle von ihr geförderten Initiativen kommuniziert. Das würde die Einführung eigener Seiten für den EuregioFamilyPass erleichtern, da man bereits weiß, wie Facebook und Instagram funktionieren. Die Teilnahme an familienfreundlichen Veranstaltungen scheint in den untersuchten Gebieten ebenfalls sehr beliebt zu sein, und bei den grenzüberschreitenden Projekten werden die vorgeschlagenen Veranstaltungen meist gemeinsam durchgeführt. An dritter Stelle stehen umfassende und gut strukturierte Suchfilter auf der Website. Weiter hinten finden wir dagegen die Organisation von Gewinnspielen, obwohl diese Aktivität (wie oben ausgeführt) ein wesentlich höheres Einbindungspotenzial hat. Der Newsletter mit Spielen für Kinder steht ebenfalls am unteren Ende der Rangliste, was aber nicht bedeutet, dass es sich um eine weniger wichtige Best Practice handelt, sondern nur, dass diese Aktivität bisher in wenigen Fällen (36 %) angeboten wird.

Tabelle Nr. 4, Rangliste der sofort anwendbaren Best Practices⁶⁶

RANGLISTE DER SOFORT ANWENDBAREN BEST PRACTICES	
EIGENE SOCIAL-MEDIA-SEITE	72%
ORGANISATION VON VERANSTALTUNGEN	64%
SUCHFILTER AUF DER WEBSITE	45%
DIGITALE AKTUALISIERUNG	37%
NEWSLETTER MIT SPIELEN FÜR KINDER	36%
ORGANISATION VON GEWINNSPIELEN	36%

Ranking der zukünftig umsetzbaren Best Practices

Nach der gleichen Logik wurde auch eine Rangliste von Best Practices für zukünftig umsetzbare Aktivitäten erstellt. In diesem Fall stellte sich heraus, dass die Vorteilskarte in vielen Regionen nicht nur an Eltern, sondern auch an andere Personen ausgestellt wird. An zweiter Stelle stehen Geolokalisierungssysteme und an dritter Stelle die Einführung einer digitalen App, die das Papierformat ersetzt. Weniger verbreitet, aber sehr effektiv ist die volle gegenseitige Anerkennung der Angebote.

⁶⁶ EuregioFamilyPass, Rangliste der sofort anwendbaren Best Practices, Grafik, 2021

Tabelle Nr. 5, Rangliste der zukünftig umsetzbaren Best Practices⁶⁷

RANGLISTE DER ZUKÜNFTIG UMSETZBAREN BEST PRACTICES	
AUSSTELLUNG DER VORTEILSKARTE AN ANDERE PERSONEN ALS ELTERN	72%
GEOLOKALISIERUNGSSYSTEME	55%
DIGITALE APP	45%
MEHRERE KARTEN PRO FAMILIE	45%
DATENBANK-SOFTWARE	36%
INTEGRATION MIT ANDEREN PLATTFORMEN	27%
VOLLE GEGENSEITIGE ANERKENNUNG DER ANGBOTE	18%

In Anlehnung an die zu Beginn des Kapitels beschriebenen Kriterien handelt es sich bei den obigen Tabellen mit den Best-Practice-Ranglisten nicht um eine Rangfolge der besten Praktiken (auf den vorderen Plätzen) und der schlechtesten Praktiken (auf den hinteren Plätzen), sondern diese Darstellungsform wurde gewählt, um aufzuzeigen, welche der im Rahmen der Analyse ermittelten Best Practices in anderen europäischen Kontexten am häufigsten verwendet und genutzt werden. Damit lässt sich leicht feststellen, welche Initiativen/Aktivitäten bereits auf den Weg gebracht wurden und damit über mehr Erfahrungswerte bezüglich Bewährtheit, Beliebtheit und Funktionalität verfügen. Gleichzeitig ist es einfacher, für die Best Practices mit einem höheren Prozentsatz (auf den vorderen Plätzen) Informationen zu bekommen, da sie weiter verbreitet sind. Die zukünftig umsetzbaren Best Practices sind in einen politischen Kontext zu stellen und müssen auf einer allgemeinen Ebene (der Euregio) und anschließend auch in den einzelnen Ländern (Tirol, Südtirol und Trentino) ausführlicher diskutiert werden. Deshalb ist der Zeithorizont für die Umsetzung dieser Best Practices viel weiter anzusetzen (wir sprechen hier von Jahren), da strukturierte und organisierte Planungen erforderlich sind.

Im Anschluss an die Erklärung der Reihenfolge, die ein zentrales Element für die Studie und ihre Diskussion darstellt, wird die Liste der Best-Practices aufgeführt, die in den Euregio-Landesteilen bereits vorhanden sind und angewendet werden. Beispiele dafür sind die Organisation von Gewinnspielen, die Filterfunktion zur VorteilsgeberInnensuche und Geolokalisierung (beides innerhalb einer interaktiven Landkarte), die viermal jährlich erscheinende Publikation „EuregioFamilyPass News“, eine Informationsbroschüre für NutzerInnen, die Teilnahme an Veranstaltungen in allen drei Landesteilen, die gemeinsame Website im Rahmen der Euregio-Homepage, die Nutzung von online Kanälen der Euregio sowie der einzelnen Länder für die Veröffentlichung von Neuigkeiten über den EuregioFamilyPass und die Einhaltung festgelegter Fristen.. In anderen Fällen, wie z. B. der Nutzung einer digitalen App, der automatischen Aktualisierung der Karte, der ausgegebenen Karten entsprechend der Anzahl der Eltern und der Ausgabe der Karte an Nicht-Eltern, handelt es sich um Dienstleistungen und Merkmale, die der EuregioFamilyPass in einigen Euregio-Landesteilen bereits vorsieht, welche jedoch nicht für das gesamte Gebiet standardisiert sind.

SWOT-Analyse

Da die Matrix der SWOT-Analyse ein Instrument für die strategische Entscheidungsfindung ist, wurde beschlossen, eine solche Matrix für den EuregioFamilyPass zu erstellen.

Die erste Zeile enthält die internen Faktoren, d.h. die von der Organisation abhängigen Aspekte des Projekts.

⁶⁷ EuregioFamilyPass, Rangliste der zukünftig umsetzbaren Best Practices, Grafik, 2021

Im linken Feld werden die „Stärken“ und im rechten Feld die „Schwächen“ aufgeführt. Da beide aus internen Faktoren resultieren, können sowohl die Stärken als auch die Schwächen von der Organisation aktiv verändert werden.

Die zweite Zeile enthält die externen Faktoren, auf die die Euregio keinen Einfluss hat, die aber dennoch im Auge behalten werden müssen. Das sind die „Chancen“ (linkes Feld) und die „Risiken“ (rechtes Feld).

Tabelle Nr. 6, SWOT-Analyse EuregioFamilyPass⁶⁸

	POSITIVE FAKTOREN	NEGATIVE FAKTOREN
INTERNE FAKTOREN	<ul style="list-style-type: none"> • Einfache interne Kommunikation • Gut strukturierte Steuerungsgruppe • Klares und sofort erkennbares Design 	<ul style="list-style-type: none"> • Unterschiedliche Handhabung der Familienpolitik in den einzelnen Ländern • Keine absolute Gegenseitigkeit der Angebote und der Behandlung • Unterschiedliche Anzahl von Angeboten in den drei Euregio- Ländern
EXTERNE FAKTOREN	<ul style="list-style-type: none"> • Nachbargebiete mit vielen Vorteilen für Familien • Hervorragende Infrastruktur anbindung in der Euregio • Gemeinsame historische Vergangenheit 	<ul style="list-style-type: none"> • Wachsende Ansprüche der Familien • Immer weniger Zeit für Freizeit in den Familien • Trend zu steigenden Lebenshaltungskosten

Was die Stärken der internen Faktoren betrifft, so wurden für die „einfache interne Kommunikation“ Systeme und Arbeitsweisen gefunden, die an den Projektinhalt und die Gegebenheiten der in der Familienförderung tätigen Ämter angepasst sind. Eine „gut strukturierte Steuerungsgruppe“ ist eine weitere Stärke, da dieser die leitenden AbteilungsleiterInnen der für Familienpolitik zuständigen Agenturen/Abteilungen aller drei Länder und der Projektleiter der Euregio angehören. Es handelt sich also um qualifizierte MitarbeiterInnen, die die partizipative Koordination der Aktivitäten und hohe Professionalität gewährleisten. Eine besonders wichtige Stärke ist außerdem die Unterstützung durch eine „gemeinsame historische Tradition“, die die Euregio-Länder auszeichnet. Dieses Merkmal ist keineswegs banal oder selbstverständlich, denn eine Beziehung, die zwischen Ländern mit ähnlicher Kultur und Tradition und einer durch enge Kontakte und Verbindungen geprägten Vergangenheit aufgebaut wird, erleichtert die Zusammenarbeit. Aus ästhetischer Sicht hat der EuregioFamilyPass ein unverwechselbares grafisches Design, das ihn in der Euregio klar erkennbar macht, aber gleichzeitig auch die Identifizierung mit dem jeweiligen Zugehörigkeitsgebiet ermöglicht. Dieses besondere Merkmal wurde in keinem der untersuchten Fälle festgestellt. Zu den Schwächen der internen Faktoren wurde hingegen die „unterschiedliche Handhabung der Familienpolitik in den Ländern des EuregioFamilyPass“ gezählt, die in einigen Fällen nicht nur zu Verwirrung bei den Familien, sondern auch zu einem Gefühl der Ungleichheit führen kann. Die Folge ist, dass es „keine absolute Gegenseitigkeit der Angebote und der Behandlung“ gibt, was der Logik einer gemeinsamen Vorteilskarte für Familien widerspricht und zu einer „unterschiedlichen Anzahl von Angeboten in den drei Euregio-Ländern“ führt.

⁶⁸ EuregioFamilypass, SWOT-Analyse EuregioFamilyPass, Tabelle, 2021

Im unteren linken Feld sind dagegen die Chancen aufgeführt, die sich aus der Tatsache ergeben, dass es im näheren Umfeld der Euregio Regionen und Länder gibt, die über Angebote in Form von Familienkarten verfügen, die ähnlich wie der EuregioFamilyPass konzipiert sind. So können Kontakte geknüpft und nützliche Informationen ausgetauscht werden, die auch zu möglichen gewinnbringenden Partnerschaften führen können. Eine große Chance für die länderübergreifende Nutzung des EuregioFamilyPass ist außerdem die Tatsache, dass es eine „hervorragende Infrastrukturanbindung in der Euregio“ gibt, was die interregionale Mobilität ebenfalls begünstigt. Die „Risiken“ durch externe Faktoren sind schließlich darauf zurückzuführen, dass die Ansprüche der Familien (aber auch der Menschen im Allgemeinen) immer größer werden und es schwierig wird, diesen Trend im Leistungsangebot so zu berücksichtigen, dass die InhaberInnen des EuregioFamilyPass und die Partnerunternehmen zufrieden sind. Hinzu kommt, dass in der sich wandelnden Gesellschaft immer weniger Zeit für die Familie bleibt und daher die Gefahr besteht, dass viele Freizeitaktivitäten den Bedürfnissen und Anforderungen der Familien nicht mehr gerecht werden. Ein Risiko, das die Entscheidungen aller Beteiligten beeinflusst, sind die steigenden Lebenshaltungskosten, die nicht nur die Familien in ihren Wahlmöglichkeiten einschränken, sondern vor allem auch die Partnerunternehmen, die weniger bereit sind, an Projekten wie dem EuregioFamilyPass mitzuwirken.

5.2 ANPASSUNGEN UND VERBESSERUNGEN

Wie in Kapitel 4.1 ausgeführt, verfügen alle Länder über eine zuständige Abteilung innerhalb der öffentlichen Verwaltung, die in dieses Projekt eingebunden ist. Daher gestaltet es sich schwierig, eine eigene Website für den EuregioFamilyPass einzurichten, die die Website der Agentur/Abteilung ersetzt.

Auch hier sind Entscheidungen auf politischer Ebene aller Euregio-Länder erforderlich, um den drei Ländern geeignete Leitlinien und Instrumente für die Kommunikation und die Festlegung eines Standards für die Webseiten an die Hand zu geben.

Hinsichtlich der Idee, ein digitales App-System einzuführen, das Familien die elektronische Kartennutzung ermöglicht, wäre es außerdem wichtig, eine Umfrage unter den Partnerunternehmen durchzuführen, um herauszufinden, ob sie für die Registrierung der Ermäßigung einen QR-Code oder einen Barcode bevorzugen. Dies wäre sehr nützlich und würde helfen, die Erfordernisse der AnbieterInnen im Sinne einer Bottom-up-Politik zu berücksichtigen. Ein digitalisiertes System würde auch unnötige Wartezeiten der Familien an den Schaltern der PartnerInnen für die Registrierung oder auch nur die Änderung der Registrierung vermeiden.

Bei der Einführung der App ist es wichtig, alle damit verbundenen Services anzubieten. Von wesentlicher Bedeutung sind dabei ein gutes Filtersystem zur Auswahl des gewünschten Angebots mit den entsprechenden „Extras“ sowie die Integration mit Plattformen zur Geolokalisierung, um den Standort des Angebots genauer und präziser zu bestimmen, was mit weiteren Softwarepartnerschaften umgesetzt werden kann.

Und schließlich ist zu beachten, dass das derzeitige System, das nur die Neuanmeldungen registriert, für die Datenerfassung nicht ausreicht, sondern eine besser strukturierte Software benötigt wird, die auch kleine, aber sehr nützliche Analyseergebnisse liefert. Dem stehen die strengen und komplexen Datenschutzbestimmungen entgegen. Für die Erhebung von Daten, die für statistische Auswertungen sehr nützlich wären, sind besondere Genehmigungen erforderlich, die wiederum durch strenge und sehr umfangreiche europäische Vorschriften geregelt sind, deren Umsetzung mit einem hohen Zeit- und Kostenaufwand verbunden ist.

Wie wir gesehen haben, ist der digitale Aspekt ein Faktor, dem in der EuregioFamilyPass-Strategie sicherlich ein wichtiger Platz eingeräumt werden muss. Andererseits gibt es eine Reihe von Angeboten, die von dieser Innovation profitieren und auf kontaktlose Zahlung umgestellt werden können (ein sehr ehrgeiziges Projekt, das eine langfristige Planung erfordert). Dadurch kann die Karte weiterentwickelt und auch zu einem Zahlungsinstrument werden, das dann beispielsweise für den Verleih von E-Bikes in Städten verwendet werden kann (ein Projekt, an dem derzeit in Chaves und Verín gearbeitet wird).

5.3 EMPFEHLUNGEN

Die Digitalisierung begünstigt und erleichtert die Inanspruchnahme von Angeboten durch Familien (bzw. durch NutzerInnen im Falle von Vorteilskarten für BewohnerInnen oder Gäste), aber aus Sicht der PartnerInnen kommt es bei der Verwendung einer App auf andere verwaltungstechnische Aspekte an. Sie befürworten zwar die Einführung einer App und sind sich ihres Potenzials und ihres Nutzens (auch unter dem Gesichtspunkt einer einfacheren Bewerbung) bewusst, doch müssen alle die Vorteilskarte in digitaler Form akzeptieren und über ein einheitliches System zur Anerkennung des Angebots verfügen. Die PartnerInnen haben keinen Vorteil, wenn sie einen QR-Code scannen, anstatt ein anderes Lesesystem zu verwenden, so dass es bei einer großen Anzahl von AnbieterInnen viele verschiedene Kassensysteme gibt, die folglich keine organisch aufgebaute und vollständige Datenbank ermöglichen. Gleichzeitig könnten Angebote, die nicht einheitlich gehandhabt werden bzw. für die je nach PartnerIn unterschiedliche Lesesysteme notwendig sind, bei den Familien für Verwirrung sorgen und die Inanspruchnahme erschweren, so dass sie schließlich das Angebot ablehnen und nicht nutzen.

Aus diesem Grund wurde die Einführung einer digitalen App als zukünftig umsetzbare Best Practice eingestuft. Denn zunächst müssen die PartnerInnen und Familien stärker einbezogen und ihre Präferenzen erhoben werden, damit (auch mit Hilfe externer Unternehmen) ein System für die Entwicklung einer digitalen Plattform, die den Anforderungen und Bedürfnissen der Gemeinschaft entspricht, erarbeitet werden kann.

In den Beziehungen zwischen zwei oder mehreren Gebieten kann es im Laufe der Zusammenarbeit oftmals zu Meinungsverschiedenheiten über bestimmte Entscheidungen kommen. Ein Weg, eine gute und funktionelle Zusammenarbeit zu gewährleisten, besteht darin, stets das Ziel der Gleichbehandlung zu verfolgen. Wie im Fall von Tornio und Haparanda, wo alle Projekte, Vereinbarungen, Entscheidungen, aber vor allem auch Kosten und Nutzen auf einer 50:50-Basis gründen, muss auch im Kontext der Euregio eine faire Verteilung der Lasten und Ressourcen sichergestellt werden.

Eine weitere Besonderheit, die es zu beachten gilt, ist der länderübergreifende Charakter des Familienpasses. Ziel ist es, die Mobilität der BürgerInnen in der Euregio durch die gemeinsame Nutzung von Ressourcen und Vorteilen zu erleichtern und gleichzeitig ein Gefühl der Zusammengehörigkeit und der Zugehörigkeit zu einem Gebiet zu entwickeln, dessen Grenzen durch Kultur und Traditionen bestimmt werden und das die gleichen Vor- und Nachteile hat. Es ist daher notwendig, die Beziehungen zwischen den PartnerInnen der verschiedenen Länder und der Euregio bestmöglich zu gestalten, damit jeder von ihnen ein Interesse am Verbleib und an der Fortführung des EuregioFamilyPass-Projekts hat. Dafür muss die Nutzung des Familienpasses mit den in diesem Bericht beschriebenen Angeboten und Vorteilen gefördert werden. So kann vermieden werden, dass sich das Beispiel des österreichisch-slowakischen FamilyNet wiederholt, wo in dem Moment, in dem die Interreg-Mittel aufgebraucht waren, auch die Kooperationsbeziehung beendet wurde. Hat sich dagegen die Vorteilskarte sowie ihr Potenzial und ihr Nutzen erst einmal in der Wahrnehmung etabliert, könnte sich das Projekt durch Eigenfinanzierung tragen, wenn keine Mittel mehr zur Verfügung stehen, wie es bei der IBK am Bodensee der Fall ist. Für die Weiterentwicklung des EuregioFamilyPass wurden nicht nur Best-Practice-Beispiele gesammelt, sondern diese wurden auch in sofort anwendbare und zukünftig umsetzbare Best Practices unterteilt. In der vorliegenden Studie werden eine ganze Reihe von Best Practices aufgelistet, von denen einige auch auf den EuregioFamilyPass zutreffen, der vielen der aufgeführten Merkmale (manchmal auch nur teilweise) entspricht. Nicht zu unterschätzen ist der politisch-rechtliche Aspekt, da die Euregio ein grenzüberschreitendes Gebiet ist und damit auch den unterschiedlichen Gesetzen zweier Staaten unterliegt. Andererseits hat der EuregioFamilyPass den Vorteil, dass er in allen drei Ländern von der Politik unterstützt wird, wie das auf Veranlassung der Landeshauptleute der Euregio verfasste und von allen drei FamilienlandesrätInnen unterzeichnete Vereinbarungsprotokoll vom 27.05.2021 unterstreicht, in dem die Fortführung des EuregioFamilyPass-Projekts festgeschrieben ist. Nach Abschluss der Untersuchung kann festgehalten werden, dass der EuregioFamilyPass in seiner Struktur und Organisation einzigartig in der EU ist.

Nicht zuletzt, wie das nicht mehr verlängerte österreichisch-slowakische grenzüberschreitende Projekt gezeigt hat, ist eine ständige Zusammenarbeit und Kooperation zwischen den Gebieten strategisch wichtig. Bevor der Dienst extern (bei den Familien) beworben werden kann, ist eine starke und transparente interne Kommunikation erforderlich, die im Laufe der Zeit Kontinuität aufweist und die Weitergabe von Informationen in klarer und unmittelbarer Form gewährleisten kann. Nur so wird es möglich sein, einen konstanten Dienst aufrechtzuerhalten und Fehler zu vermeiden, die in anderen, dem EuregioFamilyPass ähnlichen Realitäten gemacht wurden.

6.1 BIBLIOGRAFIE

Bill, G. (2005). Research Interviewing: The Range Of Techniques: A Practical Guide. McGraw-Hill Education (UK).

Espas, Unione Europea (2015), Tendenze globali fino al 2030: l'UE sarà in grado di affrontare le sfide future?

Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. Multiple case studies: A comparative study. 15.

Hollweck, T. (2016), Robert K. Yin (2014). Case Study Research Design and Methods (5th ed.).

Thousand Oaks, CA: Sage. 282 pages. The Canadian Journal of Program Evaluation. <https://doi.org/10.3138/cjpe.30.1.108>

O'Brien, E., (2015). Taft, R., Geary, K., Ciotti, M., Suk, J., & Suk, J. (s.d.). Best practice in ranking communicable disease threats: A literature review

Stelli Giovanni (2006). Il benchmarking. Armando Editore.

6.2 VERZEICHNIS DER INTERNETSEITEN

Ayuntamiento de Ayamonte, www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/ (letzter Aufruf am 01.06.2021)

Bodenseekreis, www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/ (letzter Aufruf am 07.06.2021)

Bothian Arc, www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothianarc.pdf (letzter Aufruf am 01.06.2021)

CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners (letzter Aufruf am 01.06.2021)

CBS, www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei (letzter Aufruf am 01.06.2021)

Central State Office for Demography and Youth, www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu-demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902 (letzter Aufruf am 28.05.2021)

Central State Office for Demography and Youth, www.e-djecjakartica.hr/ (letzter Aufruf am 28.05.2021)

Cittaslow, www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/ (letzter Aufruf am 05.06.2021)

City population, www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion_aachen/05334002_aachen/ (letzter Aufruf am 01.06.2021)

DATAcube, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (letzter Aufruf am 28.05.2021)

NÖ Familienpass Land Niederösterreich, www.noel.gv.at/noe/Familien/Familienpass.html (letzter Aufruf am 10.06.2021)

ESPON EGCT, www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies (letzter Aufruf am 03.06.2021)

EGCT Eurocidade Chaves Verín, www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx (letzter Aufruf am 27.05.2021)

Eurocidade Chaves Verín AECT, <http://en.eurocidadechavesverin.eu/> (letzter Aufruf am 01.06.2021)

Eurocidade Chaves Verín, <http://www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao> (letzter Aufruf am 01.06.2021)

Gemeente Vaals, www.vaals.nl/inwoners/gezinspas (letzter Aufruf am 26.05.2021) Haparanda Tornio, <https://haparandatornio.com/> (letzter Aufruf am 10.06.2021)

Il Sole 24 ore, www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1 (letzter Aufruf am 30.06.2021)

Inside marketing, www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/ (letzter Aufruf am 28.08.2021)

INTERACT, KEEP.EU, <https://keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/> (letzter Aufruf am 01.06.2021)

Internationale Bodensee Konferenz, www.bodenseekonferenz.org/statut (letzter Aufruf am 06.06.2021)

Interreg Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, <https://www.interreg.org/> (letzter Aufruf am 01.06.2021)

Interreg Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, www.sk-at.eu/ (letzter Aufruf am 15.05.2021)

Online-Interviews am 11.06.2021

- Dietmar Übelher, Verantwortlicher für IT, Datenbank, App Onlinebereich Aha Vorarlberg
- Nerea Pérez Adriano, Technische Verantwortliche des Europaprojekts Eurocidade Chaves- Verín, AECT

Lago di Costanza Vacanze e viaggi, www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/ bcp (letzter Aufruf am 03.06.2021)

Land Oberösterreich Statistik, www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm (letzter Aufruf am 13.05.2021)

NÖ FAMILIENLAND GMBH, www.familienpass.at/ (letzter Aufruf am 10.06.2021) NÖ FAMILIENLAND, www.noefamilienland.at/ (letzter Aufruf am 10.06.2021)

OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte.html (letzter Aufruf am 18.06.2021)

OÖ Familienkarte, www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html (letzter Aufruf am 13.05.2021)

Rodinný Pas, www.rodinne-pasy.sk/ (letzter Aufruf am 11.06.2021) Rodinné pasy, www.rodinnepasy.cz/ (Aufruf am 08.06.2021)
Rodinné pasy, www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/ (Aufruf am 08.06.2021)

Slovak House of Centrope, www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/ (Aufruf am 11.06.2021)

StädteRegion Aachen, <https://bportal.staedteregion-aachen.de/staedteregion-a-z/-/egov-bis-detail/dienstleistung/13166/show> (letzter Aufruf am 11.06.2021)

Statcube, www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825 (letzter Aufruf am 27.06.2021)

Statistik Austria, www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html (letzter Aufruf am 13.05.2021)

Transfrontier Operational Mission (MOT, www.espaces-transfrontaliers.org/en/resources/territories/cross-border-conurbations/haparanda-tornio/haparando-tornio-4/) (Aufruf am 02.07.2021)

Trnavský kraj, www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk (Aufruf am 28.05.2021)

Vorarlberger Familienpass, www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass (letzter Aufruf am 05.06.2021)

6.3 LISTE DER TABELLEN

TABELLE NR. 1, ZIELE UND METHODIK DER FORSCHUNGSPHASEN

TABELLE NR. 2, AUSGEWÄHLTE FALLSTUDIEN

TABELLE NR. 3, BEST-PRACTICE-RANGLISTE

TABELLE NR. 4, RANGLISTE DER SOFORT ANWENDBAREN BEST PRACTICES

TABELLE NR. 5, RANGLISTE DER ZUKÜNFTIG UMSETZBAREN BEST PRACTICES

TABELLE NR. 6, SWOT-ANALYSE EUREGIOFAMILYPASS

6.4 LISTE DER ABBILDUNGEN

ABBILDUNG NR. 1, ANZAHL DER LEISTUNGEN PRO NUTZERKATEGORIE

ABBILDUNG NR. 2, LEISTUNGSANGEBOT DES FAMILIENPASSES RODINNÝ PAS IN DER REGION BRATISLAVA

ABBILDUNG NR. 3, ANTEIL DER PARTNERINNEN AUS DEN BEREICHEN, DIE VON DER EUROCIDADE CARD CHAVES-VERÍN ABGEDECKTEN WERDEN.

ABBILDUNG NR. 4, ANTEIL DER PARTNERINNEN AUS DEN BEREICHEN, DIE VON DER E-CHILDREN'S CARD MUDRICA KROATIEN ABGEDECKT WERDEN.

ABBILDUNG NR. 5, ANTEIL DER ANGEBOTE NACH BEREICHEN.

ABBILDUNG NR. 6, ANZAHL DER FALLBEISPIELE, DIE SOZIALE NETZWERKE NUTZEN (MIT UNTERTEILUNG NACH NETZWERK)

ABBILDUNG NR. 7, IN DEN FALLBEISPIELEN VERWENDETE KOMBINATIONEN VON SOZIALEN NETZWERKEN.

ABBILDUNG NR. 8, ART DER NUTZUNG VON SOCIAL-MEDIA-SEITEN.
ABBILDUNG NR. 9, ART DES ANGEBOTS
ABBILDUNG NR. 10, FÜR DIE KOMMUNIKATION VERWENDETE SPRACHE
ABBILDUNG NR. 11, ORGANISATIONSEBENE DER TRANSNATIONALEN VORTEILSKARTEN.
ABBILDUNG NR. 12, ANZAHL DER BEI REGISTRIERUNG AUSGESTELLTEN KARTEN
ABBILDUNG NR. 13, ART DER REGISTRIERUNG FÜR DAS VORTEILSANGEBOT
ABBILDUNG NR. 14, AKTIVIERUNG DES VORTEILANGEBOTS
ABBILDUNG NR. 15, FINANZIERUNGSQUELLE

6.5 GLOSSAR

AVV: Aachener Verkehrsverbund DSGVO: Datenschutz-Grundverordnung
EVTZ: Europäischer Verbund für territoriale Zusammenarbeit GmbH: Gesellschaft mit beschränkter Haftung
IBK: Internationale Bodenseekonferenz
IBT: Internationale Bodensee Tourismus GmbH NÖ: Niederösterreich
ÖBB: Österreichische Bundesbahnen OÖ: Oberösterreich
SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Stärken, Schwächen, Chancen und Risiken)
VVV: Vorarlberger Verkehrsverbund



www.familypass.eu