

# *L'EuregioFamilyPass*

## *La carta famiglia per tutta l'Euregio*

*Uno studio che mette a confronto esempi europei di buone pratiche a sostegno delle famiglie.  
Un contributo per l'ulteriore sviluppo dell'EuregioFamilyPass.*



**GIULIA CAMBRUZZI**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO - ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021

ISSN 2385-0248

TRENTINOFAMIGLIA 4.18



**L'EUREGIOFAMILYPASS.  
LA CARTA PER TUTTE LE FAMIGLIE DELL'EUREGIO TIROLO-ALTOADIGE-TRENTINO**

**Estratto dello studio di fattibilità per l'EuregioFamilyPass**

**Provincia Autonoma di Trento**

Agenzia per la coesione sociale

*Luciano Malfer*

Via don G. Grazioli, 1 - 38122 Trento

Tel. 0461/ 494110 – Fax 0461/494111

[agenzia.coesionesociale@provincia.tn.it](mailto:agenzia.coesionesociale@provincia.tn.it) –

[www.trentinofamiglia.it](http://www.trentinofamiglia.it)

A cura di:

Impaginazione a cura di: Giuditta Aliperta – Nadia Zorzi

Copertina a cura di: Lorenzo Degiampietro

*Stampato dal Centro Duplicazioni della Provincia autonoma di Trento nel mese di febbraio 2022*

## PREMESSA

Lo studio di fattibilità pubblicato in questa collana è nato dalla volontà del gruppo direttivo di ricercare strumenti innovativi e implementare le possibilità concrete offerte alle famiglie.

Lo scopo è quello di individuare una base importante per il futuro riguardo una categoria che potenzialmente è in grado di fornire esempi e modelli di riferimento, in ambito provinciale e regionale, circa i comportamenti e le pratiche family friendly. Inoltre, lo studio potrà fungere da supporto per le ricerche sulla materia che si intenderà intraprendere.

Per poter conoscere meglio i punti di arrivo dell'indagine che ha condotto a risultati interessanti, c'è bisogno di presentare lo strumento e comprenderne lo scenario in cui opera.

L'EuregioFamilyPass nasce grazie ad un progetto congiunto del GECT Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino, del Land Tirolo e delle Agenzie per la famiglia delle Province Autonome di Trento e di Bolzano. Nell'EuregioFamilyPass confluiscono le tre carte vantaggi esistenti nei rispettivi territori, "Tiroler Familienpass" (Tirolo), "EuregioFamilyPass Alto Adige" e "Family Card" (Trentino) e permette al titolare di usufruire dei vantaggi offerti dai partner convenzionati non solo nel territorio di residenza, ma anche negli altri due territori dell'Euregio.

Il progetto ha avuto alla sua base, lo sviluppo e l'applicazione di alcuni pacchetti di lavoro con specifici punti da sviluppare nell'arco di tempo programmato di tre anni.

Per la realizzazione di ciò è stata creata una cabina di regia composta da responsabili e funzionari esperti, che potesse prendere le decisioni necessarie per indirizzare i lavori. Nell'ambito di tali riunioni, alcuni punti contenuti nei pacchetti di lavoro sono stati accantonati o riformulati a seconda dell'opportunità e delle urgenze relative alla attualità degli stessi. Le decisioni intraprese e le scelte di gestione su ampia scala sono state affrontate in modo condiviso dai tre territori per quanto possibile.

Nel corso degli anni sono stati avviati e realizzati alcuni punti, ma con le interruzioni dovute alla pandemia da Coronavirus i lavori di sviluppo hanno subito rallentamenti che hanno portato al prolungamento di un ulteriore anno del progetto.

A metà dell'ultimo anno, su proposta degli assessori competenti dei tre territori, la giunta del GECT Euregio ha approvato la continuazione del progetto EuregioFamilyPass, non più quale progetto Europeo, ma come accordo tra le relative amministrazioni.

Nello sviluppo dei punti del progetto, la cabina di regia ha espresso la volontà di effettuare uno studio che mettesse in rilievo le best practice di paesi virtuosi in tema di politiche familiari. La scelta dell'oggetto è stata la seguente: "Analisi degli esempi di "carta famiglia" e di servizi family friendly di successo nei paesi dell'Unione Europea e come questi esempi possano essere applicati e adattati nell'Euregio.

Nell'ambito del Workpackage 3 del progetto EuregioFamilyPass, si propone di realizzare uno studio per determinare le esigenze delle famiglie dell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino, attraverso le analisi e il confronto di diversi esempi di buone pratiche provenienti da altri paesi dell'UE. I risultati di tale studio possono fornire un prezioso contributo per l'ulteriore sviluppo di misure concrete a favore delle famiglie all'interno dell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino, attraverso il mezzo dell'EuregioFamilyPass."

Si è posta innanzitutto la necessità di una valutazione del progetto ex ante necessaria per la elaborazione di questioni aperte e interrogativi per la esecuzione ottimale della proposta. In tale valutazione del progetto di affidamento di uno studio di fattibilità, si è tenuto conto di alcuni criteri di base che hanno permesso la valutazione della proposta.

Essi sono la pertinenza della trattazione all'oggetto stabilito, la coerenza interna della costruzione del percorso con l'obiettivo da raggiungere, la sostenibilità e cioè la durevolezza dello studio nel tempo oltre a condizioni strutturali che ne rappresentano la solidità, qui consistente nel gruppo di lavoro con una ben collaudata capacità di lavorare insieme in un clima di costante team building.

Il risultato finale atteso sperato è stato quello di indicare per ciascun territorio il modello adattabile, partendo dunque dalle caratteristiche proprie del territorio e del funzionamento della relativa card. Le tre sezioni hanno poi raccolto le proposte più affini, laddove si colgono opportunità ritagliate ad hoc partendo dalla attenta considerazione della realtà de quo.

Lo studio è stato realizzato in collaborazione con l'Università di Trento, dipartimento Economia e Management, ed eseguito dalla ricercatrice Giulia Cambruzzi con la costante collaborazione e integrazione del gruppo di lavoro e in particolare della referente di milestone, Giuditta Aliperta.

### *Punti centrali sviluppati*

L'analisi ha garantito una base per lo studio e la ricerca di progetti con i quali confrontare l'EuregioFamilyPass e poter ricavare così degli spunti per sviluppare e rendere più fruibile, pratico e vantaggioso per le famiglie il servizio che i tre territori Euregio possono offrire in un'ottica di cooperazione ai propri cittadini.

Lo studio ha approfondito le best practice identificabili in quattro gruppi: aspetti tecnici/strutturali (modalità di gestione dei vari servizi, aspetti amministrativi e burocratici connessi alle diverse amministrazioni dei progetti); aspetto transfrontaliero (modalità in cui viene gestita e rilevata la mobilità delle famiglie tra i territori coinvolti); digitalizzazione (strumenti digitali adottati, la loro implementazione, il loro utilizzo, la gestione, il funzionamento e la diffusione) e infine servizi alle famiglie (settori coinvolti nelle offerte, eventi di interesse e rilevanza dei servizi).

In sede di elaborazione le best practice sono state distinte in immediatamente applicabili e quelle applicabili in futuro secondo un parametro tempistico: breve termine per il primo caso e medio/lungo termine per il secondo. Per tale passaggio è stato considerato l'aspetto politico, che in questa situazione è determinante, in quanto l'Euregio è un'area transnazionale soggetta a diverse norme statali e regionali, evidenzia il fatto che determinate decisioni non possono essere applicate nello stesso modo e nello stesso momento in tutto il territorio dell'EuregioFamilyPass.

In definitiva, la ricerca ha rivelato non esserci in tutta Europa un modello sovrapponibile all'EuregioFamilyPass che resta dunque unico nel suo genere e che ha ispirato altre realtà ad intraprendere un cammino simile.

L'espansione di queste opportunità e la continua scelta di tali strumenti, attraverso l'investimento e la ricerca, testimoniano l'importanza di politiche familiari che contribuiscono al welfare di un territorio e insieme, alla sua coesione sociale.

**Interreg**  
Italia-Österreich  
European Regional Development Fund



**UNIVERSITÀ  
DI TRENTO**

**Euregio  
Family  
Pass**

# ***L'EuregioFamilyPass***

## ***La carta famiglia per tutta l'Euregio***

***Uno studio che mette a confronto esempi europei di buone pratiche a sostegno delle famiglie.  
Un contributo per l'ulteriore sviluppo dell'EuregioFamilyPass.***



**GIULIA CAMBRUZZI**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO - ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021



# **L'EUREGIOFAMILYPASS LA CARTA FAMIGLIA PER TUTTA L'EUREGIO**

Estratto dello studio di fattibilità per l'EuregioFamilyPass

**GIULIA CAMBRUZZI  
UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO  
ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021**

Studio di fattibilità realizzato nell'ambito di un accordo di collaborazione tra il GECT "Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino" e l'Università di Trento sotto la direzione scientifica della dott.ssa Giulia Cambruzzi e tradotto in lingua tedesca dalla Dr.<sup>in</sup> Verena Egger.

## 1. Introduzione

### L'EUREGIOFAMILYPASS

L'EuregioFamilyPass è un progetto congiunto del GECT "Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino" (di seguito riportato con il termine "Euregio"), del Dipartimento Società e Lavoro del Land Tirolo e delle Agenzie per la famiglia delle Province Autonome di Trento e di Bolzano-Alto Adige approvato nel 2014 e avviato come progetto INTERREG nel 2017 con lo scopo di integrare e sviluppare le carte vantaggi per le famiglie nei tre territori e renderle così fruibili e utilizzabili a livello dell'Euregio. L'EuregioFamilyPass, raggruppa quindi le carte famiglia esistenti nei tre territori: "Tiroler Familienpass" (Tirolo, introdotta nel 2001), "EuregioFamilyPass Alto Adige" (Alto Adige, introdotta nel 2017) e "Family Card" (Trentino, introdotta nel 2016). I possessori possono usufruire dei vantaggi offerti dai partner convenzionati non solo nel territorio di residenza ma anche negli altri due territori. Nell'ambito dell'EuregioFamilyPass sono stati stipulati accordi politici/amministrativi di consolidamento oltre il progetto europeo. Team e governance allineati sono in costante contatto per incentivare la partecipazione ad eventi per famiglie condivisi tra i tre territori, concorsi a premi, invio del giornale periodico EuregioFamilyPass News, video promozionali, gadget "brandizzati", informazioni riguardo il progetto sulla pagina web sul sito istituzionale, una mappa interattiva che comprende tutti i vantaggi offerti con filtro per ricerca.

### OBIETTIVO DELLO STUDIO DI FATTIBILITÀ E METODOLOGIA DI RICERCA

Il presente studio mira a fornire importanti spunti per l'evoluzione dell'EuregioFamilyPass attraverso esempi e modelli di riferimento in ambito europeo. L'attività è stata svolta tenendo in considerazione obiettivi a breve, medio e lungo termine cercando di trovare nuove modalità per implementare l'uso della carta e migliorare i servizi per le famiglie, per scoprire quali strumenti digitali agevolino la fruizione e/o l'ottenimento della carta famiglia, adattate e pensate in modo specifico per l'intera famiglia e che ne facilitano l'utilizzo.

Per questa ricerca si è seguito un approccio "case study multiplo"<sup>1</sup> mirato sulle realtà comparabili all'EuregioFamilyPass. Questo significa che sono state studiate più realtà e ne sono state comprese le differenze e le somiglianze. Sono state undici le realtà europee che per le loro caratteristiche strutturali, gestionali e culturali sono state selezionate come determinanti e strategicamente importanti ai fini dell'obiettivo dello studio di fattibilità. L'approccio per l'investigazione ha coinvolto sia metodi quantitativi che qualitativi per consentire di comprendere come manager, amministratori e dipendenti pubblici, confezionino un servizio utile e il più facilmente fruibile per la comunità di riferimento.

Sono state identificate quattro categorie da implementare (servizi per le famiglie, digitalizzazione, aspetto transfrontaliero e aspetti tecnici/strutturali) per lo sviluppo di criteri adatti ad una situazione ideale per l'EuregioFamilyPass. Ognuno dei quattro punti chiave menzionati sopra è stato approfondito attraverso l'analisi dei casi di studio che hanno contribuito, in base alle proprie caratteristiche, a spiegare una o più categorie.

<sup>1</sup> Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. multiple case studies: A comparative study. 15.



## 2. Elaborazione e implementazione dello studio

L'analisi ha garantito una base per lo studio e la ricerca di progetti con i quali confrontare l'EuregioFamilyPass e poter ricavare così degli spunti per sviluppare e rendere più fruibile, pratico e vantaggioso per le famiglie il servizio che i tre territori Euregio possono offrire in un'ottica di cooperazione ai propri cittadini.

Lo studio ha approfondito le best practice identificabili in quattro gruppi: aspetti tecnici/strutturali (modalità di gestione dei vari servizi, aspetti amministrativi e burocratici connessi alle diverse amministrazioni dei progetti); aspetto transfrontaliero (modalità in cui viene gestita e rilevata la mobilità delle famiglie tra i territori coinvolti); digitalizzazione (strumenti digitali adottati, la loro implementazione, il loro utilizzo, la gestione, il funzionamento e la diffusione) e infine servizi alle famiglie (settori coinvolti nelle offerte, eventi di interesse e rilevanza dei servizi).

Tabella n. 1, casi di studio selezionati

NOME DELLA CARTA	AREA COINVOLTA	TIPOLOGIA DI CARTA
<b>CROSS-BORDER COOPERATION</b>	Tornio-Haparanda (Finlandia, Svezia)	Carta transfrontaliera
<b>E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA</b>	Croazia	App nazionale per famiglie con figli
<b>EUROCIDADE CARD</b>	Chaves-Verín (Portogallo, Spagna)	Carta transfrontaliera
<b>FAMILYNET</b>	Austria, Slovacchia e Repubblica Ceca	Carta transfrontaliera per famiglie con figli
<b>GEZINSPAS-FAMILIENPASS</b>	Vaals-Aachen-Düren (Olanda, Germania)	Carta transfrontaliera per famiglie con figli
<b>INTERNATIONALE BODENSEE-KONFERENZ</b>	Lago di Costanza (Austria, Germania, Liechtenstein e Svizzera)	Carta transfrontaliera
<b>NÖ FAMILIENPASS</b>	Bassa Austria (Austria)	Carta regionale per famiglie con figli
<b>OÖ FAMILIENKARTE</b>	Alta Austria (Austria)	Carta regionale per famiglie con figli
<b>RODINNĚ PASY</b>	Moravia meridionale (Repubblica Ceca)	Carta regionale per famiglie con figli
<b>RODINNÝ PAS</b>	Bratislava (Slovacchia)	Carta regionale per famiglie con figli
<b>VORARLBERGER FAMILIENPASS</b>	Vorarlberg (Austria)	Carta regionale per famiglie con figli

### 3. Risultati

In sede di elaborazione le best practice sono state distinte in immediatamente applicabili e quelle applicabili in futuro secondo un parametro tempistico: breve termine per il primo caso e medio/lungo termine per il secondo. Per tale passaggio è stato considerato l'aspetto politico, che in questa situazione è determinante, in quanto l'Euregio è un'area transnazionale soggetta a diverse norme statali e regionali, evidenzia il fatto che determinate decisioni non possono essere applicate nello stesso modo e nello stesso momento in tutto il territorio dell'EuregioFamilyPass. Per quanto riguarda le best practice a breve termine, un punto chiave che è emerso dallo studio dei casi presi in analisi è stato il coinvolgimento diretto delle famiglie anche nella fase decisionale svolto come il caso emblematico del Vorarlberger Familienpass il quale ha strutturato un contatto diretto (feedback e consigli sulla gestione) con le famiglie, le quali hanno suggerito diverse collaborazioni con partner anche stranieri. Altra strategia adottata comunemente dalle realtà studiate per un maggiore coinvolgimento delle famiglie è l'organizzazione di concorsi a premi volti a incentivare la conoscenza del territorio e della comunità, in questo fronte è molto attivo il Rodinné Pasy che promuove due/tre concorsi ogni anno. Nello stesso ambito è stata collocata anche l'organizzazione di eventi condivisi tra i territori (come succede tra Chaves e Verín) per sensibilizzare e consapevolizzare i cittadini all'aspetto transfrontaliero e all'integrazione tra culture che, sebbene diverse, condividono tratti importanti e decisivi ai fini della collaborazione.

A queste iniziative si affiancano anche quelle riservate alla promozione, tra cui l'invio di newsletter mensili con giochi per i bambini che coinvolge e sensibilizza i bambini al progetto. Tale attività è ben strutturata all'interno del Rodinný Pas che, come l'EuregioFamilyPass News, promuove regolarmente informazioni o attività di gioco per i più piccoli. L'EuregioFamilyPass News viene pubblicato regolarmente con disegni da colorare per i bambini. Parlando di promozione sarebbe importante introdurre anche dei social network, i quali permettono alle famiglie di comunicare con gli amministratori del progetto e con le altre famiglie in modo più informale, e di istituire, da parte dell'EuregioFamilyPass, un canale di promozione pressoché gratuito.

Infine, è stata evidenziata l'importanza di alcune caratteristiche molto importanti legate al sito e alla governance. Tra queste è emersa l'esigenza di avere una struttura di filtri per la selezione dei partner vantaggi ben organizzata e dettagliata sia sul sito, ma anche sull'eventuale app e/o mappa interattiva, come quella del NÖ Familienpass e del Rodinný Pas. In questo modo l'identificazione dello specifico servizio richiesto avviene in modo immediato, senza dover consultare una lista statica, ma selezionando i requisiti richiesti così da permettere anche un immediato reperimento di informazioni chiare e precise dal sito internet. La nuova mappa interattiva dell'EuregioFamilyPass risponde esattamente a queste esigenze.

L'altro aspetto che rientra in questa sezione è quello che riguarda il rispetto delle tempistiche prestabilite tra territori e nei territori. L'esempio della Cross-Border Cooperation tra Tornio e Haparanda è significativo in quanto in fase di progettazione, hanno definito un limite temporale massimo entro il quale le decisioni prese devono essere implementate in entrambi i territori in modo da facilitare l'operatività delle amministrazioni coinvolte qualora dovessero confrontarsi su alcune tematiche da affrontare o iniziative da promuovere.

Per quanto riguarda le best practice applicabili in futuro, è emersa come caratteristica chiave, l'introduzione di un'app per smartphone che potrebbe semplificare non solo l'utilizzo del servizio transfrontaliero da parte delle famiglie, ma anche ridurre lo spreco connesso alla stampa delle tessere e facilitare così la raccolta dei dati. Tuttavia questo passaggio comporta non poche sfide, tra cui gli obblighi di legge da parte degli amministratori e dei privati di rispettare e assicurare una politica di riservatezza dei dati di chi utilizza l'app e, la necessità di formare sia gli utenti che gli operatori ad un corretto utilizzo dello strumento digitale introdotto. Anche per i partner, l'introduzione dell'app, se strutturata in comune accordo con i fornitori e con le stesse finalità e caratteristiche dell'attuale carta, potrebbe agevolare la fase di registrazione dello sconto, la promozione e la gestione dell'erogazione del servizio stesso; utilizzando quindi una sola app (uguale per famiglie e fornitori) come succede con l'E-Children's Card, Mudrica che però, a seconda del login di accesso permetterebbe di tenere distinte queste due figure.

Lo studio del contesto croato ha evidenziato l'utilità di avere partner del settore sanitario come farmacie, parafarmacie

e strutture sanitarie private che potrebbero fornire sconti e vantaggi economici alle famiglie con figli, tutto ciò in aggiunta all'inserimento della carta famiglia alla piattaforma digitale del sistema sanitario statale. Sebbene questo non corrisponda allo scopo dell'EuregioFamilyPass, con questa organizzazione non sarebbe necessario aggiornare periodicamente i dati (il sistema ha tutte le informazioni).

Considerando il fatto che la partnership con il sistema locale sanitario potrebbe risultare un passaggio complesso, soprattutto trattandosi di territori che appartengono a stati differenti e che quindi sono gestiti in modo diverso, sono state studiate partnership con altre piattaforme come ad esempio quella che ha stipulato il NÖ Familienpass con la piattaforma Outdooractive, la quale che

permettere alle famiglie di avere informazioni aggiuntive riguardo i percorsi pedonali e ciclabili e una serie di recensioni che aiutano a contestualizzare meglio il servizio. Altre partnership molto utili sono quelle con il servizio di trasporto locale, grazie al quale da una futura e ipotetica app digitale si potrebbe acquistare il biglietto del treno o dell'autobus a prezzi scontati dedicati alle famiglie senza dover accedere all'app del singolo trasporto pubblico regionale. In questo modo l'app della carta famiglia fungerebbe anche da vero e proprio biglietto digitale del mezzo di trasporto. Ovviamente la partnership deve essere adottata da tutti i territori Euregio cosicché si possa offrire una reciprocità completa del servizio all'interno evitando così alle famiglie spiacevoli inconvenienti e dimostrando quell'uguaglianza che con l'EuregioFamilyPass si vuole trasmettere.

L'aspetto tecnico che è stato analizzato sulle best practice applicabili in futuro è relativo alla gestione delle tessere. Innanzitutto, riguardo il numero di tessere emesse sarebbe utile che queste venissero rilasciate in quantità pari al numero di genitori, come di già avviene in Tirolo e Moravia del Sud. Quindi una famiglia con due genitori avrà due carte e nel caso di genitori separati e risposati, il numero di carte potrà arrivare fino a quattro, questo per non discriminare nessuno tipo di situazione e di garantire a tutte le famiglie gli stessi diritti. Tuttavia, per limitare gli sprechi di emissioni superflue di tessere, sarebbe necessario un aggiornamento digitale dei dati della tessera. L'idea sarebbe quindi di adottare un sistema informatizzato mantenendo sempre la stessa carta, la quale nel momento in cui i requisiti fondamentali non fossero garantiti (superamento dell'età del figlio o cambio di residenza), il sistema lo rivelerebbe automaticamente, caratteristica già presente in alcuni territori Euregio, ma non in tutti.

Sempre rispettando l'idea di rendere i servizi alle famiglie il più accessibile possibile, è stato visto in alcune situazioni, come per la OÖ Familienkarte e il NÖ Familienpass, che rilascio della tessera a persone extra genitori, come per esempio nonni, potrebbe concretamente aiutare le famiglie che spesso, per motivi lavorativi, devono affidare i figli a individui che se ne occupano nei vari momenti della giornata.

## 4. Discussione e conclusioni

È stata costruita una matrice per l'analisi SWOT per l'EuregioFamilyPass che ha individuato come punti di forza una cabina di regia ben strutturata e un design chiaro e riconoscibile della carta famiglia nei tre territori. Come fattori di debolezza: la diversa gestione delle politiche familiari tra i territori, la mancanza di assoluta reciprocità dei servizi e la disomogeneità nel numero di servizi nei tre territori Euregio. Come opportunità sono state definite: le aree limitrofe ricche di benefit per le famiglie, un'ottima rete di collegamento infrastrutturale nell'Euregio e un passato storico comune. Infine, le possibili minacce sono: le famiglie sempre più esigenti, la disponibilità di tempo da dedicare al tempo libero da parte delle famiglie sempre minore e il trend del costo della vita in aumento.

Come elemento chiave ai fini dello studio e della sua discussione si riporta inoltre l'elenco di best practice che, analizzate nel documento, sono già attive e utilizzate all'interno dei territori Euregio. Tali pratiche euroregionali sono: l'organizzazione di concorsi a premi, il filtro per la selezione dei partner e la geolocalizzazione (entrambi grazie ad una mappa interattiva), il giornale pubblicato 4 volte all'anno "EuregioFamilyPass News", una brochure informativa per gli utenti, la partecipazione ad eventi in tutti e tre i territori, il sito web comune nella Homepage Euregio, l'utilizzo di canali digitali Euregio e delle province per la pubblicazione di notizie inerenti l'EuregioFamilyPass e il rispetto delle tempistiche prestabilite. Mentre, in altri casi come: l'utilizzo di un'app digitale, l'aggiornamento automatico della tessera, il numero di tessere emesse in base al numero di genitori e il rilascio della carta a persone extra genitori, sono servizi e caratteristiche anch'essi già previsti dall'EuregioFamilyPass in alcune aree Euregio, ma non uniformati nell'intera area.

Sebbene la digitalizzazione favorisca e faciliti la fruizione del servizio per la famiglia (o l'utente nel caso delle carte vantaggi per residenti o turisti), dal punto di vista dei partner l'utilizzo di un'app ha un aspetto gestionale diverso. Benché questi siano favorevoli alla sua introduzione e ne comprendano le potenzialità e l'utilità (anche secondo la prospettiva di facilità di promozione) è necessario che tutti accettino la carta vantaggi in formato digitale e che si dotino di un sistema univoco di riconoscimento del servizio. Affinché si possa garantire una corretta e funzionale cooperazione si deve operare sempre secondo l'obiettivo di equità di trattamento. Tutte le attività, gli accordi, le decisioni, ma soprattutto i costi e i benefici devono essere gestiti con una precisa ripartizione eguale dell'onere, delle risorse e dei benefici.

Per l'aspetto transnazionale è necessario stimolare l'utilizzo della carta famiglia con offerte e benefici descritti nel presente report. In questo modo si consolida una percezione della carta, della sua utilità e del suo potenziale per permettere all'EuregioFamilyPass di continuare a svilupparsi ed evolvere nel tempo.

Infine, non da ultimo, come è stato visto per il progetto transfrontaliero austriaco-slovacco che si è interrotto, diventa strategica la costante collaborazione e cooperazione tra i territori. Prima di poter promuovere il servizio all'esterno (alle famiglie) è necessaria una forte e trasparente comunicazione interna, che abbia una continuità nel tempo e che possa garantire il passaggio delle informazioni in maniera chiara e immediata. Solo in questo modo si riuscirà a mantenere un servizio costante ed evitare gli errori che sono stati commessi in altre situazioni affini a quella dell'EuregioFamilyPass.



[www.familypass.eu](http://www.familypass.eu)

**Interreg**  
Italia-Österreich  
European Regional Development Fund



**UNIVERSITÀ  
DI TRENTO**

**Euregio  
Family  
Pass**

# ***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



# **DER EUREGIOFAMILYPASS DIE FAMILIENKARTE FÜR DIE GESAMTE EUROPAREGION TIROL-SÜDTIROL-TRENTINO**

Abstract der Machbarkeitsstudie für den 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.<sup>in</sup> Verena Egger.

## 1. Einführung

### 1.1 DER EUREGIOFAMILYPASS

Der EuregioFamilyPass ist ein gemeinsames Projekt des EVTZ „Europaregion Tirol–Südtirol– Trentino“ (im Folgenden als „Euregio“ bezeichnet), der Abteilung Gesellschaft und Arbeit des Landes Tirol und der beiden Familienagenturen der autonomen Provinzen Bozen–Südtirol und Trient. Das Projekt wurde 2014 beschlossen und 2017 im Rahmen eines INTERREG-Projekts mit dem Ziel eingeführt, die Familienpässe der drei Regionen zu integrieren und weiterzuentwickeln, um sie auf Euregio-Ebene nutzbar zu machen.

Im EuregioFamilyPass fließen somit die Familienkarten der Euregio-Länder zusammen: der „Tiroler Familienpass“ (Tirol, eingeführt 2001), der „EuregioFamilyPass Südtirol“ (Südtirol, eingeführt 2017) und die „Family Card“ (Trentino, eingeführt 2016). Die InhaberInnen können nicht nur die Angebote der VorteilsgeberInnen der eigenen Region nutzen, sondern auch jene in den beiden anderen Euregio-Ländern. Im Rahmen des EuregioFamilyPass wurden politisch- administrative Vereinbarungen getroffen, um die gemeinsame Familienkarte über das europäische Projekt hinaus zu konsolidieren. Die Projektgruppe steht in ständigem Kontakt und konnte die Teilnahme an diversen Familienveranstaltungen in allen Euregio-Landesteilen, Gewinnspiele, die periodische Herausgabe der EuregioFamilyPass News, Werbevideos, Give-aways, Zurverfügungstellung von Informationen über das Projekt auf der institutionellen Website und eine interaktive Landkarte aller VorteilsgeberInnen mit Suchfilter realisieren.

### 1.2 ZIEL DER MACHBARKEITSSTUDIE UND FORSCHUNGSMETHODE

Die vorliegende Studie zielt darauf ab, wichtige Anregungen für die Entwicklung des EuregioFamilyPass durch Beispiele und Referenzmodelle im europäischen Kontext darzulegen. Die Studie wurde unter Berücksichtigung kurz-, mittel- und langfristiger Ziele durchgeführt, wobei versucht wird, neue Wege für die Nutzung der Karte zu finden und die Dienstleistungen für Familien zu verbessern. Es soll eruiert werden, welche digitale, auf Familien ausgerichtete Werkzeuge, die Nutzung und/oder den Erhalt der Familienkarte erleichtern.

Für diese Erhebung wurde der Ansatz der Mehrfach-Fallstudie<sup>1</sup> gewählt. Dazu wurden Beispiele aus Regionen eruiert, die mit der des EuregioFamilyPass vergleichbar sind. Das bedeutet, dass unterschiedliche Realitäten untersucht und deren Unterschiede und Gemeinsamkeiten aufgezeigt wurden. Ausgewählt wurden elf europäische Realitäten, die aufgrund ihrer strukturellen, verwaltungstechnischen und kulturellen Merkmale als entscheidend und strategisch wichtig für das Ziel der Machbarkeitsstudie eingestuft werden können. Der Untersuchungsansatz umfasste sowohl quantitative als auch qualitative Methoden, um zu verstehen, wie Führungspersonen, Verwaltungskräfte und öffentlich Bedienstete einen nützlichen und möglichst leicht zugänglichen Dienst für die örtliche Gemeinschaft konzipieren.

Es wurden vier Handlungsfelder (Leistungsangebote für Familien, Digitalisierung, grenzüberschreitende sowie technische/strukturelle Aspekte) im Hinblick auf die Ausarbeitung von geeigneten Kriterien für eine optimale Gestaltung des EuregioFamilyPass identifiziert. Jeder der vier oben genannten Kernpunkte wurde durch die Analyse von Fallstudien untersucht, die aufgrund ihrer jeweiligen Merkmale dazu beitragen, eine oder mehrere Kategorien abzudecken.

<sup>1</sup> Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. multiple case studies: A comparative study. 15.

## 2. Ausarbeitung und Umsetzung der Studie

Die Analyse bildete die Grundlage für die Untersuchung und Erforschung von Initiativen, mit denen der EuregioFamilyPass vergleichbar scheint. Daraus können Anregungen aufgenommen werden, um die Dienstleistungen, welche die drei Euregio-Länder ihren BürgerInnen bieten, im Geiste der Zusammenarbeit weiterzuentwickeln und sie für die Familien nutzbarer, praktischer und vorteilhafter zu machen.

Die Studie untersuchte die identifizierten Best Practices, die in vier Kategorien eingeteilt werden können: technische/strukturelle Aspekte (Verwaltung der vorhandenen Dienste, administrative und bürokratische Aspekte im Zusammenhang mit den einzelnen Projektverwaltungen); grenzüberschreitende Aspekte (Erfassung und Verwaltung der Mobilität von Familien zwischen den beteiligten Gebieten); Digitalisierung (angewandte digitale Instrumente, ihre Implementierung, Nutzung, Verwaltung, Anwendung und Verbreitung) und schließlich Dienstleistungen für Familien (von den Angeboten abgedeckte Sektoren, Veranstaltungen für Familien und Relevanz der Dienstleistungen).

Tabelle Nr. 1, ausgewählte Fallstudien

NAME DES FAMILIENPASSES	ÖRTLICHER GELTUNGSBEREICH	KARTENTYP
<b>CROSS-BORDER COOPERATION</b>	Tornio-Haparanda (Finnland, Schweden)	Grenzüberschreitende Vorteilskarte
<b>E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA</b>	Kroatien	Nationale App für Familien mit Kindern
<b>EUROCIDADE CARD</b>	Chaves-Verín (Portugal, Spanien)	Grenzüberschreitende Vorteilskarte
<b>FAMILYNET</b>	Österreich, Slowakei und Tschechische Republik	Grenzüberschreitende Vorteilskarte für Familien mit Kindern
<b>GEZINSPAS-FAMILIENPASS</b>	Vaals-Aachen-Düren (Niederlande, Deutschland)	Grenzüberschreitende Vorteilskarte für Familien mit Kindern
<b>INTERNATIONALE BODENSEE-KONFERENZ</b>	Bodensee (Österreich, Deutschland, Liechtenstein, Schweiz)	Grenzüberschreitende Vorteilskarte
<b>NÖ FAMILIENPASS</b>	Niederösterreich (Österreich)	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
<b>OÖ FAMILIENKARTE</b>	Oberösterreich (Österreich)	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
<b>RODINNĚ PASY</b>	Südmähren (Tschechische Republik)	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern

<b>RODINNÝ PAS</b>	Bratislava (Slowakei)	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern
<b>VORARLBERGER FAMILIENPASS</b>	Vorarlberg (Österreich)	Regionale Vorteilskarte für Familien mit Kindern



### 3. Ergebnisse

Bei der Aufbereitung der Studie wurden die Best Practices gemäß einem Zeitparameter unterteilt in solche, die umgehend, und solche, die zukünftig angewandt werden können: kurzfristig für den ersten Fall und mittel-/langfristig für den zweiten. Bei diesem Vorgehen wurde der politische Aspekt berücksichtigt, der in dieser Situation entscheidend ist, denn die Euregio – als grenzüberschreitendes Gebiet – unterliegt unterschiedlichen staatlichen und regionalen Normen. Es ist daher klar, dass bestimmte Entscheidungen nicht in gleicher Weise und zur selben Zeit im gesamten Geltungsbereich des EuregioFamilyPass umgesetzt werden können.

Was die kurzfristigen Best Practices betrifft, so ist ein zentraler Punkt, der aus den analysierten Fallstudien hervorging, die direkte Einbeziehung der Familien sogar in der Entscheidungsphase, wie etwa beim Vorarlberger Familienpass. Durch Feedback und Anregungen zur Organisation über digitale Wege, haben Familien Kooperationen mit verschiedenen, auch ausländischen PartnerInnen vorgeschlagen. Eine weitere Strategie, die von den untersuchten Beispielen zur stärkeren Einbindung der Familien angewandt wird, ist die Organisation von Gewinnspielen, die das Wissen über das Gebiet und die Gemeinschaft fördern sollen. Der Rodinnè Pasy ist in dieser Hinsicht sehr aktiv und führt jedes Jahr zwei bis drei Wettbewerbe durch. Die Organisation gemeinsamer Veranstaltungen, wie zwischen Chaves und Verín, tragen zur Sensibilisierung für den grenzüberschreitenden Aspekt und die Integration der Kulturen bei, die zwar unterschiedlich sind, aber wichtige und entscheidende Merkmale für die Zusammenarbeit aufweisen.

Ergänzt werden diese Aktivitäten durch Werbemaßnahmen, wie der monatliche Versand von Newslettern mit Spielen für Kinder, damit auch diese im Projekt einbezogen werden und es entsprechend kennenlernen. Diese Initiativen sind im Rahmen des Rodinný Pas und ebenso beim EuregioFamilyPass gut strukturiert. Die EuregioFamilyPass News erscheinen regelmäßig mit Malvorlagen zum Ausmalen für Kinder. Bei der Bewerbung wäre zudem wichtig, die sozialen Medien einzubeziehen, die es den Familien ermöglichen, mit den Projektverantwortlichen und anderen Familien auf eine informellere Art und Weise zu kommunizieren. So könnte für den EuregioFamilyPass ein fast kostenloser Kommunikationskanal geschaffen werden.

Schließlich wurde die Bedeutung einiger sehr wichtiger Funktionen im Zusammenhang mit der Website und der Governance hervorgehoben. Daraus ergab sich die Notwendigkeit einer übersichtlichen und detaillierten Filterstruktur für die Auswahl von VorteilsgeberInnen, sowohl auf der Website als auch auf der App und/oder interaktiven Karte, wie die des NÖ Familienpasses und des Rodinný Pas. Auf diese Weise erfolgt die Identifizierung der gewünschten spezifischen Dienstleistung sofort, ohne dass eine statische Liste konsultiert werden muss. Durch die Auswahl der Kriterien, können so sofort klare und präzise Informationen auf der Website abgerufen werden. Die neue interaktive Landkarte des EuregioFamilyPass entspricht genau diesen Anforderungen.

Ein weiterer hier wichtiger Aspekt, ist die Einhaltung vorher festgelegter Zeitrahmen zwischen und innerhalb von Gebieten. Das Beispiel der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit zwischen Tornio und Haparanda ist insofern bedeutend, als dass in der Planungsphase eine Frist festgelegt wurde, innerhalb derer die getroffenen Entscheidungen in beiden Gebieten umgesetzt werden müssen, um den beteiligten Verwaltungen die Arbeit zu erleichtern, wenn sie mit bestimmten Fragen konfrontiert werden, die zu behandeln, oder Initiativen zu fördern sind.

In Hinblick auf Best Practices, die mittel-/langfristig umsetzbar sind, hat sich die Einführung einer App für Smartphones als Schlüsselmerkmal herausgestellt, die nicht nur die Nutzung der grenzüberschreitenden Angebote für Familien vereinfacht, sondern auch den mit dem Druck der Karten verbundenen Abfall verringern und somit die Datenerfassung erleichtern könnte. Dieser Schritt bringt jedoch eine Reihe von Herausforderungen mit sich, einschließlich der rechtlichen Bestimmungen von Verwaltung und Privatpersonen, die Datenschutzvorgaben zu respektieren und zu gewährleisten sowie die Notwendigkeit, sowohl BenutzerInnen als auch BetreiberInnen entsprechend zu schulen. Auch für die VorteilsgeberInnen könnte die Einführung der App, wenn sie im Einvernehmen

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 (dieselbe für Familien und VorteilsgeberInnen) wie es bei der E-Children's Card, Mudrica der Fall ist, verwendet werden, die es je nach Zugangslin ermöglicht, diese beiden Gruppen getrennt zu halten.

Die Betrachtung der kroatischen Realität hat gezeigt, dass es sinnvoll ist, PartnerInnen im Gesundheitssektor wie Apotheken und Geschäfte, in denen rezeptfreie Arzneimittel verkauft werden, sowie private Gesundheitseinrichtungen zu inkludieren, die Familien mit Kindern Rabatte und finanzielle Vorteile gewähren, und zwar zusätzlich zur Aufnahme der Familienkarte in die digitale Plattform des staatlichen Gesundheitssystems. Obwohl dies nicht dem in erster Linie intendierten Ziel des EuregioFamilyPass entspricht, wäre bei dieser Lösung nicht notwendig, die Daten regelmäßig zu aktualisieren (das Sanitätssystem verfügt über alle Informationen).

In Anbetracht der Tatsache, dass die Partnerschaft mit dem staatlichen Gesundheitssystem ein komplexer Schritt sein könnte, insbesondere da die Euregio-Landesteile zu verschiedenen Staaten gehören und daher unterschiedlich verwaltet werden, wurden Partnerschaften mit anderen Plattformen untersucht, wie z.B. diejenige zwischen dem NÖ Familienpass und der Plattform Outdooractive. Dadurch wird es Familien ermöglicht, zusätzliche Informationen über Fuß- und Radwege sowie eine Reihe von Bewertungen zu erhalten, die dazu beitragen, die Dienstleistung besser zu kontextualisieren. Weitere sehr nützliche Partnerschaften sind die mit den örtlichen Verkehrsbetrieben, dank derer es möglich sein könnte, über eine künftige App Bahn- oder Bustickets zu ermäßigten Preisen zu erwerben, die speziell für Familien bestimmt sind, ohne auf die jeweilige App des öffentlichen Nahverkehrs zugreifen zu müssen. Auf diese Weise würde die Familienkarten-App auch als digitaler Fahrschein für das Verkehrssystem dienen. Voraussetzung ist, dass die Partnerschaft von allen Landesteilen übernommen werden würde, um eine vollständige gegenseitige Anerkennung der Leistungen innerhalb der Euregio zu gewährleisten, damit Unannehmlichkeiten für die Familien vermieden und die Gleichberechtigung, die der EuregioFamilyPass vermitteln soll, zum Ausdruck kommen könnte.

Der technische Aspekt, der in Hinblick auf Best Practices, die in Zukunft angewendet werden können, analysiert wurde, ist die Handhabung der Karten selbst. Was zunächst die Anzahl der ausgegebenen Karten betrifft, so wäre es sinnvoll, sich an den Beispielen Tirols, Südtirols und Südmährens zu orientieren, wo die Anzahl der ausgegebenen Karten der Anzahl der Elternteile entspricht. So erhält eine Familie mit einem Elternpaar zwei Ausweise, und im Falle von getrenntlebenden Eltern kann die Anzahl der Ausweise bis zu vier betragen, um keine Lebenssituation zu diskriminieren und allen Familien die gleichen Rechte zu garantieren. Um jedoch der Verschwendung durch die unnötige Ausgabe von Karten entgegenzuwirken, wäre eine digitale Aktualisierung der Kartendaten erforderlich. Die Idee wäre also, ein technisches System einzuführen und dabei dieselbe Karte beizubehalten. Sobald die Grundvoraussetzungen nicht mehr erfüllt sind (Volljährigkeit des jüngsten Kindes oder Wohnsitzwechsel), wird dies automatisch erhoben, wie es bereits in einigen, aber nicht allen Euregio-Landesteilen der Fall ist.

Unter Berücksichtigung des Leitgedankens, Dienstleistungen für Familien so zugänglich wie möglich zu machen, hat sich in einigen Situationen, wie bei der OÖ Familienkarte und dem NÖ Familienpass, gezeigt, dass die Ausstellung der Karte an andere Personen als die Eltern, z. B. Großeltern, eine konkrete Hilfe für Familien sein könnte, die ihre Kinder – oft aus beruflichen Gründen – Personen anvertrauen müssen, die sie zu verschiedenen Tageszeiten betreuen.

## 4. Diskussion und schlussfolgerungen

Es wurde eine SWOT-Analyse für den EuregioFamilyPass erstellt, die als Stärken eine gut strukturierte Steuerungsgruppe und ein klar erkennbares Design der Familienkarten in den drei Landesteilen aufzeigt. Als Schwachpunkte gelten: die unterschiedliche Verwaltung der Familienpolitik in den einzelnen Landesteilen, das Fehlen einer absoluten Gegenseitigkeit der Dienstleistungen und die unterschiedliche Anzahl der Dienstleistungen in den drei Euregio-Gebieten. Als Chancen wurden definiert: benachbarte Gebiete mit vielen Familienleistungen, ein hervorragendes infrastrukturelles Verbindungsnetz in der Euregio und eine gemeinsame historische Vergangenheit. Mögliche Hindernisse sind schließlich: immer anspruchsvollere Familien, die abnehmende Verfügbarkeit von Freizeit mit der Familie und die steigenden Lebenshaltungskosten.

Als zentrales Element der Studie und ihrer Diskussion wurde eine Liste von Best-Practices erstellt, 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.

Die Digitalisierung begünstigt und erleichtert die Inanspruchnahme von Angeboten durch Familien (bzw. durch NutzerInnen im Falle von Vorteilskarten für Einheimische oder Gäste), aber aus Sicht der VorteilsgeberInnen kommt es bei der Verwendung einer App wohl auf andere verwaltungstechnische Aspekte an. Sofern sie die Einführung einer App befürworten und sich ihres Potenzials und ihres Nutzens (auch unter dem Gesichtspunkt einer einfacheren Bewerbung) bewusst sind, müssten alle die Vorteilskarte in digitaler Form akzeptieren und über ein einheitliches System zur Anerkennung des Angebots verfügen. Um eine gute und funktionierende Zusammenarbeit gewährleisten zu können, muss stets das Ziel der Gleichbehandlung verfolgt werden. Alle Projektaktivitäten, Vereinbarungen, Entscheidungen, aber vor allem Kosten und Nutzen müssen mit einer fixierten, gleichmäßigen Verteilung der Lasten, Ressourcen und Vorteile verwaltet werden.

Für den grenzüberschreitenden Aspekt ist es notwendig, die Nutzung der Familienkarte mit den in diesem Bericht beschriebenen Strategien zu Angeboten und Vorteilen zu fördern. Auf diese Weise wird die Wahrnehmung der Karte, ihres Nutzens und Potenzials gefördert, so dass der EuregioFamilyPass kontinuierlich ausgebaut und weiterentwickelt werden kann.

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.



[www.familypass.eu](http://www.familypass.eu)

**Interreg**  
Italia-Österreich  
European Regional Development Fund



**Euregio  
Family  
Pass**

# ***EuregioFamilyPass***

***The family card for Euregio Tyrol-South Tyrol-Trentino***

***Abstract of feasibility study of EuregioFamilyPass***



**GIULIA CAMBRUZZI**

UNIVERSITY OF TRENTO - YEAR OF PUBLICATION 2021



# **EUREGIOFAMILYPASS THE FAMILY CARD FOR EUREGIO TYROL-SOUTH TYROL-TRENTINO**

Abstract of feasibility study of EuregioFamilyPass

**GIULIA CAMBRUZZI  
UNIVERSITY OF TRENTO  
YEAR OF PUBLICATION 2021**

Feasibility study realized within the framework of a cooperation agreement between the EGTC  
"Euregio Tyrol-South Tyrol-Trentino" and the University of Trento under the scientific direction of dott.  
ssa Giulia Cambuzzi and translated into German by Dr.<sup>in</sup> Verena Egger.

## 1. Introduction

### 1. EUREGIOFAMILYPASS

The EuregioFamilyPass is a project of the EGTC “Euregio Tyrol-South Tyrol-Trentino” (in this paper called “Euregio”), of the Department of Society and Labour of the Land Tyrol and the Family Agencies of the Provinces of Trento and Bolzano/Bozen, and was approved in 2014 and launched as an INTERREG project in 2017 with the aim of integrating and developing the family cards in the three territories and thus making them usable at Euregio level. The EuregioFamilyPass gathers the existing family cards in the three territories: “Tiroler Familienpass” (Tyrol, introduced in 2001), “EuregioFamilyPass Südtirol/Alto Adige” (South Tyrol, introduced in 2017) and “Family Card” (Trentino, introduced in 2016). Holders can take advantage of the benefits offered by partners not only in their area but also in the other two territories. In the framework of the EuregioFamilyPass, political/administrative agreements have been made to consolidate it beyond the expiring date of the Interreg project. Aligned teams and governances are in constant contact to encourage participation in family events shared between the three territories, prize competitions awarded on a regular basis, dispatch of the periodical EuregioFamilyPass News, promotional videos, information about the project on the webpage of the institutional website, an interactive map including all the advantages offered with a search filter and the provision of “branded” giveaways.

### 1.2 METHODS AND AIM OF RESEARCH

This study aims to provide important insights into the evolution of the EuregioFamilyPass through examples and reference models in the European context. Short, medium and long-term objectives were taken in consideration, in order to find new possibilities to implement the use of the card and to improve the services for families, to find out which digital tools facilitate the use and/or the obtaining of the family card, adapted and designed specifically for the whole family, as well as analyse the facilitation of its use.

A “multiple case study” approach was used, focusing on realities comparable to the EuregioFamilyPass. This means that several realities were studied, in order to comprehend differences and similarities. Eleven European realities have been selected for their structural, managerial and cultural characteristics as determining and strategically significant for the objective of the feasibility study. Quantitative and qualitative methods were involved to allow an understanding of how executives, administrators and civil employees offer an useful and most easily usable service for the community.

Four categories were identified (services for families, digitalization, cross-border aspects and technical/structural aspects) for the development of criteria suitable to create an ideal situation for the EuregioFamilyPass. Each of the four key points mentioned above has been deepened through the analysis of case studies that have contributed, according to their own characteristics, to explain one or more categories.

## 2. Implementation of the study

The analysis provided a basis for the study and research of projects, to which the EuregioFamilyPass can be compared with, and thus obtain ideas for developing and making it more advantageous and useful. The study investigated best practices that can be identified in four groups: technical/structural aspects (methods of managing the various services, administrative and bureaucratic aspects linked to the different project administrations); cross-border aspects (methods of managing and recording the mobility of families between the territories involved); digitalization (digital tools adopted, their implementation, use, management, operation and dissemination) and finally services to families (sectors involved in the offers, events of interest and relevance of the services).

Table n. 1, case studies

NAME OF CARD	AREA	TYPE OF CARD
<b>CROSS-BORDER COOPERATION</b>	Tornio and Haparanda (Finland-Sweden)	Cross-border card
<b>E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA</b>	Croatia	National app for families with children
<b>EUROCIDADE CARD</b>	Chaves and Verín (Portugal-Spain)	Cross-border card
<b>FAMILYNET</b>	Austria, Slovakia and Czech Republic	Cross-border card for families with children
<b>GEZINSPAS-FAMILIENPASS</b>	Vaals, Aachen and Düren (Netherlands-Germany)	Cross-border card for families with children
<b>INTERNATIONALE BODENSEE-KONFERENZ</b>	Costanza Lake (Austria, Germany, Liechtenstein e Switzerland)	Cross-border card
<b>NÖ FAMILIENPASS</b>	Lower Austria (Austria)	Regional card for families with children
<b>OÖ FAMILIENKARTE</b>	Upper Austria (Austria)	Regional card for families with children
<b>RODINNĚ PASY</b>	South Moravia (Czech Republic)	Regional card for families with children
<b>RODINNÝ PAS</b>	Bratislava (Slovakia)	Regional card for families with children
<b>VORARLBERGER FAMILIENPASS</b>	Vorarlberg (Austria)	Regional card for families with children

### 3. Outcomes

Best practices were divided into the ones applicable “immediately” and others applicable “in future” according to a time parameter: short term for the former and medium/long term for the latter. For this step, the political aspect was considered too, which in this situation is decisive, because the Euregio is a transnational area, subject to different state as well as local regulations. This is also the reason that certain decisions can not be applied in the same way and at the same time throughout the entire EuregioFamilyPass territory.

As far as short-term best practices are concerned, a key point that emerged from the case studies analysed was the direct involvement of families in the decision-making phase, as it is the case with the Vorarlberger Familienpass. They structure the direct contact (feedback and management advice) with the families, which then suggests various collaborations with partners, including foreign ones. Another strategy, commonly adopted by the realities studied, for a greater involvement of families is the organization of competitions with prizes aimed at stimulating the gain of knowledge of the territory and the community concerned. The organization of shared events between the territory (Eurocidade Card) to raise awareness of the cross-border aspect and the integration of cultures which, although different, share important and decisive traits for the purposes of collaboration, has also been placed within the same framework in all territories.

Moreover, there are promotional activities, including the sending of newsletters with games for children on a regular basis to involve and raise awareness of the project. This activity is well-structured within the Rodinný Pas which regularly promotes information or play activities for children, similar to the EuregioFamilyPass News. Social networks are very strategic too, allowing families to communicate with the project administrators and other families in a more informal way, and to set up an almost free promotion channel.

Finally, the importance of features related to the website and governance in general was highlighted. Among these, the need emerged to have a well-organised and detailed filter structure for the selection of advantageous partners, both on the website, but also on a possible app and/or interactive map, (e.g. NÖ Familienpass and the Rodinný Pas). In this way, the identification of the service that you need is immediately required, without having to consult a static list, but by selecting the requirements in order to allow an immediate retrieval of clear and precise information from the website.

Relating to this, with pointing out the pre-established deadlines between and within territories. The example of the Cross-Border Cooperation between Tornio and Haparanda is significant during the phase of beforehand planning. They define a maximum time limit within which decisions taken must be implemented in both territories in order to facilitate the operations of the administrations involved, should they have to deal with certain issues to be addressed or initiatives to be promoted.

In terms of future best practices, the introduction of a smartphone app is a key feature that could not only simplify the use of the cross-border service, but also reduce waste associated with printing cards and furthermore facilitate data collection. However, this step poses a number of challenges, including legal obligations on the side of administrators and individuals to respect and ensure a privacy policy of those using the app, as well as the need to convince users and operators on the use of a new digital tool introduced. The introduction of the app, if structured in agreement with the suppliers and with the same purposes and characteristics as the current card, could facilitate the registration phase of the discount, the promotion and the management of the provision of the service itself, all regarded as benefit for the partners involved. Thus using a single app (the same for families and suppliers) as it is the case of the E-Children’s Card, Mudrica which, however, depending on the access login, would allow these two figures to be kept separate.

The study of the Croatian context highlighted the usefulness of having partners in the healthcare sector such as pharmacies, para-pharmacies and private health facilities that could provide discounts and economic advantages for families with children, all in addition to the inclusion of the family card in the digital platform of the state healthcare system. Although this does not correspond to the purpose of the EuregioFamilyPass, with this arrangement it would not be necessary to update data periodically (the healthcare platform would provide all the information)

and, the updating would become an automatic step with which families would access directly.

The partnership with the local healthcare system could be a critical step, especially since the territories belong to different states and are therefore managed differently. Partnerships with other platforms have been studied, such as the one that stipulated the NÖ Familienpass with Outdooractive, which allows families to have additional information about walking and cycling routes. Other, very useful partnerships are those with the local transport service, thanks to which with a future and hypothetical digital app it would be possible to buy train or bus tickets for families at discounted prices dedicated without having to access the individual regional public transport app. In this way, the family card app could also be used as electronic ticket for the transport system. Obviously, the partnership should then be adopted by all Euregio territories to offer complete reciprocity of services within the entire region, thus avoiding unpleasant inconveniences for families and demonstrating the equality that the EuregioFamilyPass is intended to convey.

The technical aspect that was analysed regarding best practices applicable in future is related to the management of the cards. First, regarding the number of cards issued, it would be useful if they were issued for all parents, as it is already the case in Tyrol. So a family with two parents would have two cards, and in the case of separated and remarried parents, the number of cards could come up to four, so as not to discriminate against any type of situation and to guarantee all families the same rights. However, in order to limit the waste of unnecessary card issuances, a digital updating of card data would be necessary. The idea would be to adopt a digital system that the same card could be kept, which, if the basic requirements were not met (the child’s age having changed or change of residence), the system would automatically reveal, a feature already present in some Euregio territories, but not in all of them.

Making services to families as accessible as possible, as for example within the OÖ Familienkarte and the NÖ Familienpass, by issuing the card to people other than parents, such as grandparents, could directly help families that often, for work reasons, have to entrust their children to individuals who take care of them at various times of the day.



## 4. Discussion and conclusion

A SWOT analysis for the EuregioFamilyPass, identified a well-structured steering committee and a clear and recognizable design of the family card in the three territories as strengths of the project. Weaknesses are the different management of family policies among the territories, the lack of absolute reciprocity of services and treatment as well as the lack of homogeneity in the number of services in the three Euregio territories. As opportunities, the following were defined: neighbouring areas rich in benefits for families, an excellent infrastructural connection network in the Euregio and a common historical past. Finally, possible threats are increasingly demanding families, the decreasing availability of leisure time for families and the rising cost of living.

As a key element of the study and its discussion, the list of best practices that are already applied within the Euregio territories is provided. In some cases, these practices are shared and integrated in all three areas, such as the organization of prize competitions, the filter for the selection of partners and geolocation (both within the interactive map), a news item published four times a year, the organization of events, the website, the use of digital channels for the publication of news related to the EuregioFamilyPass and the meeting of pre-established deadlines. While, in other cases, such as the use of a common digital app, the automatic update of the card, the number of cards issued based on the number of parents and the issuing of the card to people other than parents, are services and features already provided by the EuregioFamilyPass in some Euregio areas, but not standardized throughout the area.

Although digitalization favours and facilitates the use of the service for families (or the users in case of advantage cards for residents or tourists), from the partners' point of view the use of an app has a different management aspect. Although they are in favour of its introduction and understand its potential and usefulness (also seen from the perspective of easier promotion), it is necessary for all to accept the family card in electronic format and to have a unique system of recognition of the service. In order to ensure proper and functional cooperation, the objective of equal treatment must be pursued at all times. All projects, agreements, decision, costs and benefits must be managed within a strict equal sharing of burden, resources and benefits.

For the transnational aspect, it is necessary to stimulate the use of the family card with offers and benefits described in this report. In this way, a perception of the card, its usefulness and its potential are consolidated to allow the EuregioFamilyPass to continue to evolve over time.

Last but not least, as seen in the Austrian-Slovak cross-border project that was interrupted, constant collaboration and cooperation between the territories becomes strategic. Before being able to promote the service externally (to families), strong and transparent internal communication is necessary, which has continuity over time and can guarantee the passage of information in a clear and immediate manner. Only in this way it will be possible to maintain a constant service and avoid the mistakes that have been made in other projects similar to that of the EuregioFamilyPass.



[www.familypass.eu](http://www.familypass.eu)

**Interreg**  
Italia-Österreich  
European Regional Development Fund



**UNIVERSITÀ  
DI TRENTO**

**Euregio  
Family  
Pass**

# ***L'EuregioFamilyPass***

## ***La carta famiglia per tutta l'Euregio***

*Uno studio che mette a confronto esempi europei  
di buone pratiche a sostegno delle famiglie.  
Un contributo per l'ulteriore sviluppo dell'EuregioFamilyPass.*



**GIULIA CAMBRUZZI**

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO - ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021



# **L'EUREGIOFAMILYPASS**

## **LA CARTA FAMIGLIA PER TUTTA L'EUREGIO**

Uno studio che mette a confronto esempi europei di buone pratiche a sostegno delle famiglie.  
Un contributo per l'ulteriore sviluppo dell'EuregioFamilyPass.

**GIULIA CAMBRUZZI**  
**UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI TRENTO**  
**ANNO DI PUBBLICAZIONE 2021**

Studio di fattibilità realizzato nell'ambito di un accordo di collaborazione tra il GECT "Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino" e l'Università di Trento sotto la direzione scientifica della dott.ssa Giulia Cambuzzi e tradotto in lingua tedesca dalla Dr.<sup>in</sup> Verena Egger.

<b>1. INTRODUZIONE</b>	6
1.1 Obiettivo e significato dell'assegno di ricerca	6
1.2 Struttura del report	6
1.3 Metodologia di ricerca	6
1.3.1 Collezione e selezione dei dati	7
1.3.2 Benchmark relativo	7
<b>2. EUREGIOFAMILYPASS</b>	9
<b>3. CASI DI STUDIO E BEST PRACTICE</b>	11
3.1 Elenco e presentazione dei casi di studio	11
3.1.1 Carte vantaggi di carattere transfrontaliero dedicata alle famiglie con figli	12
3.1.1.1 FamilyNet, Bassa Austria, Burgenland, Bratislava, Trnava, Moravia meridionale, Vysocina (Austria, Slovacchia, Repubblica Ceca)	12
3.1.1.2 Gezinspas/Familienpass, Vaals, Aachen, Düren (Olanda, Germania)	13
3.1.2 Carte vantaggi transfrontaliere	15
3.1.2.1 Cross-Border Cooperation, Tornio-Haparanda (Finlandia, Svezia)	15
3.1.2.2 Eurocidade Card, Chaves-Verín (Portogallo, Spagna)	16
3.1.2.3 IBK - Lago di Costanza (Germania, Austria, Svizzera, Liechtenstein)	19
3.1.3 Carte vantaggi regionali o nazionali per famiglie	21
3.1.3.1 E-Children's Card, Mudrica (Croazia)	21
3.1.3.2 NÖ Familienpass, Bassa Austria (Austria)	24
3.1.3.3 OÖ Familienkarte, Alta Austria (Austria)	25
3.1.3.4 Rodinnè Pasy, Moravia meridionale (Repubblica Ceca)	26
3.1.3.5 Rodinný Pas, Bratislava (Slovacchia)	28
3.1.3.6 Vorarlberger Familienpass, Vorarlberg (Austria)	29

3.2 Best Practices	31
3.2.1 Servizi per le famiglie	31
3.2.2 Digitalizzazione	36
3.2.3 Aspetto transfrontaliero	40
3.2.4 Aspetti tecnici/strutturali	42
<b>4. RISULTATI</b>	<b>46</b>
4.1 Best practice immediatamente applicabili	46
4.2 Best practice applicabili in futuro	48
4.3 Sfide da affrontare	51
<b>5. DISCUSSIONE E CONCLUSIONI</b>	<b>53</b>
5.1 Ranking di best practice e analisi SWOT	53
5.2 Adattamenti e migliorie apportabili	58
5.3 Raccomandazioni	58
<b>6. BIBLIOGRAFIA E SITOGRAFIA</b>	<b>60</b>
6.1 Bibliografia	60
6.2 Sitografia	60
6.3 Lista delle tabelle	62
6.4 Lista delle figure	62
6.5 Glossario	63

## 1.1 OBIETTIVO E SIGNIFICATO DELL'ASSEGNO DI RICERCA

L'assegno di ricerca si inserisce nel contesto della proposta progettuale "EuregioFamilyPass-Vantaggi/servizi/ offerte senza confini per le famiglie nell'Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino" nell'ambito del programma INTERREG V-A Italia-Austria 2014-2020 EuregioFamilyPass, il quale si è posto come primo punto da definire, la scelta dell'oggetto dello studio.

Lo studio è stato realizzato in collaborazione con l'Università degli Studi di Trento, Dipartimento di Economia e Management attenendosi al criterio della minimizzazione dei costi e massimizzazione dei risultati. È stato valutato il know how dell'università in materia e la possibilità della multidisciplinarietà garantita dall'impiego di un intero dipartimento, oltre che ad un team composto anche dai responsabili di progetto.

Lo studio mira a fornire una base importante per il futuro dell'EuregioFamilyPass riguardo una categoria che potenzialmente è in grado di fornire esempi e modelli di riferimento, in ambito provinciale e regionale, circa i comportamenti e le pratiche per le famiglie. Inoltre, lo studio potrà fungere da supporto per tutti gli altri progetti di studi successivi che si intenderà intraprendere.

## 1.2 STRUTTURA DEL REPORT

L'elaborato è diviso in cinque capitoli. Il primo fornisce un'introduzione allo studio e al contesto della ricerca, presentando obiettivi e significatività dello studio, nonché la metodologia con cui si è proceduto nella ricerca, ovvero spiegando il ruolo e l'approccio della ricercatrice, la teoria con la quale sono stati collezionati e selezionati i dati ed infine il metodo adottato nella fase di analisi dei dati. Il capitolo due presenta la descrizione dell'EuregioFamilyPass; il tre descrive i casi di studio presi in considerazione e le best practice che, in linea con il tema del progetto, sono state ritenute strategiche ai fini degli obiettivi preposti. Nel capitolo quattro sono presentati i risultati della ricerca, (contenenti anche le "sfide da affrontare"), i quali sono poi discussi nel capitolo cinque (discussione e conclusione) e posti in relazione al ranking delle best practice e le azioni da svolgere per collimare strategie, risultati e adattamenti. Il capitolo termina con una breve sezione sulle raccomandazioni e suggerimenti relativi alle attività future da adottare.

## 1.3 METODOLOGIA DI RICERCA

Per questa ricerca si è seguito un approccio case study multiplo<sup>1</sup> mirato sulle realtà comparabili all'EuregioFamilyPass. Questo significa che sono state studiate più realtà e ne sono state comprese le differenze e le somiglianze. Uno dei principali vantaggi di questo metodo è che con più casi di studio analizzati, si crea una teoria più convincente in quanto le conclusioni sono radicate in diverse prove empiriche. Pertanto, più casi consentono un'esplorazione più ampia delle questioni di ricerca e dell'evoluzione teorica. Tuttavia, la scelta nell'utilizzare un approccio case study multiplo è stata vincolata dalla necessità di studiare più realtà in quanto non è stata trovata, a livello europeo, una situazione che fosse comparabile perfettamente all'EuregioFamilyPass.

Trattandosi di casi di studio, la ricerca risulta essere un esame empirico che analizza in profondità più casi reali e attuali considerando la difficoltà nel determinare i confini tra fenomeno e contesto<sup>2</sup>. Sono state undici le realtà europee che per le loro caratteristiche strutturali, gestionali e culturali sono state selezionate come determinanti e strategiche ai fini dell'obiettivo dello studio di fattibilità. L'approccio per l'investigazione ha coinvolto sia metodi quantitativi che qualitativi per consentire di comprendere come manager, amministratori e dipendenti pubblici, confezionino un servizio utile e il più facilmente fruibile per la comunità di riferimento.

Sono state identificate quattro categorie da implementare (servizi per le famiglie, digitalizzazione, aspetto transfrontaliero e aspetti tecnici/strutturali) per lo sviluppo di criteri adatti ad una situazione ideale di EuregioFamilyPass. Ognuno dei quattro punti chiave menzionati sopra è stato approfondito attraverso l'analisi dei

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



casi di studio che hanno contribuito, in base alle proprie caratteristiche, a spiegare una o più categorie.

Degli undici casi di studio descritti, tre sono stati selezionati per partecipare a un webinar<sup>3</sup> in cui il 14 maggio 2021 nell'ambito della Giornata Internazionale della Famiglia si è discusso dei diversi servizi a favore delle famiglie, della loro gestione e organizzazione.

La selezione dei partecipanti è stata mirata e sono stati scelti casi in base alle loro caratteristiche affini alle quattro priorità selezionate e alle best practice identificate.

I dati raccolti sono stati poi analizzati secondo un processo di benchmark relativo e hanno restituito una serie di ranking di best practice che hanno permesso di identificare le strategie immediatamente applicabili e quelle che invece necessitano di adattamenti specifici e ulteriori approfondimenti per poter essere implementate sulla base della situazione attuale dell'EuregioFamilyPass e delle risorse al momento disponibili. Con i dati ottenuti dallo studio di fattibilità, è stato deciso di procedere anche con un'analisi SWOT incentrata sull'EuregioFamilyPass, anch'essa con l'obiettivo di identificare i punti chiave sui quali sarà necessario concentrare l'attenzione e gli sforzi per un ulteriore sviluppo della carta famiglia dell'Euregio.

### 1.3.1 COLLEZIONE E SELEZIONE DEI DATI

I dati che sono stati utilizzati nello studio provengono sia da interviste, che da una ricerca autonoma adottata dalla ricercatrice.

Una prima fase si è occupata di ricerca di realtà simili o comunque comparabili all'EuregioFamilyPass. Il criterio di comparabilità si è occupato di identificare non solamente quelle realtà che erano strutturate come l'EuregioFamilyPass, ma anche quelle che dividevano soltanto alcune delle caratteristiche chiave, che sono state identificate con: la transfrontalierità, la molteplicità di servizi offerti e la digitalizzazione. Questa prima fase ha quindi permesso la raccolta di dati statistici delle aree selezionate attraverso lo studio dei siti internet e il reperimento delle informazioni in maniera libera e aperta.

Nel momento in cui hanno preso forma i casi di studio che meritavano un ulteriore approfondimento, è cominciato lo scambio con i responsabili dei progetti. Sono state poste delle domande semi-strutturate incentrate sulle best practice che hanno permesso di risparmiare in termini di preparazione, analisi e interpretazione, di conseguenza risulta essere il sistema più idoneo per studi esplorativi<sup>4</sup>.

Nel complesso si è cercato di rispondere a domande connesse alle prospettive future e all'idea o meno di istituire nuove collaborazioni transazionali.

Tuttavia, lo studio svolto ha rilevato delle limitazioni riconducibili ai pochi dati reperibili e, in alcuni casi, alla scarsa collaborazione da parte degli enti per lo scambio di informazioni. Parallelamente sono sopraggiunti anche dei limiti connessi alle interviste di natura qualitativa dovuti perciò a interpretazioni soggettive che sono emerse dal confronto tra individui appartenenti a contesti e culture diverse. A ciò si aggiunge la scarsa presenza di casi di studio strutturati come l'EuregioFamilyPass che ha fatto sì che si procedesse a un'analisi di benchmark relativo in quanto non si è trovato un esempio che garantisse una comparazione ottimale. La distinzione tra benchmark assoluto e relativo avviene in base all'oggetto di analisi e i partner di processo. Nel primo caso lo studio si concentra nel comparare la soluzione ottimale con quella da analizzare. Nel secondo caso invece, vengono prese in considerazione più realtà che possiedono diverse caratteristiche eccellenti, ma che nel complesso non permettono di arrivare a una soluzione globale ottimale<sup>5</sup>.

### 1.3.2 BENCHMARK RELATIVO

In questo studio sono state analizzate undici situazioni per valutare sia i risultati attesi in termini di servizi alle famiglie, digitalizzazione e transfrontalierità, sia tutta una serie di caratteristiche relative alla gestione e all'amministrazione dei servizi alle famiglie. La ricerca si è sviluppata in tre fasi, ciascuna caratterizzata da specifici obiettivi e strumenti,

---

<sup>3</sup> Webinar EuregioFamilyPass "Uno sguardo verso altre realtà" tenutosi il 14/05/2021 su piattaforma Zoom. Ospiti coinvolti nella discussione: Vorarlberger Familienpass, FamilyNet Bratislava, Eurocidade Card Chaves-Verin <sup>4</sup> Gillham, B. (2005). Research interviewing: The range of techniques. Milton Keynes (UK). Open University Press <sup>5</sup> Stelli. (2006). Il benchmarking. Armando Editore.

per ottenere una base dati e una valutazione quantitativa complessiva su ognuno degli undici casi considerati, una valutazione qualitativa ex ante sui casi che avevano caratteristiche congruenti con le best practice identificate, una valutazione qualitativa ex post del sottoinsieme di casi studio selezionati e interrogati.

Nella fase uno sono stati ricercati nei siti internet pubblici dei singoli progetti dati quantitativi riguardanti la gestione e l'amministrazione del servizio (vedi paragrafo 1.3.3 Selezione dei dati). Con le informazioni a disposizione, nella fase due, è stata costruita la base dati relativa ai progetti ed è stata confrontata con le best practice inizialmente definite. I dati emersi hanno così permesso di dividere le undici realtà prese come base per lo studio di fattibilità in sottogruppi a seconda della loro appartenenza e utilità per una o più best practice.

L'obiettivo della fase tre è stato quello di valutare qualitativamente, attraverso domande specifiche dirette ai singoli casi studio, gli interventi e le azioni svolte nel loro contesto operativo.

I dati ottenuti non essendo di numero elevato, non hanno richiesto l'utilizzo di cluster analysis sul campione dei casi studio.

Tabella n.1, obiettivi e metodologia delle fasi di ricerca<sup>6</sup>

	FASE 1	FASE 2	FASE 3
OBBIETTIVI	Raccolta di molti dati (non specifici) per avere esplorazione di idee in via generale dei casi studio.	Raggruppamento in cluster dei casi studio per ricavare statisticamente le informazioni raccolte sulla popolazione.	Valutazione qualitativa di azioni, interventi e connessioni causa-effetto tra più variabili.
METODOLOGIA	<b>Ricerca esplorativa</b> per conoscere e indagare.	<b>Ricerca descrittiva</b> con un design predefinito e strutturato.	<b>Ricerca causale</b> attraverso domande specifiche personali.

<sup>6</sup> EuregioFamilyPass, obiettivi e metodologia delle fasi di ricerca, grafica Excel, 2021.

## 2. EuregioFamilyPass

**Informazioni di base:** l'EuregioFamilyPass è un progetto congiunto del GECT Euregio Tirolo-Alto Adige-Trentino (di seguito riportato con il termine "Euregio"), del Land Tirolo e delle Province Autonome di Trento e di Bolzano approvato nel 2014 e avviato nel 2017 con lo scopo di integrare e sviluppare le carte vantaggi previste per le famiglie nei tre territori e renderle così meglio fruibili e utilizzabili a livello di Euregio. L'EuregioFamilyPass, raggruppa quindi le carte famiglia esistenti nei tre territori: "Tiroler Familienpass" (Tirolo, introdotta nel 2001), "EuregioFamilyPass Alto Adige" (Alto Adige, introdotta nel 2017) e "Family Card" (Trentino, introdotta nel 2016), e i possessori possono usufruire dei vantaggi offerti dai partner convenzionati non solo nel territorio di residenza ma anche negli altri due territori.

**Diversità linguistica:** nei tre territori l'aspetto linguistico è molto importante, viene parlato il tedesco, l'italiano e il ladino (una lingua appartenente al gruppo linguistico retoromanzo). Questa multiculturalità mette a disposizione dei cittadini le reciproche conoscenze delle vicine realtà transfrontaliere valorizzandone la storia, gli obiettivi e le iniziative di una collaborazione che anzitutto vuole essere vissuta come un'amicizia tra territori dalla comune identità.

**Promozione:** l'attività di promozione avviene attraverso i social network Facebook e Instagram, in cui è stata creata la pagina di "Euregio" che promuove le iniziative organizzate, tra cui anche quelle dell'EuregioFamilyPass. In più, nel sito ufficiale dell'Euregio c'è una pagina dedicata all'EuregioFamilyPass che ne offre una rappresentazione schematica d'insieme e garantisce agli utenti un accesso ai portali dedicati dei rispettivi territori. Anche l'attività di comunicazione attraverso l'EuregioFamilyPass News contribuisce all'attività di promozione, nonché i libricini per i bambini in cui ci sono giochi e attività per i più piccoli e un video promozionale che uscirà nell'anno in corso.

**Governance:** il monitoraggio sullo stato di attuazione dell'"EuregioFamilyPass" è affidato ad una cabina di regia composta dai dirigenti delle agenzie/dipartimenti competenti per la famiglia di tutti i territori e il responsabile del progetto per l'Euregio che svolgono anche funzioni consultive, di promozione e di interpretazione autentica delle disposizioni che vengono decise dagli organi decisionali.

**Caratteristiche della carta:** l'EuregioFamilyPass è una carta rilasciata a famiglie residenti nei diversi territori dell'Euregio con almeno un figlio minore di 18 anni che si basa sul reciproco riconoscimento, ma la gestione delle rispettive carte (rapporti con i partner aderenti e le eventuali estensioni ad altri membri familiari) spetta ai singoli territori. Ciò significa che sebbene le carte possano essere utilizzate indistintamente in tutti e tre i territori, ognuno di questi ne stabilisce il regolamento interno, in cui si assiste ad uno scambio regolare di tutti i partner e le attività congiunte vengono concordate e pianificate insieme. Il layout è unico ma allo stesso tempo garantisce l'appartenenza all'identità territoriale, si presenta sotto forma di tessera plastificata in cui un lato è personalizzato per ciascun territorio e raffigura la carta vantaggi locale e l'altro è rappresentato da alcuni elementi stilistici comuni come il logo distintivo dell'Euregio e, il logo dell'EuregioFamilyPass.

**Servizi offerti:** le famiglie dell'Euregio possono contare su tanti vantaggi, servizi e numerose iniziative che contraddistinguono la comunità dell'Euregio, dal settore della cultura e del tempo libero a quello del commercio, della sanità e della mobilità. In Tirolo esiste l'"Oma+Opa Bonus" per i nonni e in Alto Adige è stata introdotta una carta nonni i quali possono usufruire degli sconti quando sono con i nipoti.

**Gestione dei partner:** i partner controllano l'"EuregioFamilyPass" e nel caso in cui non sia riportata l'indicazione del numero e dell'età dei figli, potranno chiedere di dimostrare la parentela esibendo un documento ufficiale di identità con foto. Ogni territorio gestisce ed organizza i partner fornitori di beni o servizi secondo le modalità

specifiche di ogni singola carta famiglia. Ai partner fornitori di beni o servizi che aderiscono al progetto viene rilasciato il marchio "EuregioFamilyPass" con la dicitura "Member of" insieme ad un manuale d'uso del marchio contenente le istruzioni di utilizzo dello stesso.

**Obiettivo del progetto:** l'EuregioFamilyPass favorisce la collaborazione transfrontaliera in maniera concreta e indirizzata al sostegno delle famiglie con figli, per consolidare una cultura Euregio, favorendo la mobilità e gli scambi tra le famiglie delle tre province e rafforzando il senso di appartenenza verso il territorio stesso. L'idea è di superare la concezione di confini amministrativi e identificarsi come membri di un territorio che condivide cultura e tradizioni. Per raggiungere tale obiettivo è stato utilizzato lo strumento delle carte famiglia (EuregioFamilyPass) che agevolano i possessori grazie a offerte, sconti e promozioni condivisi nelle tre province dell'Euregio.

**Finanziamento:** l'EuregioFamilyPass viene finanziato fino alla fine del progetto Interreg (31.12.2021) principalmente da fondi europei (85%) e per il restante 15% dall'Euregio (fondi propri).

### 3. Casi studio e best practice

#### 3.1 ELENCO E PRESENTAZIONE DEI CASI DI STUDIO

Nella tabella numero 2 sono elencati gli undici casi di studio ed è stato apportato il loro nome specifico, il territorio o i territori di svolgimento e la tipologia della carta/servizio.

Tabella n. 2, casi di studio selezionati<sup>7</sup>

NOME DELLA CARTA	AREA COINVOLTA	TIPOLOGIA DI CARTA
<b>CROSS-BORDER COOPERATION</b>	Tornio-Haparanda	Carta transfrontaliera
<b>E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA</b>	Croazia	App nazionale per famiglie con figli
<b>EUROCIDADE CARD</b>	Chaves-Verín	Carta transfrontaliera
<b>FAMILYNET</b>	Austria, Slovacchia e Repubblica Ceca	Carta transfrontaliera per famiglie con figli
<b>GEZINSPAS-FAMILIENPASS</b>	Vaals-Aachen-Düren	Carta transfrontaliera per famiglie con figli
<b>INTERNATIONALE BODENSEE-KONFERENZ</b>	Lago di Costanza	Carta transfrontaliera
<b>NÖ FAMILIENPASS</b>	Bassa Austria	Carta regionale per famiglie con figli
<b>OÖ FAMILIENKARTE</b>	Alta Austria	Carta regionale per famiglie con figli
<b>RODINNÈ PASY</b>	Moravia meridionale	Carta regionale per famiglie con figli
<b>RODINNÝ PAS</b>	Bratislava	Carta regionale per famiglie con figli
<b>VORARLBERGER FAMILIENPASS</b>	Vorarlberg	Carta regionale per famiglie con figli

Fonte: NS elaborazione dati 2021

<sup>7</sup> EuregioFamilyPass, casi di studio selezionati, 2021

L'attività di ricerca ha svelato la presenza di diverse realtà europee che hanno introdotto dei servizi per le famiglie e/o cittadini sotto forma di carte a livello regionale/interregionale/transfrontaliero. Di conseguenza l'analisi ha garantito una base per lo studio e la ricerca di contesti con i quali confrontare l'EuregioFamilyPass e poter ricavare così degli spunti per sviluppare e rendere più fruibile, pratico e vantaggioso per le famiglie, questo servizio dell'Euregio. È stato possibile avere un contributo da tutta Europa. Infatti, le realtà che sono state attentamente valutate sono dislocate in diverse aree europee che, di conseguenza, possiedono cultura e tradizioni diverse sia l'una dall'altra, ma anche rispetto l'area dell'Euregio. Ad esempio, analizzando il caso di Chaves-Verín si deve considerare che si sta studiando una situazione in cui è radicata la cultura iberica. Infatti, trovandosi all'estremo ovest del contesto europeo, tale situazione si presenta, sia da un punto di vista politico-economico, che socio-culturale, distinta rispetto a quella del FamilyNet presente in Slovacchia oppure della cooperazione Tornio-Haparanda in Scandinavia. Qui di seguito verranno presentati i singoli casi di studio organizzati secondo una logica di cluster per caratteristiche e tipologia di servizio offerto, questa rappresentazione vuole restituire un quadro comparativo più semplice e organico. Seguendo questa strategia sono tre i gruppi che hanno preso forma durante lo studio. Il primo riguarda quelle realtà che predispongono una carta vantaggi di carattere transfrontaliero dedicata alle famiglie con figli (Gezinspas-Familienpass Vaals-Aachen- Düren e FamilyNet Austria, Slovacchia, Repubblica Ceca). Il secondo cluster identificato comprende i casi studio che hanno come focus solamente l'aspetto transfrontaliero e che quindi prevedono un sistema facilitatore di movimento tra territori di confine (Eurocidade Card Chaves- Verín, IBK – Lago di Costanza, Cooperazione transfrontaliera Tornio-Haparanda). Infine il terzo gruppo racchiude tutte quelle situazioni in cui esiste una carta vantaggi per famiglie con figli, ma che è limitata al territorio nazionale o addirittura regionale (Vorarlberger Familienpass, NÖ Familienpass in Bassa Austria, Rodinný Pas Bratislava, Rodinnè Pasy Moravia meridionale, OÖ Familienkarte in Alta Austria, e-Children's Card Mudrica Croazia).

### 3.1.1 CARTE VANTAGGI DI CARATTERE TRANSFRONTALIERO DEDICATA ALLE FAMIGLIE CON FIGLI

#### 3.1.1.1 FAMILYNET, BASSA AUSTRIA, BURGENLAND, BRATISLAVA, TRNAVA, MORAVIA MERIDIONALE, VYSOCINA (AUSTRIA, SLOVACCHIA, REPUBBLICA CECA)

**Informazioni di base:** il FamilyNet è un progetto intrapreso nel 2012 e concluso nel 2014 dai territori della Bassa Austria, Burgenland, Bratislava e Trnava, i primi due situati in Austria e gli ultimi due in Slovacchia. L'idea è nata all'interno del programma Interreg SK-AT<sup>8</sup> e successivamente, si sono inserite in questo piano anche, due regioni della Repubblica Ceca.

La collaborazione interregionale e transnazionale ha permesso in un primo momento di creare un clima di fiducia e di reciproca condivisione. Il progetto, con orizzonte temporale 2014, si è lasciato alle spalle una serie di carte adottate dai singoli paesi che però non hanno più collaborato tra loro. A tal proposito, ogni territorio qui sopra menzionato ha attualmente la propria carta per famiglie che utilizza per soddisfare le esigenze dei propri cittadini, i quali però non possono più godere di un reciproco servizio di sconti e agevolazioni tra gli Stati che in passato erano associati tramite il FamilyNet. Le carte nei diversi territori assumevano un design diverso e non c'era alcuna forma di struttura grafica comune. Anche la gestione delle tessere era svolta autonomamente dalle rispettive regioni.

**Diversità linguistica:** il progetto, particolarmente ambizioso, mirava a connettere due territori molto diversi culturalmente e tradizionalmente. Inizialmente lo scoglio della lingua di comunicazione, tedesco in Austria e slovacco in Slovacchia, ha fatto sì che si dovesse interagire in inglese all'interno del gruppo di lavoro, mantenendo però le rispettive lingue per le comunicazioni esterne dirette alla popolazione.

**Governance:** dato il carattere cooperativo e collaborativo del progetto, i decision maker erano la regione di

---

<sup>8</sup> INTERREG Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, [www-old.sk-at.eu/](http://www-old.sk-at.eu/) (accesso 15/05/2021)

Bratislava e Trnava per la Slovacchia e del Burgenland e della Bassa Austria per il versante austriaco. Ed è stata proprio questa la difficoltà maggiore, ovvero il riuscire a costruire una rete regionale di partner pubblici aumentando la consapevolezza delle famiglie di appartenere a questo network e aumentare così l'offerta rendendo più attrattivi i luoghi e i servizi alle famiglie.

**Obiettivo del progetto:** la collaborazione tra le regioni col progetto Interreg con orizzonte 2014 a suo tempo aveva previsto un aumento del numero di visitatori della regione, soprattutto tra le giovani famiglie con bambini, ma non solo, perché questo progetto aveva permesso di collegare le regioni di confine e far conoscere le peculiarità di queste zone attraverso una carta sconti presso partner convenzionati. Così facendo si è creata e resa possibile un'offerta di vantaggi per le famiglie titolari delle carte. Il progetto poteva essere considerato uno strumento per integrare l'offerta turistica e portare le esperienze attraenti disponibili nella regione al gruppo mobile e attivo della popolazione, ovvero le famiglie con bambini. A tal proposito le attività del progetto "FamilyNet" completavano adeguatamente la strategia di politica familiare e supportavano lo sviluppo di un'ampia gamma di attori regionali e locali nel turismo e nell'approccio della cultura tradizionale della regione alle giovani famiglie.

**Finanziamento:** le attività sono state possibili grazie al finanziamento di INTERREG AT-SK, che nel programma europeo 2007-2013 ha garantito i fondi necessari all'introduzione del FamilyNet.

### 3.1.1.2 GEZINSPAS/FAMILIENPASS, VAALS, AACHEN, DÜREN (OLANDA, GERMANIA)

**Informazioni di base:** nella situazione della carta famiglia Vaals-Aachen-Düren, il quadro in questione è quello transfrontaliero tedesco-olandese. Istituita alla fine del 2017, e utilizzabile ufficialmente nel 2018, è tuttora operativa la carta famiglia transfrontaliera tra la regione di Aachen e Vaals. La carta era già presente nel 2006 nei dieci comuni della regione urbana tedesca e fino ad allora è stata rilasciata a quasi 25.000 famiglie (555.000 circa è la popolazione della regione di Aachen di cui il 14% ha un'età compresa tra gli 0 e i 18 anni)<sup>9</sup>. Vaals è il primo comune "straniero" a essere stato aggiunto e raggiunto dalla tessera, che ha poi preso il nome di "Gezinspas" (pass per famiglie in olandese). Sebbene appartenga allo stato olandese, fa parte della conurbazione di Aachen e dista 5 km dalla città tedesca, infatti risulta essere il comune olandese con la più alta presenza tedesca (26%)<sup>10</sup>. Vaals offre la possibilità di usufruire ai possessori della carta famiglia di oltre 25 aziende che hanno aderito al progetto, mentre sono 450 quelle coinvolte nella regione tedesca. Dai dati statistici aggiornati al 2021, la popolazione di Vaals è poco superiore di 10.000 persone di cui il 15,9% ha un'età compresa tra gli 0 e i 18 anni<sup>11</sup>.

Diversità linguistica: la particolare localizzazione delle due città e la ricca presenza di tedeschi a Vaals fanno sì che, sebbene istituzionalmente si parlino due lingue diverse (tedesco ad Aachen e olandese a Vaals), nell'area di confine Germania-Olanda, il tedesco sia molto conosciuto e diffuso, in questo modo la cooperazione è facilitata<sup>12</sup>, anche se i rispettivi siti internet e le comunicazioni sono redatte con la lingua ufficiale del territorio amministrativo.

**Promozione:** come vedremo durante l'analisi dei casi successivi, le attività sui social network sono gestite in vari modi. Nel caso specifico di Aachen e Vaals due pagine Facebook (una per il rispettivo territorio) sono amministrate individualmente, e vengono periodicamente aggiornate con tutte le attività e le notizie generali utili alla popolazione. Non vi è nulla perciò di specifico a favore del Familienpass o del Gezinspas. Le informazioni riguardo i partner associati con le offerte, gli sconti e il valore di questi, sono consultabili solamente dal sito ufficiale del comune di riferimento, sul quale una pagina è stata dedicata alla carta famiglia. A conclusione di ciò, si può affermare che la promozione viene svolta in maniera indipendente, e per rafforzare la pagina Facebook la regione di Aachen permette di consultare una newsletter online che viene periodicamente aggiornata con le informazioni utili alle famiglie in termini di attività per il tempo libero.

<sup>9</sup> City population, [www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dtregion\\_aachen/05334002\\_aachen/](http://www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dtregion_aachen/05334002_aachen/) (accesso 01/06/2021) <sup>10</sup> CBS, [www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners](http://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners) (accesso 01/06/2021) <sup>11</sup> CBS, [www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkinggroei](http://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkinggroei) (accesso 01/06/2021) <sup>12</sup> Città slow, [www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/](http://www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/) (accesso 01/06/2021)

**Governance:** anche l'organizzazione viene strutturata in maniera autonoma, la regione della città di Aachen è organizzata come un'associazione innovativa composta oltre che dalla città di Aachen, anche da altre nove città tedesche, mentre la gestione della carta famiglia di Vaals è nelle mani del piccolo comune di Vaals. Nel primo caso quindi c'è una sola persona referente che è dedicata alla gestione del Familienpass, nel secondo caso un ufficio del Municipio cittadino di Vaals gestisce, oltre alla carta famiglia, anche altri servizi pubblici per il cittadino.

**Caratteristiche della carta:** il Familienpass e il Gezinspas sono delle carte per le famiglie (genitori affidatari, accompagnatori) con almeno un bambino di età inferiore ai 18 anni o con un bambino disabile di età inferiore ai 27 anni. Il pass è gratuito e viene rilasciato dal comune. Il pagamento di 10 € è necessario solamente nel caso in cui si richieda il rilascio della seconda tessera a seguito di smarrimento o danneggiamento. I possessori possono usufruire di promozioni e offerte di imprenditori locali convenzionati. Un totale di oltre 25 negozi, ristoranti e hotel<sup>13</sup> a Vaals partecipano al progetto e offrono sconti e promozioni speciali e un ammontare di quasi 450 partner fanno lo stesso ad Aachen<sup>14</sup>.

I due comuni, lavorando a stretto contatto, garantiscono che l'emissione della carta famiglia avvenga alle stesse condizioni, ed è in questo modo che i titolari del Gezinspas e i titolari del Familienpass della regione della città di Aachen possono usufruire delle stesse offerte in maniera reciproca.

Nell'interesse della cooperazione regionale, l'uso reciproco delle due carte famiglia è stato concordato anche con il distretto di Düren (Germania), che offre anch'esso una carta per le famiglie. Ciò significa che i titolari di carta famiglia del distretto di Düren possono utilizzare le offerte della carta famiglia regionale e transfrontaliera (città di Aachen e comune olandese di Vaals).

Ogni famiglia riceve un massimo di due carte, che vengono rilasciate a due persone adulte autorizzate e a tutti i figli della famiglia. Se nasce un altro bambino, deve essere rilasciata una nuova carta e la vecchia deve essere restituita. La tessera non è più valida quando il figlio più piccolo ha compiuto 18 anni (27 anni se il figlio è disabile). Il Familienpass non è cedibile, di conseguenza è utilizzabile solamente dalle persone nominate sulla carta.

La richiesta della tessera non può essere fatta alla regione, ma deve essere presentata presso il comune della città in cui i bambini vivono con i/il genitori/e. Per gestire questo servizio, è stato istituito nella città di Aachen un ufficio che ha lo scopo di fornire tutte le informazioni necessarie e rispondere alle eventuali domande dei cittadini. La partecipazione al progetto non prevede nessun costo tributario ed è volutamente mantenuta semplice e non burocratica. La registrazione può essere fatta in qualsiasi momento e non si viene vincolati da alcuna scadenza, anche in caso di risoluzione. Per l'utilizzo della carta è necessaria la presentazione della tessera (e controllo con documento d'identità se richiesto) prima dell'acquisto o pagamento della prestazione.

**Servizi offerti:** ad eccezione dei servizi assicurativi e correlati (consulenti finanziari/patrimoniali, fornitori di servizi immobiliari ecc.), che sono esclusi dal catalogo dei servizi, i vantaggi offerti rappresentano un'ampia varietà di ambiti della vita quotidiana familiare, ed è la presenza di questa vasta gamma di offerte che rende la carta famiglia così interessante e utile per le famiglie.

**Gestione dei partner:** i partner associati (pubblici o privati) che forniscono vantaggi alle famiglie sui beni o servizi, possono decidere autonomamente la portata dello sconto e la sua periodicità (una tantum, ricorrenti oppure promozioni speciali). Ogni fornitore può applicare criteri formali che devono essere soddisfatti da un familiare prima di poter beneficiare delle promozioni/offerte. I fornitori stessi decidono se le prestazioni possono essere utilizzate da tutta la famiglia o dai singoli membri. Gli imprenditori possono aderire in qualsiasi momento compilando il modulo di partecipazione digitale presente sul sito. Le offerte si applicano ai titolari della carta famiglia di Vaals e quelli della città di Aachen. Per i fornitori registrati è previsto l'annuncio dello sconto su riviste e opuscoli informativi (aggiornati periodicamente), la presenza online e la pubblicità del prodotto/servizio che beneficia dell'agevolazione

<sup>13</sup> Gemeente Vaals, [www.vaals.nl/inwoners/gezinspas](http://www.vaals.nl/inwoners/gezinspas) (accesso 26/05/2021) <sup>14</sup> Staedteregion Aachen, <https://bportal.staedteregion-aachen.de/staedteregion-a-z/-/egov-bis-detail/dienstleistung/13166/show> (accesso 11/06/2021)



in occasione di eventi. In più tutta una serie di servizi di accompagnamento e valorizzazione vengono rilasciati ai partner che possono così pubblicizzarsi con il logo del Familienpass: "Siamo un'azienda a misura di famiglia" sia sotto forma di adesivo per la vetrina, che per la carta intestata.

**Obiettivo del progetto:** la nascita della carta per servizi alle famiglie ad Aachen risale al 2006 e l'estensione all'area del comune di Vaals mira ad approfondire e incrementare lo scambio delle famiglie e stimolare l'attività imprenditoriale.

**Finanziamento:** il progetto s'inserisce nel programma Euregio Mosa-Reno, un programma europeo che ha permesso il finanziamento del progetto.

### 3.1.2 CARTE VANTAGGI TRANSFRONTALIERE

#### 3.1.2.1 CROSS-BORDER COOPERATION, TORNIO-HAPARANDA (FINLANDIA, SVEZIA)

**Informazioni di base:** un progetto strutturalmente diverso è quello intrapreso dalle due città di Tornio e Haparanda, rispettivamente in Finlandia e Svezia. In quest'area si trova l'Arco di Botnia, la regione di confine tra la Svezia e la Finlandia con un regime frontaliero aperto alla collaborazione, la quale, in via ufficiosa, è iniziata negli anni '60 mentre il sistema formale per la cooperazione è iniziata nel 1987, anno in cui è stato fondato anche il ruolo di specialista dello sviluppo transfrontaliero (ufficio con una persona responsabile delle collaborazioni). Gli abitanti delle città di Tornio e Haparanda attraversano quotidianamente il confine, principalmente per fare shopping, per lavoro, per scopi ricreativi o per visitare amici e parenti non essendoci un controllo di frontiera. La cooperazione è facilitata da molti secoli di storia comune, relazioni pacifiche, livelli simili di sviluppo economico e una lunga tradizione di collaborazione in campo economico, sociale e culturale. Inoltre, la collaborazione in questa zona è facilitata dai due organismi di cooperazione transfrontaliera: l'associazione Bothnian Arc e la provincia Bothniensis<sup>15</sup>. La limitata accessibilità interna dovuta alle lunghe distanze fisiche tra i principali centri e città regionali e la barriera linguistica possono essere considerati aspetti importanti che ostacolano l'integrazione transfrontaliera ed è per questo che il maggior numero di servizi pubblici transfrontalieri si trova lungo il confine, nelle città gemellate Tornio e Haparanda. Queste due aree contano oltre 10 servizi pubblici transfrontalieri e accordi di collaborazione. L'attenzione particolare dei servizi offerti riguarda l'istruzione, la sanità e la pianificazione del territorio. Lo sviluppo di questa serie di servizi nell'arco di Botnia è considerato importante dal punto di vista dell'aumento della competitività e dell'attrattività della regione e di una migliore gestione delle risorse in comune. I servizi transfrontalieri nel campo dell'istruzione mirano a costruire e rafforzare l'aspetto culturale della cooperazione e ad abbassare la barriera linguistica. Lo sviluppo di un programma congiunto di educazione nelle lingue minoritarie e di educazione all'imprenditorialità giovanile per gli studenti delle scuole è stato tra le idee suggerite per nuovi progetti di condivisione dei servizi. Quasi tutti i progetti più grandi sono stati un successo; costruzione della città, architettura, scuola comune ecc. Vengono seguite le leggi del paese in cui il lavoro effettivo viene svolto. Tuttavia ci sono alcuni problemi irrisolti, come l'impossibilità di gestire insieme l'assistenza sanitaria e l'ufficio del lavoro, ad esempio, a causa delle leggi e della privatizzazione delle aziende.

**Diversità linguistica:** le lingue parlate nell'area in questione sono lo svedese, il finlandese e il meän kielì (un antico dialetto locale), perciò nella comunicazione (incontri, newsletter ecc.) vengono usate tutte e tre. Tuttavia, la Finlandia ha anche lo svedese come seconda lingua ufficiale, quindi tutti lo capiscono e questo semplifica notevolmente la cooperazione.

**Promozione:** la promozione a livello di integrazione e di coinvolgimento della popolazione viene svolta anche da

<sup>15</sup> Interact, Keep.eu, [www.keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/](http://www.keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/) (accesso 01/06/2021) <sup>16</sup> Haparanda Tornio, [www.haparandatornio.com/](http://www.haparandatornio.com/) (accesso 10/06/2021)

un ufficio turistico che mira a pubblicizzare le attività e le peculiarità sia di Tornio che di Haparanda<sup>16</sup>. Tale ufficio gestisce un sito internet redatto in inglese, ma con la possibilità di scegliere sia la lingua finlandese sia la svedese. In più due pagine, una Facebook e una Instagram (entrambe redatte in lingua inglese), contribuiscono a informare e tenere aggiornati gli utenti e i turisti riguardo le attività e le offerte attive nella zona di Tornio e Haparanda.

**Governance:** un aiuto importante per la gestione di questo tipo di servizi transfrontalieri è la configurazione del territorio dell'Arco di Botnia che è stato definito dalle autorità locali e che quindi non segue i confini amministrativi regionali. Sono i comuni membri dell'associazione Bothnian Arc che si occupano della cooperazione transfrontaliera come parte dei loro piani strategici locali con l'obiettivo generale di sviluppare le città in un'area finanziariamente e funzionalmente attraente nel campo internazionale.

L'associazione Bothnian Arc è il principale organo di governo nella zona di confine che lavora per facilitare la cooperazione regionale e lo sviluppo strategico, non ha potere normativo ma è coinvolta nel coordinamento delle politiche nell'area di confine e nella definizione di iniziative comuni. Ha principalmente autorità municipali come membri del consiglio<sup>17</sup>. Di conseguenza, la base legale è l'organizzazione comunale, che segue le leggi e i sistemi in entrambi i paesi (che sono quasi gli stessi). Per la cooperazione esiste un gruppo che si riunisce periodicamente composto dai leader e i membri del consiglio comunale (5 per entrambi i comuni). In questi incontri si danno consigli, si discute e si preparano le decisioni finali che vengono poi messe in atto dai consigli comunali di entrambe le città nello stesso momento (al massimo entro un mese). Nello specifico, il dipartimento tecnico e commerciale ha riunioni ogni mese e quello del turismo gestisce un progetto comune "Due paesi una destinazione". Per ogni decisione e attività vengono seguite le leggi UE sulla privacy (GDPR).

**Obiettivo del progetto:** la visione dell'associazione Bothnian Arc è quella di sviluppare la più funzionale e integrata regione di confine del Nord Europa con una forte crescita economica, un benessere sociale avanzato e un ambiente sostenibile e pulito. Per perseguire ciò sono stati condivisi tra Tornio e Haparanda 18 progetti suddivisi in 6 temi: istruzione, pianificazione del territorio, sanità e inclusione sociale, protezione ambientale, gestione della protezione civile e dei disastri, occupazione e mercato del lavoro. Il team mira a lavorare e trovare le modalità affinché i benefici siano 50-50. Ad esempio mantenendo le aree e gli edifici comuni cosicché i costi si possano dividere equamente tra le due città. Anche gli incontri e gli eventi vengono organizzati al 50-50 tra Haparanda e Tornio.

**Finanziamento:** i comuni di Tornio e Haparanda finanziano la cooperazione al 50-50, gestiscono un budget comune composto da una certa somma di denaro (decisa a seguito di una pianificazione del lavoro di anno in anno). In più vengono utilizzati i finanziamenti internazionali per progetti, come INTERREG IVA, il quale ha permesso lo sviluppo di un programma strutturale della rete di interrelazione e un assetto innovativo per la cooperazione.<sup>18</sup>

### 3.1.2.2 EUROCIDADE CARD, CHAVES-VERÍN (PORTOGALLO, SPAGNA)

**Informazioni di base:** il contesto di riferimento è quello iberico, precisamente a nord del confine dei due stati. I due sindaci delle città di Chaves e Verín, rispettivamente situate in Portogallo e in Spagna, hanno preso la decisione di iniziare una cooperazione, di conseguenza l'iniziativa spagnolo-portoghese risulta essere di tipo top down (calato dall'alto, ovvero da un'istituzione con poteri decisionali). Inizialmente, nel 2008, la nuova Eurocittà era iniziata come un accordo tra due comuni, ma ben presto le difficoltà connesse allo sviluppo di progetti comuni privi di supporto GECT hanno cominciato ad essere importanti, perciò le amministrazioni comunali hanno chiesto di creare un GECT nel 2013<sup>19</sup> con l'obiettivo di trovare un modo per aggiungere valore all'area di confine e coordinare dei servizi comuni con un sistema transfrontaliero. Ciò ha contribuito a introdurre nel 2015 la "Eurocidade Card"

<sup>17</sup> Espon EGCT, [www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies](http://www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies) (accesso 03/06/2021) <sup>18</sup> Bothnian arc, [www.ec.europa.eu/regional\\_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothnianarc.pdf](http://www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothnianarc.pdf) (accesso 01/06/2021) <sup>19</sup> EGCT Eurocidade Chaves Verín, [www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRAactivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx](http://www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRAactivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx) (accesso 27/05/2021)

che, tuttora operativa, ha permesso (e permette) ai cittadini di Chaves e Verín di avere sconti nei servizi pubblici (piscine, saune, attività sportive, servizi informatici) cercando così di convertire il più possibile le città in un'area di investimenti pubblici e promuovendo un utilizzo comune ed efficiente delle risorse. Sono considerati eurocittadini solo le persone legalmente residenti a Chaves e Verín. Nel 2013 sono stati modificati tutti i regolamenti di funzionamento degli impianti comunali e, oltre alla modifica dei prezzi, è stata inserita una clausola in cui si specifica che un cittadino di uno dei due comuni (ad esempio Chaves) ha gli stessi diritti di un cittadino residente nell'altro comune (nel contesto dell'esempio Verín). La funzione principale della Eurocidade Card è quella di poter garantire che il suo utente sia residente nel comune. Ciò le consente di avere una serie di vantaggi, un accesso comune e universale a servizi pubblici di natura collettiva in entrambe le città e per tutti i residenti. L'innovazione riguardo l'Eurocidade Card che sarà introdotta a breve, eliminerà la discriminazione nei servizi pubblici e differirà solo i residenti e i non residenti nei servizi privati (turismo e commercio).

Le due città si compongono di 57.000 abitanti, rispettivamente 42.000 a Chaves e 15.000 a Verín e ad oggi (maggio 2021), registrano un numero di carte emesse pari a 11.488, ovvero il 20% degli abitanti di Chaves e Verín è in possesso della Eurocidade Card. Un sistema di lettori di carte nelle strutture comunali permette di sapere il numero di registrazioni e l'utilizzo delle stesse.

**Diversità linguistica:** nelle due città si parlano tre lingue diverse, spagnolo e galiziano a Verín e portoghese a Chaves e, sebbene le due città siano molto vicine tra loro, gli abitanti di Chaves non parlano galiziano. Infatti, sia il sito web del progetto, che quello in cui sono elencati e descritti tutti i partner associati, sono redatti in entrambe le lingue. Tuttavia nel sito web tra le opzioni linguistiche disponibili figurano anche il galiziano e l'inglese.

**Promozione:** turisticamente le due città si stanno promuovendo con una strategia comune pubblicizzandosi come "Eurocittà dell'acqua", sulla quale poi hanno costruito una serie opportunità attrattive quali: le fonti termali, escursioni lungo i torrenti o ancora, i tour enogastronomici. Tutto quello che riguarda la promozione a livello turistico sul web, viene pubblicato in lingua inglese. Per quanto riguarda i social network, c'è una differenza di gestione a seconda che si tratti di Facebook o Instagram. Nel primo caso le pubblicazioni, pressoché giornaliere, vengono descritte tendenzialmente in spagnolo, viene utilizzato il portoghese solamente se il post riguarda una promozione o un'offerta situata a Verín. Diverso è invece il caso di Instagram, sebbene anche in questo permanga la costanza di aggiornamento della pagina, ogni pubblicazione viene descritta prima in lingua portoghese e poi in quella spagnola (entrambe anticipate dall'emoji rappresentante la bandiera dello stato di appartenenza).

**Governance:** amministrativamente, per rendere possibile l'utilizzo della stessa carta in due territori si è proceduto in maniera diversa. Avendo la Spagna il sistema di residenza nelle singole città, l'unica cosa che ha fatto (e sta facendo) la piattaforma della Eurocidade Card è fare un'interrogazione ai dati contenuti nel database comunale per confermare se si è registrati o meno, controllo che viene fatto sia al momento dell'iscrizione, che ad ogni mese di aggiornamento del database. In Portogallo invece la residenza è confermata al momento della registrazione, nel documento di identificazione personale, dove è registrato l'indirizzo ufficiale.

Nel nuovo sistema, dove le persone potranno registrarsi in un FrontOffice, nel caso della Spagna, il certificato elettronico nazionale sarà utilizzato nei dispositivi fissi ed elettronici che consulteranno il registro. Nel contesto portoghese sarà invece la Mobile Digital Key (che è simile al certificato elettronico spagnolo) a confermare direttamente la residenza in quanto è un documento che è associato al documento nazionale.

**Caratteristiche della carta:** la carta introdotta nell'Eurocittà Chaves-Verín viene rilasciata gratuitamente a tutti i residenti nei due rispettivi comuni. La residenza è un criterio fondamentale per ottenere la card, tanto che deve essere dimostrata tramite appositi documenti ufficiali ed è per questo che non è possibile

---

<sup>20</sup> Eurocidade Chaves Verín AECT, [www.en.eurocidadedchavesverin.eu/](http://www.en.eurocidadedchavesverin.eu/) (accesso 01/06/2021)

cedere la carta ad altri soggetti. Il pagamento di una somma simbolica di 3 euro è richiesto solamente nel momento in cui c'è il rilascio di una seconda tessera, causa smarrimento o danneggiamento<sup>20</sup>.

Fin dal primo rilascio dell'Eurocidade Card nel 2013, il residente può trovare il modulo di registrazione sulla piattaforma e può autorizzare o meno l'ente Eurocity all'invio di email di newsletter ed eventi di divulgazione. Nell'ottica di rendere la carta dematerializzata, recentemente è stata progettata una nuova piattaforma, in cui la carta virtuale avrà la precedenza sulla carta fisica. Tra le altre modifiche quindi, saranno aggiornate le relative disposizioni alla privacy e protezione dei dati adeguandole al Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016.

**Servizi offerti:** nel momento in cui un cittadino di una delle due città (Chaves o Verín) istituisce la Eurocidade Card, nel comune di riferimento potrà: avere accesso ai servizi forniti dalle biblioteche comunali dell'Eurocittà, sconti sull'utilizzo delle strutture comunali di Eurocittà, sconti sugli eventi culturali, sportivi e ricreativi organizzati dai due comuni, sconti sui servizi termali terapeutici o di benessere, ingresso gratuito ai musei comunali di Chaves e Verín, accesso alle iniziative di formazione promosse, partecipazione a lotterie e concorsi dell'Eurocittà<sup>21</sup>.

Le attuali agevolazioni sono frutto della politica individuale di ogni comune, e sono state adeguate con l'attuazione della carta. A Verín, ad esempio, prima dell'esistenza della tessera, c'era una differenza nei prezzi di accesso tra residenti e non residenti. Da quando è stata lanciata la carta nel 2013, il concetto di residente è cambiato in quello di eurocittadino. A Chaves, invece, c'erano i prezzi di utilizzo e di accesso, quindi l'unico cambiamento è stato nell'introduzione di uno sconto per gli utenti della carta e ogni comune ha deciso il criterio per utilizzare i benefici. L'idea di estendere il servizio anche ai turisti prevede un'inclusione di partner appartenenti al settore privato (commercio e turismo), e armonizzarlo all'Eurocidade Card seguendone gli stessi criteri, ovvero con sconti estesi del 5% o del 10% sui prodotti. Relativo al turismo, l'obiettivo è di aggiungere, oltre agli stessi servizi comunali e commerciali per i residenti, benefici legati al settore turistico (sconti negli esercizi alberghieri, visite guidate ecc.). La differenza principale è il tempo per convalidare la carta (in linea di massima 5 giorni), perché esiste un'importante comunità di emigranti (principalmente nella parte portoghese) che ogni anno tornano a casa per le vacanze.

**Gestione dei partner:** per l'utilizzo della tessera, e il conseguente ottenimento dello sconto/beneficio, è necessario presentare e convalidare la carta presso gli sportelli e/o le strutture aderenti prima dell'acquisto del bene o del pagamento della prestazione.

Dal punto di vista degli enti aderenti, per la partecipazione al progetto è necessario compilare una dichiarazione di impegno che include lo sconto (deciso in maniera autonoma dall'esercente pubblico) che avrà validità per un anno e sarà prorogabile per periodi uguali e successivi. Verrà estinta solamente a seguito di una dichiarazione presentata dal soggetto aderente, con un preavviso di almeno 30 giorni dalla scadenza del rinnovo. Al momento i benefici sono solo nelle strutture pubbliche e i servizi più richiesti sono le piscine pubbliche e gli impianti sportivi, infatti, la domanda delle carte aumenta ogni anno in estate. In più, quando sono organizzate delle attività non vengono mai escluse le persone che non hanno la tessera.

Agli esercenti affiliati viene consegnato un adesivo che viene posto all'ingresso dello stabilimento e consente al titolare della carta di verificare la presenza dello sconto sull'acquisto dei beni e la fornitura di servizi in quella struttura.

**Obiettivo del progetto:** lo scopo che ha mosso tale iniziativa è sorto da un bisogno principalmente, economico, sociale e secondariamente anche istituzionale, culturale e di convergenza ambientale per gli abitanti delle due città. Ai possessori (residenti in una delle due città sopra menzionate) è infatti garantito lo stesso vantaggio/beneficio, alle stesse condizioni dei servizi che già hanno nel loro comune di residenza, favorendo così lo scambio

---

<sup>21</sup> Eurocidade Chaves Verín AECT, [www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao](http://www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao) (accesso 01/06/2021) <sup>22</sup> Ayuntamiento de Ayamonte, [www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/\(accesso 01/06/2021\)](http://www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/(accesso%2001/06/2021))

delle popolazioni di queste due città e aumentando l'offerta e la diversità dei servizi<sup>22</sup>. La carta ha permesso la materializzazione del concetto della collaborazione transfrontaliera e dell'equità del trattamento dei cittadini, che prescinde dalla nazionalità di appartenenza.

Dal punto di vista economico invece, tale servizio favorisce un miglior bilanciamento della gestione dei fondi pubblici grazie allo sfruttamento di economie di scala, all'utilizzo e la gestione condivisa delle risorse esistenti e un planning comune di servizi futuri.

Le motivazioni economiche e sociali si sono tradotte in obiettivi mirati all'universalità dell'accesso ad un set di servizi pubblici per una collettività che è formata dalle due città; alla promozione e al consolidamento di un sentimento di appartenenza ad un'identità che esula da quella nazionale e che afferisce a un'idea europeo/transfrontaliera; alla visibilità di immediati benefici a livello individuale del singolo privato in un contesto però di Eurocittà; all'evitare una duplice introduzione di tali strumenti nelle due città e la conseguente duplicazione di costi; infine incoraggiare una riflessione nelle implicazioni e negli interventi in materia giuridica che potrebbero costituire delle barriere per le azioni proposte.

Visti i dati statistici sopra riportati, in cui solamente quasi il 20% della popolazione possiede la Eurocittà Card, gli amministratori vogliono sfruttare questo discreto margine di miglioramento offrendo più opportunità ai cittadini possessori della carta, introducendo un'app digitale che affianca l'utilizzo di quella cartacea, il pagamento contactless, una partnership con il trasporto pubblico, il noleggio di biciclette, il car sharing, il parcheggio e una carta per i turisti, in modo tale che possano spostarsi liberamente tra queste due città.

**Finanziamento:** questo progetto di cooperazione è finanziato dal programma del Fondo europeo di sviluppo regionale per la cooperazione tra regioni dell'Unione europea INTERREG V-A Spagna- Portogallo. È stato lanciato grazie ai fondi di INTERREG 2007-2014 ed ha potuto svilupparsi grazie al replicato del programma INTERREG 2014-2020. Questi finanziamenti sono utilizzati per implementare il processo e migliorare i servizi, ma gli sconti sono di responsabilità dei comuni, quindi non vengono né pagati direttamente dal progetto né viene data loro una compensazione finanziaria.

### 3.1.2.3 IBK - LAGO DI COSTANZA (GERMANIA, AUSTRIA, SVIZZERA, LIECHTENSTEIN)

**Informazioni di base:** la Internationale Bodensee Konferenz (IBK) è un'associazione cooperativa degli Stati e dei Cantoni di Baden-Württemberg, Sciaffusa, Zurigo, Turgovia, San Gallo, Appenzello Esterno, Appenzello Interno, Principato del Liechtenstein, Vorarlberg e Baviera che rispettivamente appartengono agli stati della Germania, Svizzera, Principato del Liechtenstein e Austria<sup>23 24</sup>. Nel 2000 è stata introdotta la carta del Bodensee con il nome di "Bodensee Erlebniskarte" (carta dell'esperienza Bodensee), poi nel 2019 il progetto è stato preso in carica da un'altra direzione amministrativa la quale ha ristrutturato il sistema e cambiato il nome della carta, ovvero Bodensee Card<sup>PLUS</sup>, quello attuale.

Nel contesto pluriregionale del Lago di Costanza, esistono due carte che offrono vantaggi alle famiglie: la Bodensee Card<sup>PLUS</sup> e il Bodensee Ticket<sup>25</sup>. Entrambe le iniziative, non sono pensate solamente per le famiglie, ma lo sono anche per i turisti, per tale motivo risulta difficile confrontare il numero di carte rispetto alla popolazione. Tuttavia, grazie ad un sistema di conteggio di emissioni condiviso, è possibile risalire al numero di carte emesse all'anno, che in media, per la Bodensee Card<sup>PLUS</sup> ammonta a 25.000. Numero pressoché costante negli anni, eccezion fatta per l'anno 2019/20 che ha registrato 15.000 emissioni a causa della pandemia da COVID-19 .

Diversità linguistica: sebbene i territori facenti parte dell'IBK appartengano a quattro Stati diversi, la comunicazione non risulta essere un problema in quanto il tedesco è la lingua principale parlata in tutte e quattro le aree affacciate al Lago di Costanza, di conseguenza anche nel caso della collaborazione e della gestione back office si utilizza il tedesco.

<sup>23</sup> Internationale Bodensee Konferenz, [www.bodenseekonferenz.org/statut](http://www.bodenseekonferenz.org/statut) (accesso 06/06/2021) <sup>24</sup> INTERREG Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, [www.interreg.org/](http://www.interreg.org/) (accesso 01/06/2021) <sup>25</sup> Lago di Costanza Vacanze e viaggi, [www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/bcp](http://www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/bcp) (accesso 03/06/2021)

**Promozione:** avendo una forma diversa rispetto agli altri esempi trattati nel report, il quadro più ampio e più turistico fa sì che il servizio delle carte venga gestito da un ente sovranazionale predisposto a promuovere in modo omogeneo ed equilibrato gli Stati localizzati ai confini del lago. Perciò, oltre al sito ufficiale con estensione europea del Bodensee redatto in inglese, una pagina Facebook, una Instagram e una Twitter sono dedicate alla promozione delle attività organizzate presso il lago e di conseguenza interessati dai diversi territori. Per quando riguarda Instagram è stato deciso di istituire due hashtag: “#bodensee4eu” e “#bodenseecard” per identificarsi a livello di social media marketing. Un'altra iniziativa promossa dall'associazione, è quella di mettere a disposizione degli interessati le brochure online gratuite così i diretti interessati possono riceverle a casa via posta e consultarle prima di recarsi sul luogo, in questo modo si risparmia anche sulla stampa di volantini che se non utilizzati, a lungo andare andrebbero cestinati.

**Governance:** le iniziative promosse lungo il Lago di Costanza sono gestite dall'Internationale Bodensee Tourismus GmbH (IBT GmbH)<sup>26</sup>, l'organizzazione internazionale che riunisce enti ed aziende turistiche locali sul Lago di Costanza. È compito delle diverse società, attraverso azioni di formazione e divulgazione nelle diverse aree di competenza (distretti, destinazioni, associazioni), portare a conoscenza dell'ITB GmbH gli interessi, le aspettative, le informazioni turistiche, e la composizione dei partner associati (e aziende) che, autonomamente sono stati determinati.

Una volta ottenute le informazioni, l'IBT ha come compito principale quello di realizzare e sviluppare strategie turistiche, temi e contenuti di brand, sulla base di ciò che è stato elaborato nel progetto “Posizionamento della regione internazionale del Bodensee”. Ne deve decidere anche la conduzione tematica, la coordinazione della ricerca di mercato e l'analisi della concorrenza, il marketing e la promozione dell'immagine per la regione internazionale del Lago di Costanza nei mercati principali attuali e in quelli internazionali. Inoltre l'IBT realizza diverse sinergie, organizzando cooperazioni e scambi di esperienze tra i diversi attori del turismo.

Le società che fanno parte dell'IBT GmbH e che le forniscono informazioni, appartengono agli Stati e alle regioni affacciate al Lago di Costanza. Il team di incaricati dell'IBT GmbH invece è composto da nove funzionari che, con mansioni diverse, operano tutto l'anno per promuovere e integrare i territori.

Caratteristiche delle carte: come anticipato, esistono due diversi tipi di carte nell'area del Lago di Costanza:

- Bodensee Card<sup>PLUS</sup> è una carta concepita non solamente per famiglie residenti, ma anche per turisti. Se si acquista la Bodensee Card<sup>PLUS</sup> si ha il vantaggio di accedere gratuitamente a molte delle attrazioni situate nelle regioni del Lago di Costanza. Per i bambini sotto i 6 anni questi servizi sono sempre gratuiti. La Bodensee Card<sup>PLUS</sup> rappresenta un biglietto per oltre 160 esperienze e permette di viaggiare gratuitamente su battelli di linea e usufruire di sconti riservati esclusivamente ai titolari della Bodensee Card<sup>PLUS</sup>. Tale carta è disponibile in diverse opzioni, per 3 o 7 giorni selezionabili individualmente. Quando si accede ad un'attrazione o si prende un traghetto, la Bodensee Card<sup>PLUS</sup> viene scansionata, e da quel momento la giornata si considera iniziata. Nello stesso giorno si può utilizzare la carta per tutte le esperienze desiderate.
- Bodensee Ticket è un biglietto destinato ai singoli, alle coppie adulte e piccoli gruppi (da 1 a 2 adulti e da 0 a 4 bambini, i quali non necessitano di essere legati gli uni agli altri con da rapporto di parentela). Tale biglietto garantisce a questi di poter usare i treni e altri mezzi di trasporto a prezzi vantaggiosi. Sono riconosciute le tessere sconto per i trasporti pubblici nazionali. Per i bambini dai 6 ai 15 anni è rilasciata a prezzo ridotto, mentre è gratuita per i bambini sotto i 6 anni. Esistono però delle differenze in alcune aree per diversi tipi di servizio. Ad esempio, per quanto riguarda il treno, in Svizzera e Austria, il Bodensee Ticket è valido su tutte le tratte, in Germania è utilizzabile solo sulle tratte brevi, sono escluse invece quelle a lunga percorrenza.

<sup>26</sup> Bodenseekreis, [www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/](http://www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/) (accesso 07/06/2021)

**Obiettivo del progetto:** l'IBK è nata con l'obiettivo di mantenere e promuovere la regione del Lago di Costanza come uno spazio vitale, naturale, culturale ed economico attraente e di rafforzare la solidarietà regionale. Attraverso il coordinamento politico e i progetti comuni, l'IBK fornisce un contributo sostenibile al superamento dei confini nella regione. La missione di IBK per l'area del Lago di Costanza costituisce la base della cooperazione. L'IBK si inserisce all'interno di INTERREG Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein, un programma regionale dell'Unione europea (UE) per promuovere la cooperazione transfrontaliera, ed è fatto su misura per la regione nella zona di confine tra il Lago di Costanza e il Reno. Descrive le condizioni strutturali e socio-economiche dell'area, determina obiettivi e strategie, regola l'attuazione del programma e definisce priorità e campi di azione per il periodo di finanziamento.

**Finanziamento:** la Bodensee Card è reperibile online o nei 100 negozi situati attorno al Lago di Costanza, i cosiddetti: "punti vendita Bodensee CardPLUS Summer". Essendo un "progetto di solidarietà", questo servizio è stato introdotto dalla società IBT GmbH che finanzia la vendita delle carte, non è quindi, al contrario di molti esempi trattati, finanziata da INTERREG, ma si tratta di un progetto che si auto sostiene attraverso i ricavi generati. Allo stesso tempo, i partner rinunciano ad una parte del ricavato offrendo sconti e vantaggi economici sul costo di accesso al servizio. Il Bodensee Ticket invece è acquistabile nelle stazioni dei treni, autobus della Svizzera e Austria, mentre in Germania lo si può trovare anche negli uffici turistici e negli hotel.

### 3.1.3 CARTE VANTAGGI REGIONALI O NAZIONALI PER FAMIGLIE CON FIGLI

#### 3.1.3.1 E-CHILDREN'S CARD, MUDRICA (CROAZIA)

**Finanziamento:** la Croazia ha sviluppato una rete innovativa completamente digitalizzata per gestire il settore sanitario nazionale. Parallelamente a questo, è stato deciso di introdurre anche una serie di servizi, tra cui l'e-Children's Card Mudrica come misura di prenatalità che, attraverso un sistema di sconti e agevolazioni per gli utenti con figli, indipendentemente dal loro reddito, consente un accesso più favorevole a beni e servizi per il miglioramento dello standard familiare.

È stata coinvolta una società esterna (APIS IT d.o.o.) per condurre lo sviluppo e l'implementazione del sistema informativo e-Children's Card Mudrica (firmato l'accordo legale tra APIS IT doo e l'Ufficio Centrale dello stato per la Demografia e la Gioventù a seguito di un appalto pubblico). Il servizio e-Citizen è un'infrastruttura di governance che fornisce, tra gli altri servizi, una banca dati necessaria per la carta e-Children Mudrica che tiene conto anche della normativa GDPR (regolamento UE sulla protezione dei dati personali). I potenziali utenti sono indirizzati al servizio e-Citizen che è il primo passo nella richiesta della e-Children's Card Mudrica (verifica automatizzata in background se il potenziale utente soddisfa i criteri per la richiesta della carta e-Children Mudrica che sono l'aver la cittadinanza della Repubblica della Croazia, essere genitori, tutori terzi o genitori affidatari di figlio/i fino a 18 anni).

L'Ufficio statale Centrale per la Demografia e la Gioventù sta progettando di aggiornare ed espandere l'app mobile "Mudrica" (che è al momento in fase di appalto) perché, ha un ampio margine di sviluppo, progresso e inserimento di nuovi servizi per gli utenti e i fornitori.

Per verificare se l'utente (potenziale) soddisfa le condizioni per la possibilità di utilizzare la carta elettronica per bambini "Mudrica", l'Ufficio Centrale dello stato per la Demografia e la Gioventù tratta le seguenti categorie di dati personali:

- dati identificativi di base: nome, cognome, PIN (Personal Identification Number)
- dati sulla cittadinanza.

Per determinare a quale minore si è imparentati e avere la possibilità di utilizzare la e-Children's Card Mudrica, vengono invece trattati i dati del minore relativi a:

- dati identificativi di base: nome, cognome, PIN (Personal Identification Number)
- data di nascita, informazioni sul fatto che il bambino sia nato vivo.

Il progetto è stato designato senza scadenza con l'obiettivo di diventare strutturale all'interno del sistema di servizi statali con una previsione di utenti registrati a fine 2021 di 25.000, in quanto nelle sole prime 24 ore dalla sua circolazione, 389 soggetti si sono registrati<sup>27</sup>. Il 23 giugno 2021, l'e- Children's Card Mudrica ha raggiunto oltre 9.050 utenti (iscrizioni), numero ritenuto dagli amministratori lodevole considerando che è stata rilasciata il 21 dicembre 2020 e la situazione pandemica ha rivisto le stime predette.

Il nome dell'iniziativa ha volutamente messo in primo piano i figli, questo perché il messaggio che il governo centrale vuole condividere è che una carta per bambini aiuta i genitori e tale carta è un simbolo del consenso sociale sul rinnovamento demografico e per la promozione delle famiglie con più figli.

**Promozione:** le attività di sviluppo e promozione dell'e-Children's Card Mudrica sono condotte attraverso la pagina Facebook, il sito web specializzato (in cui sono spiegate tutte le informazioni necessarie sia per registrarsi, che per diventare partner), i partner (attraverso le loro pagine web e i loro social media) e le campagne nazionali promosse su piattaforme digitali (social network, di cui una interamente condotta a fine dicembre 2020 e all'inizio di gennaio 2021, e media digitali). Se combinati, i siti e le pagine di promozione online permettono una portata di 1500 utenti per pubblicazione (cifra in continuo aumento).

La seconda campagna è invece in corso e include spot su autobus, tram, cartelloni pubblicitari in tutta la Croazia. Inoltre, l'Ufficio Statale Centrale per la Demografia e la Gioventù sta progettando di includere spot televisivi, conferenze, e altri eventi pubblici con i partner per promuovere la e- Children's Card Mudrica.

**Governance:** la gestione del servizio è svolta dall'Ufficio Statale Centrale per la Demografia e la Gioventù con sede a Zagabria, il quale si ramifica in una serie di altri sotto uffici e quello che ha il compito di curare, gestire e organizzare il progetto e-Children's Card Mudrica (app mobile gratuita) è il Dipartimento per il coordinamento delle politiche demografiche all'interno del settore dello sviluppo demografico, nonché servizio indipendente per programmi e progetti nel campo della demografia e della gioventù.

Lo sviluppo e l'implementazione del sistema informativo e-Children's Card Mudrica è stato condotto dall'11 settembre 2019 fino al 21 dicembre 2020, data del rilascio al pubblico. È importante riconoscere che l'idea iniziale e la gestione del progetto sono state condotte da funzionari statali dell'Ufficio Statale Centrale per la Demografia e la Gioventù che hanno collaborato con APIS IT d.o.o. e non ci sono stati altri consulenti stipendiati o assunti per questo progetto.

**Caratteristiche dell'applicazione:** nella prima fase, la e-Children's Card Mudrica è disponibile come applicazione mobile gratuita "Mudrica" attraverso la quale i genitori ricevono sconti, ed è collegata al sistema e-Citizens, che garantisce l'accuratezza e la sicurezza dei dati e contribuisce alla digitalizzazione odierna.

La Croazia, avendo il sistema sanitario e sociale completamente digitalizzato permette l'accesso alla e-Children's Card nel sistema "e-Citizens" selezionando semplicemente l'"e-service" nel menu "e-services disponibili", in questo modo le famiglie non hanno bisogno di recarsi agli sportelli, ma possono fare tutto online utilizzando il proprio device. Quindi, per usufruire dei vantaggi della e- Children's Card Mudrica, è necessario installare l'applicazione digitale "Mudrica" sul dispositivo mobile. L'app è destinata ai genitori e prevede vantaggi o sconti su beni o servizi con partner concordati.

---

<sup>27</sup> Central State Office for Demography and Youth, [www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902](http://www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902) (accesso 28/05/2021) <sup>28</sup> Central State Office for Demography and Youth, [www.e-djecjakartica.hr/](http://www.e-djecjakartica.hr/) (accesso 28/05/2021)



L'utilizzo è semplice e intuitivo. Una volta identificato il partner associato, gli utenti della e- Children's Card Mudrica mostrano lo schermo del loro smartphone che contiene i dati:

- nome e cognome;
- carta d'identità;
- data di scadenza (il figlio più piccolo compie 18 anni in quella data);
- categoria dell'utente (1, 2, 3+ a seconda del numero di bambini di età inferiore ai 18 anni, vedi sotto).

Quando l'utente preme il pulsante "acquista", l'applicazione mobile genera un codice a barre e i partner lo possono scansionare. Come misura di sicurezza, è stato disabilitato lo screenshot dello schermo per evitare eventuali contraffazioni. Gli amministratori stanno pianificando un aggiornamento dell'applicazione in modo tale che gli utenti possano utilizzare "Mudrica" anche nei negozi online dei partner. Gli sviluppatori dell'app e gli amministratori del e-Children's Card Mudrica stanno cercando di trovare la soluzione migliore da implementare affinché il servizio sia di facile utilizzo per gli utenti e per i partner.

**Servizi offerti:** il servizio riunisce una vasta gamma di partner pubblici e privati provenienti da settori culturali, economici, sanitari, educativi, sportivi e altri importanti per la famiglia, e rappresenta quindi una sorta di consenso sociale sul rinnovamento demografico per promuovere le famiglie con più bambini. La gamma di benefit e servizi forniti alle famiglie con bambini attraverso la e-Children's Card Mudrica oltre a migliorare lo standard familiare, contribuisce anche ad una migliore disposizione del tempo della famiglia nella vita quotidiana.

Gli sconti con la e-Children's Card Mudrica sono validi per tutti, aumentano con l'aumentare del numero di bambini in famiglia e sono suddivisi in tre categorie in base al dimensione del nucleo familiare:

- 1° categoria -> un bambino
- 2° categoria -> due bambini
- 3° categoria -> tre o più bambini.

**Gestione dei partner:** l'Ufficio statale centrale per la demografia e la gioventù offre ai partner il vantaggio di determinare autonomamente i loro sconti su prodotti o servizi. I partner sono tenuti a compilare il modulo che definisce i loro sconti e i dipendenti dell'Ufficio Statale importano tali dati nell'applicazione.

**Obiettivo del progetto:** attraverso la e-Children's Card Mudrica il governo croato mira a garantire una più facile e maggiore disponibilità di beni e servizi a tutte le famiglie. Inoltre questo progetto intende sensibilizzare le aziende pubbliche e private a comprendere le esigenze di questa fetta di popolazione e sostenerla reciprocamente e in modo solidale. Un punto importante stabilito dal governo croato è quello di incoraggiare e responsabilizzare le famiglie nell'educazione dei figli<sup>29</sup>.

**Finanziamento:** il governo croato è il finanziatore di tale innovativo progetto delegato all'Ufficio Centrale dello stato per la Demografia e la Gioventù, mentre la messa a disposizione di sconti e offerte è a carico dei partner fornitori. Il budget iniziale per lo sviluppo e l'implementazione del sistema informativo e-Children's Card Mudrica è stato di 1.597.000,00 kune croate (213.087,71 euro<sup>30</sup>) e per la manutenzione del sistema informativo 383.175,00 kune croate l'anno (51.127,04 euro<sup>31</sup>).

<sup>29</sup> Central State Office for Demography and Youth, [www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902](http://www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902) (accesso 28/05/2021) <sup>30</sup>Il Sole 24 ore, [www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh\\_ce=1](http://www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1) (accesso 30/06/2021) <sup>31</sup>Il Sole 24 ore, [www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh\\_ce=1](http://www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1)(accesso 30/06/2021)

### 3.1.3.2 NÖ FAMILIENPASS, BASSA AUSTRIA (AUSTRIA)

**Informazioni di base:** il Familienpass della Bassa Austria (NÖ Familienpass) rappresenta il più veterano degli esempi di carta famiglia in Austria. Ad oggi registra quasi quarant'anni di attività, ciò significa che le prime carte per famiglie austriache che offrono sconti per trascorrere del tempo con i propri figli risalgono agli anni 1980. Come spiegato precedentemente, al momento la partnership con la Slovacchia è inattiva, ma all'interno del territorio della Bassa Austria il NÖ Familienpass è perfettamente funzionante. Percorrendo la storia della carta famiglia della Bassa Austria, la si può dividere in tre fasi: la prima, in cui la carta è stata introdotta dalla regione della Bassa Austria per i propri cittadini; la seconda in cui grazie al progetto INTERREG AT-SK è stata creata la collaborazione con altri territori (anche fuori confine statale); ed infine la terza, in cui la transnazionalità si è interrotta e si è tornati alla situazione iniziale in cui la carta è destinata solamente alle famiglie con figli della Bassa Austria. Di conseguenza la diversità linguistica si è dovuta affrontare solamente nel periodo di cooperazione con la Slovacchia (e Repubblica Ceca in seguito). La popolazione della Bassa Austria è di 1.691.040 di cui il 17,5% ha un'età inferiore ai 18 anni<sup>32</sup>.

**Promozione:** le famiglie della Bassa Austria si possono tenere informate riguardo le attività e le novità connesse alla carta famiglia attraverso la pagina Facebook e Instagram che, al contrario di altri esempi visti e analizzati nel presente report, sono dedicati interamente al NÖ Familienpass. Dal lunedì al venerdì, una volta al giorno viene pubblicato un post su Facebook in cui vengono date informazioni relative ai nuovi partner, alle iniziative presenti, alle attività programmate per il weekend o per i mesi a seguire. La stessa cosa viene fatta su Instagram in cui grazie all'hashtag "#nöfamilienland" le famiglie possono condividere foto e contribuire a promuovere la carta famiglia sui social. Ovviamente, su entrambe le piattaforme, la lingua utilizzata è il tedesco. Un altro strumento di promozione è la newsletter che, se si decide di ricevere, deve essere richiesta attraverso una procedura online di dichiarazione disponibile sul sito web del NÖ Familienpass. In questo caso, 5-7 volte all'anno via e-mail vengono spedite informazioni su argomenti familiari, eventi e opportunità per attività ricreative nella Bassa Austria e per il NÖ Familienpass. Il consenso a ricevere la newsletter può essere revocato ogni volta che viene inviata la mail cliccando su "Cancella iscrizione alla newsletter"<sup>33</sup>.

**Governance:** il NÖ Familienpass è gestito dalla NÖ Familienland GmbH<sup>34</sup>, un centro di competenza per il lavoro familiare nella Bassa Austria aperto nel 2014, un anno dopo la sua fondazione avvenuta su iniziativa del consigliere provinciale per la famiglia. Le attività hanno lo scopo di sostenere le famiglie, le comunità e le istituzioni nel settore dell'assistenza all'infanzia, dello sviluppo, dell'educazione della salute dei bambini e dei giovani, della compatibilità tra famiglia e lavoro, dello sviluppo dei sostegni delle famiglie, dell'interazione delle generazioni e dello smantellamento delle barriere. Nella gestione delle attività c'è un gruppo di lavoro formato da un amministratore delegato, nove funzionari occupati nella compatibilità tra famiglia e lavoro, cinque nel servizio della famiglia, tre negli spazi di movimento e incontro, otto nella comunicazione e marketing e uno alla contabilità e controllo.

**Caratteristiche della carta:** la carta famiglia nella Bassa Austria permette a tutti i genitori con figli di ottenere sconti sulle attività del tempo libero. Gli sconti non si limitano ai genitori e ai nonni, ma si estendono anche agli zii, amici di famiglia e babysitter. È gratuita e offre sconti per le famiglie della regione della Bassa Austria e alle regioni austriache circostanti.

Il presupposto è che almeno un adulto o un bambino abbia la residenza nella Bassa Austria. Una volta emesso, il NÖ Familienpass è valido fino a quando il figlio (più giovane) raggiunge i 18 anni e può essere prolungato fino a quando viene percepito l'assegno familiare per un figlio.

**Servizi offerti:** i partner al momento sono circa 550 e per identificarli è sufficiente utilizzare la ricerca online disponibile sul sito o sull'app. La funzione "filtro" permette di suddividere per distretto, stato e industria. Inoltre, è

<sup>32</sup> Statcube, [www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825](http://www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825) (accesso 27/06/2021)

<sup>33</sup> NÖ FAMILIENLAND GMBH, [www.familienpass.at/](http://www.familienpass.at/) (accesso 10/06/2021) <sup>34</sup> NÖ FAMILIENLAND GMBH, [www.noefamilienland.at/](http://www.noefamilienland.at/) (accesso 10/06/2021)

anche possibile cercare gli extra adatti alle famiglie come ad esempio "sala giochi", "accessibilità". La pianificazione delle escursioni viene garantita con l'integrazione di Google Maps e la collaborazione con Outdooractive: una piattaforma digitale leader nella cartografia e percorsi outdoor diffusa in tutto il mondo. Le regioni limitrofe nelle quali è possibile trovare dei partner sono: Burgenland, Carinzia, Alta Austria, Salisburgo, Stiria, Tirolo e Vienna.

Un altro servizio del NÖ Familienpass è quello assicurativo, infatti, alle famiglie che possiedono la carta famiglia, viene concessa anche un'assicurazione contro gli infortuni ad un prezzo conveniente. L'assicurazione riguarda l'invalidità contro gli infortuni e le prestazioni ospedaliere. Ci sono diverse opzioni: quella "Standard", quella "Premium" e quella "ActivePlus" che offre a nonni, parenti e accompagnatori protezione in caso di invalidità permanente, spese di soccorso, medicinali e trattamenti e benefici per la salute.

Lo sconto presso i fornitori selezionati viene elargito a seguito della dimostrazione del NÖ Familienpass. La carta, rilasciata gratuitamente, consente anche al titolare di usufruire del programma ÖBB VORTEILScard<sup>35</sup>, una carta che permette di viaggiare in modo flessibile in tutta l'Austria dando la possibilità di ottenere sconti sull'acquisto dei biglietti dei treni e degli aerei.

### 3.1.3.3 OÖ FAMILIENKARTE, ALTA AUSTRIA (AUSTRIA)

**Informazioni di base:** la OÖ Familienkarte è una carta per sconti che viene concessa a tutte le famiglie dell'Alta Austria. La popolazione in questa regione è di 1.495.756 abitanti di cui il 18,2% ha età compresa tra gli 0 e i 17 anni<sup>36</sup>. Il totale delle famiglie è di 632.136 le quali hanno un numero medio di bambini di 1.67 di cui 135.067 bambini hanno un'età inferiore ai 15 anni<sup>37</sup>.

**Promozione:** la comunicazione avviene in tedesco, in quanto è solamente interna l'area di competenza della carta. In lingua locale è anche la promozione che avviene sul sito internet ufficiale della OÖ Familienkarte, nel quale ci sono tutte le informazioni della carta famiglia, comprese le sovvenzioni connesse ai sussidi familiari e alle politiche regionali sulla famiglia a cui vi si può accedere con la OÖ Familienkarte, nonché una sezione dedicata all'educazione genitoriale, e tutti i dettagli utili per le famiglie e i partner<sup>38</sup>. Per quanto riguarda la promozione sui social network invece, una pagina Facebook e una Instagram sono dedicate alla carta famiglia e notizie relative ad eventi e offerte sono prontamente pubblicate su tali piattaforme. Per i servizi digitali, anche un'app è stata realizzata. L'applicazione per la carta famiglia, oltre ad offrire le stesse opportunità della tessera cartacea, offre ai titolari di questa la possibilità di assicurarsi dei buoni di alcune aziende partner. Una volta aperta l'app della carta famiglia, è sufficiente vedere i tipi di voucher offerti e scegliere quello desiderato. Il voucher deve essere riscattato direttamente dall'azienda partner, attraverso un clic sul pulsante "Riscatta voucher". I buoni riscattati perdono la loro validità e non potranno essere disponibili per altre famiglie, di conseguenza se una famiglia, una volta confermato il buono, non lo volesse più utilizzare, lo può cancellare in modo tale che ridiventi disponibile per un'altra famiglia. In questo modo si spingono gli utenti a consultare l'app con costanza per verificare la presenza di voucher. Infine una newsletter viene mandata periodicamente agli utenti per tenerli informati riguardo eventi stagionali e offerte.

**Governance:** la gestione della carta è svolta da un team di impiegati dipendenti dal dipartimento della famiglia dell'assessorato alla Famiglia della provincia dell'Alta Austria. La squadra è composta da quindici funzionari che occupano rispettivamente diversi ruoli: promozione delle organizzazioni familiari, segreteria, invio opuscoli informativi, sostegno alla famiglia (bonus, eventi scolastici, indennità multipla), pubblicazione della rivista di famiglia dell'Alta Austria, concorsi ed eventi, emissione e cambio della carta famiglia Alta Austria, gestione del sito web, newsletter digitale, report online, sostegno alla famiglia, educazione dei genitori.

<sup>35</sup> Der NÖ Familienpass - Land Niederösterreich, [www.noef.gv.at/noef/Familien/Familienpass.html](http://www.noef.gv.at/noef/Familien/Familienpass.html) (accesso 10/06/2021) <sup>36</sup> Statistik Austria, [www.statistik.at/web\\_de/nomenu/suchergebnisse/index.html](http://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html) (accesso 13/05/2021) <sup>37</sup> Land Oberösterreich, [www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm](http://www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm) (accesso 13/05/2021) <sup>38</sup> OÖ Familienkarte, [www.familienkarte.at/de/familienkarte.html](http://www.familienkarte.at/de/familienkarte.html) (accesso 18/06/2021)

**Caratteristiche della carta:** la carta è rilasciata alle famiglie che hanno un figlio di età inferiore ai 19 anni (o superiore se percepisce assegni familiari). Con queste condizioni le famiglie ricevono gratuitamente la carta famiglia dell'Alta Austria previa richiesta, ovvero compilando i moduli disponibili presso l'Ufficio dell'Alta Austria o sul portale online della regione.

Per i cittadini stranieri (ad eccezione dei cittadini di uno stato membro dell'UE) deve essere allegata la prova di un permesso di soggiorno (permesso di residenza valido o decisione di asilo). I genitori che vivono separatamente dai loro figli possono richiedere una carta famiglia se c'è un certificato di divorzio o un contratto di mantenimento che dimostra che il richiedente e il figlio/i risiedono in Alta Austria. È onere del richiedente notificare immediatamente al dipartimento della famiglia qualsiasi modifica dei requisiti per l'ottenimento della carta famiglia dell'Alta Austria. Il processo di candidatura è molto semplice, una volta compilato e firmato il modulo, questo va presentato all'autorità locale responsabile o all'autorità municipale per la conferma delle informazioni. Il comune poi, inoltra la domanda al dipartimento della famiglia dello stato dell'Alta Austria. La carta verrà inviata al richiedente circa 3-4 settimane dopo la domanda, e sarà valida fino al 19° anno di età del figlio minore, o fino al momento in cui un figlio non percepirà più gli assegni familiari.

**Servizi offerti:** i vantaggi della carta famiglia prevedono sconti presso varie aziende dell'Alta Austria nei settori del tempo libero, gastronomia e servizi che, come società partner, forniscono offerte su misura di famiglia (nella struttura dei prezzi e delle tariffe) nell'Alta Austria.

Importante è anche l'assicurazione contro gli infortuni per bambini e genitori che è gratuita con la carta famiglia<sup>39</sup>. Viene inoltre consegnata gratuitamente l'ultima edizione dell'Alta Austria Family Journal, che contiene interessanti informazioni e novità per la famiglia, nonché l'elenco aggiornato delle aziende partner e le loro offerte speciali; garantito il servizio online con un account genitoriale digitale; inviata la partecipazione gratuita agli eventi organizzati dal dipartimento della famiglia dello stato dell'Alta Austria; garantite informazioni continue su tutte le innovazioni e i cambiamenti nelle misure di sostegno a misura di famiglia e nelle campagne orientate alla famiglia nello stato dell'Alta Austria, assicurati viaggi più economici sia in autobus che in treno grazie alla partnership con l'Associazione dei trasporti dell'Alta Austria e con la WESTbahn, sia la possibilità di rifornimento di carburante ad un prezzo più economico presso le stazioni di rifornimento Tower Oil e Doppler BP.

Anche i nonni, possono godere degli sconti concessi alle famiglie tramite la OÖ Familienkarte se esibiscono la carta famiglia dell'Alta Austria (dei genitori) su cui sono iscritti i nipoti presso gli enti identificati con il logo "nonnanonno". Di conseguenza non è prevista una carta separata per i nonni. Anche la carta famiglia digitale (tramite app) è un servizio offerto ai nonni, i quali possono attivare l'app digitale sul proprio smartphone.

Con la carta famiglia dell'Alta Austria è possibile viaggiare a basso costo in treno e autobus. I genitori che viaggiano con uno o più figli ricevono un biglietto di sola andata o giornaliero a tariffa ridotta sui trasporti regionali. Tutti i bambini fino a 15 anni viaggiano gratuitamente se il genitore ha acquistato un biglietto (singolo o giornaliero). Per i figli con età superiore ai 15 anni si applica la tariffa ridotta. Tale regolamento viene garantito anche ai nonni.

**Obiettivo del progetto:** l'impegno con cui l'Alta Austria gestisce questo servizio ha l'obiettivo di ridurre al minimo l'onere finanziario delle famiglie e creare le condizioni necessarie affinché i giovani possano decidere di creare una famiglia. È quindi una delle massime priorità della politica regionale quella di rafforzare le famiglie e promuoverle.

### 3.1.3.4 RODINNĚ PASY, MORAVIA MERIDIONALE (REPUBBLICA CECA)

**Informazioni di base:** il progetto di collaborazione tra Austria e Slovacchia si era esteso anche alla regione di Vysocina e Moravia meridionale, per poi inserirsi anche in quello di Olomouc, di Pardubice, di Ústí, della Boemia meridionale, di Hradec Králové e di Kromeríž (Repubblica Ceca). Anche in questo caso, l'interruzione della

<sup>39</sup> OÖ Familienkarte, [www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html](http://www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html) (accesso 13/05/2021)

cooperazione non ha fermato l'utilizzo e lo sviluppo delle carte famiglie nei singoli territori. Ad oggi le carte famiglia sono un'attività delle singole regioni della Repubblica Ceca, le quali continuano a fornire servizi all'interno dei propri confini regionali. Nello specifico, in Repubblica Ceca sono nove su quattordici le regioni che hanno una propria carta sconti per famiglie (Rodinnè Pasy in ceco) e sono: la regione di Ústí, della Boemia meridionale, della Boemia centrale, di Hradec Králové, Kromeríž, di Pardubický, della Moravia-Slesia, della Moravia meridionale e quella degli Altopiani. I residenti nelle altre cinque regioni ceche non possono ottenere la carta, e di conseguenza gli sconti, in quanto le amministrazioni regionali non hanno aderito all'iniziativa<sup>40</sup>. I dati riportati riguardano la carta sconti per famiglie presente nella Moravia meridionale, in quanto ogni regione ceca si amministra la propria carta, seppur mantenendo la reciprocità degli sconti offerti.

Il numero di famiglie iscritte al Rodinnè Pasy della Moravia meridionale sono 80.000 e più di 800 sono i partner aderenti<sup>41</sup>.

**Promozione:** la Moravia meridionale ha predisposto un sito web dedicato alla carta famiglia in cui presenta le informazioni e descrive le offerte. Ogni soggetto coinvolto (famiglie e partner) ha la propria sezione con i chiarimenti necessari. Anche una pagina Facebook dedicata alla carta famiglia pubblica periodicamente notizie relative alle novità (nuovi partner, eventi, concorsi). In più, un'app digitale è stata introdotta per offrire la possibilità di trasferire la carta vantaggi su smartphone e utilizzarla così in modo digitale. Infatti, una volta scaricata l'app sul proprio dispositivo, è necessario inserire il codice della carta famiglia in modo tale da associarlo ad essa ed avere il riconoscimento del servizio.

Viene redatto ogni sei mesi anche un catalogo (formato pdf e cartaceo) in cui sono elencati tutti i partner con i relativi sconti e i concorsi a premi promossi dalla regione. Inoltre, sempre due volte l'anno viene pubblicata anche una rivista in cui vengono inseriti articoli informativi su argomenti di interesse sociale e familiare con l'aggiunta di una sezione dedicata ai bambini in cui ci sono giochi, indovinelli, filastrocche e attività ludiche.

**Governance:** la governance, è composta dalla consigliera per le Politiche Sociali e Familiari della regione della Moravia meridionale che è la responsabile del Rodinnè Pasy, la quale collabora con una società esterna (la Vertigo. cz) che fornisce il servizio di pubblicità e produzione grafica (sia per il sito web che per l'app) e Rodinnà Politika che si occupa della politica familiare in Moravia meridionale.

**Caratteristiche della carta:** la partecipazione e la richiesta del Rodinnè Pasy è gratuita per le famiglie. La condizione fondamentale è la residenza permanente in Moravia meridionale e almeno un figlio di età inferiore ai 18 anni. La registrazione avviene a seguito della compilazione di un format online in cui vengono richiesti semplicemente i dati anagrafici dei genitori, dei figli, un recapito telefonico e un indirizzo e-mail. Dopo 4-6 settimane la carta viene spedita all'indirizzo di residenza indicato. Ogni famiglia può ricevere al massimo due carte.

All'interno della Repubblica Ceca, la carta Rodinnè Pasy può essere utilizzata indipendentemente dalla regione in cui è stata emessa (a patto che la si usi in una delle nove regioni che hanno una carta famiglia e quindi dei partner aderenti). Le carte sono riconoscibili a vicenda. Il principio generale è che gli sconti non si sommano. Per godere dei vantaggi riguardanti le attività del tempo libero è necessaria la presenza del titolare della tessera con almeno un figlio (riportato sulla tessera). Per acquisti regolari è sufficiente solo il titolare della carta.

**Servizi offerti:** i titolari della tessera Rodinnè Pasy possono usufruire di sconti nell'area della cultura, degli sport, degli acquisti (abbigliamento, elettronica, articoli sportivi ecc.), servizi (ristoranti, alloggi, vacanze ecc.) e altre attività ricreative.

**Gestione dei partner:** molto spesso i fornitori sono organizzazioni pubbliche della regione, dei comuni e delle

---

<sup>40</sup> Rodinné pasy, [www.rodinnepasy.cz/](http://www.rodinnepasy.cz/) (accesso 08/06/2021) <sup>41</sup> Rodinné pasy, [www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/](http://www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/) (accesso 08/06/2021)

città: musei, piscine, teatri, monumenti, terme, campi sportivi ed eventi culturali. I fornitori di sconti coinvolti nel progetto sono contrassegnati con un particolare adesivo introdotto appositamente per questa iniziativa. Gli enti associati sono organizzazioni pubbliche e soggetti privati.

**Obiettivo del progetto:** l'obiettivo sotteso all'introduzione della carta per famiglie è quello di alleviare i bilanci familiari nello shopping e nel tempo libero.

**Finanziamento:** questa carta non è solamente una carta sconto, ma funge anche da punto di informazione grazie ai social Network (Facebook) e alle newsletter, perché ogni giorno fornisce suggerimenti per eventi culturali, attività sportive, viaggi ed eventi per bambini nella Moravia meridionale (e non solo), ed è finanziata dalla regione stessa.

### 3.1.3.5 RODINNÝ PAS, BRATISLAVA (SLOVACCHIA)

**Informazioni di base:** il Rodinný Pas, che si inserisce nel contesto transfrontaliero del sistema di passaporti familiari (FamilyNet) introdotto nel 2012 e concluso nel 2014, continua all'interno della regione di Bratislava (Slovacchia) a offrire il servizio alle famiglie associate, mentre (come già detto) è cessato il rapporto di reciprocità con gli altri territori della Bassa Austria e del Burgenland. La popolazione della regione di Bratislava al 31 dicembre 2019 era di 669.592 e rappresentava il 12,3% della popolazione totale della Slovacchia con un tasso di natalità positivo del 12,3% (dati del 2020)<sup>42</sup>, nella regione di Bratislava, più di 6.048 famiglie sono registrate con il Rodinný Pas <sup>43</sup>. Sebbene l'accordo transfrontaliero sia cessato, il numero di emissioni della carta famiglia non si è interrotto, anzi, nel 2019 si è registrata una media di 100 iscritti al mese, mentre questa tendenza è diminuita drasticamente nel 2020 a causa della pandemia da Covid-19.

**Diversità linguistica:** essendo stato interrotto il rapporto di reciprocità oltre confine, anche la difficoltà linguistica non risulta essere più un ostacolo alla comunicazione (interna ed esterna). Infatti, le informazioni vengono rilasciate in slovacco, in quanto lingua nazionale.

**Promozione:** è stato investito un budget per inserire una pubblicità a pagamento su Facebook per promuovere la carta famiglia e indire vari concorsi che, oltre a riscuotere molto successo tra le famiglie, fungono anche da veicolo di coinvolgimento delle persone in generale. Un altro canale pubblicitario utilizzato dalla regione di Bratislava, è quello del sito web ufficiale regionale, con il quale è stata concordata una visibilità regolare che riesce a raggiungere un pubblico molto ampio con l'obiettivo di reclutare nuovi utenti. Infine, i titolari del Rodinný Pas, mensilmente ricevono la newsletter in cui sono presentati tutti gli eventi in programma e le novità del momento, comprensive degli sconti, delle offerte e dei concorsi attivi.

**Governance:** la governance del progetto attualmente è interamente localizzata e gestita dalla regione di Bratislava, precisamente dallo Slovak House of Centrope<sup>44</sup>, un'organizzazione che dal 2016 si occupa di amministrare il Rodinný Pas e che tutte le decisioni importanti siano approvate dalla regione.

Il focus delle attività sono lo sviluppo regionale, culturale e turistico interconnessi con progetti europei di carattere transnazionale e culturale.

Nello specifico, il team che gestisce la carta famiglia è composto da tre dipendenti, dei quali uno si dedica alla promozione (testi, informazioni, aggiornamenti), all'acquisizione di nuovi fornitori (e conclusione di contratti), alla spedizione delle carte famiglia agli utenti, alla comunicazione con le persone e creazione e valutazione dei concorsi. Un altro funzionario con mansioni di editor si occupa della preparazione dei testi, ricerca degli eventi, video maker, notizie quotidiane e newsletter. Il ruolo di controllo e gestione del lavoro è affidato invece al senior manager.

---

<sup>42</sup> DATAcube, [www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_DEM/om7001rr/v\\_om7001rr\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk) (accesso 28/05/2021) <sup>43</sup> Trnavský kraj, [www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_DEM/om7001rr/v\\_om7001rr\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk) (accesso 28/05/2021) <sup>44</sup> House of Centrope, [www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/](http://www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/) (accesso 28/05/2021)

**Caratteristiche della carta:** nella regione di Bratislava le caratteristiche tecniche della carta sono rimaste invariate, di conseguenza il Rodinný Pas viene rilasciato alle famiglie (anche partner non sposati, single, persone che si occupano di bambini) con figli di età inferiore ai 18 anni e residenza permanente nella regione in questione. La registrazione e la carta sono gratuite e tutti i costi associati all'emissione delle stesse sono pagati dalla regione autonoma di Bratislava.

Per usufruire dello sconto è necessario presentare la tessera prima del pagamento. La rete di sconti è molto ampia e riguarda i settori della cultura, dello sport, del turismo, della ricreazione, dello shopping e di altri servizi. Tali vantaggi vanno dal 7-20% per gli enti privati e fino al 50% per le organizzazioni pubbliche<sup>45</sup>.

L'aggiornamento delle offerte avviene ogni mese tramite invio di una newsletter con una chiara descrizione degli eventi del mese, consigli per trascorrere il tempo libero e informazioni sugli sconti da sfruttare.

L'aumento del numero di famiglie iscritte ha ampliato l'opportunità di aumentare i potenziali clienti delle aziende, le quali hanno ottenuto un'importante visibilità sulla homepage del progetto, un aumento della consapevolezza dei loro prodotti o servizi attraverso la newsletter, una pubblicazione dei contributi promozionali sul profilo attivo di Facebook delle carte per famiglie, una promozione del prodotto o servizio sotto forma di concorsi organizzati e un'opportunità di promuovere gratuitamente i servizi, prodotti, attività e corsi.

**Obiettivo del progetto:** il focus è sui servizi nella regione di Bratislava forniti per i bambini, ma un nuovo percorso dedicato agli anziani è stato strutturato nell'ultimo anno. Di conseguenza ora il team è impegnato nella ricerca di partner che potrebbero essere interessanti per questa categoria, come ad esempio cliniche mediche o attrezzature dentali. Questa nuova sfida ha fatto sì che si accantonasse per il momento l'idea di una nuova cooperazione transfrontaliera, in quanto l'impegno richiesto per l'apertura ad una nuova fetta di popolazione richiede l'impiego di tutte le risorse disponibili.

**Finanziamento:** il Rodinný Pas, se prima poteva usufruire di risorse finanziarie europee, grazie all'inserimento del programma INTERREG AT-SK, ora non essendoci più nessuna collaborazione manca anche il sostegno economico. Tuttavia, è la regione di Bratislava che finanzia ormai da più di sei anni il progetto delle carte famiglia nella regione.

### 3.1.3.6 VORARLBERGER FAMILIENPASS, VORARLBERG (AUSTRIA)

**Informazioni di base:** il presente esempio di carta famiglia ha un'estensione diversa rispetto ai casi visti in precedenza. Il territorio interessato da questo progetto è limitato allo stato federato del Vorarlberg in Austria. Il contesto di riferimento è quindi ridimensionato e meno complesso rispetto ad una carta transfrontaliera, tuttavia la strutturazione del servizio offerto sotto forma di carta vantaggi per le famiglie, presenta delle peculiarità importanti ed efficaci al fine dello studio di fattibilità.

Il censimento del mese di ottobre del 2020 ha registrato una popolazione di poco meno di 400.000 abitanti nello stato federato del Vorarlberg e di questi 44.000 sono famiglie con figli di età fino ai 18 anni. Su un totale di 44.000 famiglie ben l'80% possiede il Vorarlberger Familienpass.

**Diversità linguistica:** in questo caso trattandosi di un'iniziativa interna ad un territorio amministrativo, non ci sono problematiche connesse alla diversità linguistica, difatti il sito internet è pubblicato in lingua tedesca e, a differenza dei casi visti in precedenza, il Vorarlberg ha strutturato un'app anch'essa con settaggio in tedesco o in inglese.

**Promozione:** la promozione di questa iniziativa avviene innanzitutto sul sito istituzionale del Vorarlberg, dove in una pagina dedicata al Familienpass vengono date tutte le informazioni e spiegati i passaggi per effettuare la

---

<sup>45</sup> Rodinný Pas, [www.rodinne-pasy.sk/](http://www.rodinne-pasy.sk/) (accesso 11/06/2021)

richiesta online della carta. In più, una sezione con le FAQ permette di dare risposta a quelle domande che risultano essere più frequenti. Anche in questo caso una pagina sui social media Facebook e Instagram e un canale YouTube sono stati creati per informare tutti i cittadini sulle novità e iniziative promosse all'interno della regione, senza alcun focus specifico per il Familienpass. Dedicato esclusivamente al Vorarlberger Familienpass è invece un'app in cui i possessori della carta famiglia possono consultare i partner e i relativi sconti e vantaggi. Anche una newsletter viene inviata periodicamente ai possessori della carta famiglia<sup>46</sup>.

**Governance:** il Vorarlberger Familienpass è gestito da un'associazione che opera grazie a un sussidio proveniente dal governo locale. Ogni nuova funzione però, come la progettazione o il marketing, è strettamente coordinata con il governo locale e nello specifico con il dipartimento della famiglia e della gioventù.

**Caratteristiche della carta:** l'ottenimento della tessera avviene previa richiesta presso le autorità locali o compilando il modulo online presente sul sito istituzionale del Vorarlberg (in questo secondo caso la tessera viene spedita a casa tramite posta). In seguito alla richiesta, la tessera viene spedita automaticamente ogni anno fino a quando i figli non avranno compiuto 18 anni. Lo smarrimento/danneggiamento della carta o nel caso di variazioni nei dati (es. trasloco o nascita di altri figli), permetterà di ritirare una nuova carta per famiglia presso l'autorità locale.

L'app invece può essere scaricata gratuitamente e permette di usare la carta famiglia digitale in aggiunta o in sostituzione a quella in formato cartaceo. Tutte le attuali offerte e promozioni, sconti, concorsi e orari di apertura sono facilmente reperibili nell'app accedendovi tramite codice di accesso concesso dall'autorità locale di appartenenza.

La carta funziona all'interno del territorio austriaco del Vorarlberg, tuttavia ci sono alcuni partner in Germania e in Svizzera che hanno deciso di aderire all'iniziativa e offrire sconti e vantaggi alle famiglie con figli che presentano il Vorarlberger Familienpass. Si tratta di sconti applicati a gite di un giorno per le famiglie dello stato federato austriaco, i partner esteri sono stati scelti direttamente dalle famiglie del Vorarlberg le quali hanno espressamente richiesto ai gestori del servizio Familienpass di negoziare sconti con determinati soggetti. In questo caso però il servizio non è reciproco in quanto nei paesi esteri in cui sono stati stipulati questi accordi (Germania e Svizzera) non ci sono delle carte che ne permettono la corrispondenza biunivoca.

**Servizi offerti:** gli sconti riguardano attività nei settori del tempo libero, dello sport, della cultura, dell'educazione dei genitori e dei trasporti pubblici, ma anche eventi e particolari manifestazioni. Nel trasporto pubblico, ad esempio, un genitore paga la tariffa intera e i figli registrati sul Familienpass viaggiano gratuitamente su autobus e treni nel Vorarlberg.

Questo servizio si estende anche ai nonni. Se i nonni viaggiano con almeno un nipote non assistito, i bambini iscritti con il Vorarlberger Familienpass e un secondo nonno viaggiano gratis. Il prerequisito è che un nonno abbia acquistato un biglietto valido. La carta famiglia può essere scaricata anche sullo smartphone dei nonni ed è quindi automaticamente inclusa nelle offerte.

**Gestione dei partner:** nel Vorarlberg i partner sono più di 200, alcuni situati anche in Germania e in Svizzera. I partner non ricevono alcun compenso, viene però garantita loro la pubblicità del prodotto durante gli eventi, sulla rivista "Familienpass" (pubblicata 6-8 volte l'anno) e sulla rispettiva app.

**Obiettivo del progetto:** lo scopo è quello di sollevare finanziariamente le famiglie, attirare l'attenzione sulle attività per il tempo libero nel Vorarlberg e rafforzare l'esperienza della comunità nelle famiglie rendendo attrattivo il trasporto pubblico.

---

<sup>46</sup> Vorarlberger Familienpass, [www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass](http://www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass) (accesso 05/06/2021)



**Finanziamento:** come detto precedentemente è il governo locale che finanzia il progetto del Familienpass nel Vorarlberg, e lo fa predisponendo un budget periodico per le attività e la gestione dello stesso.

## 3.2 BEST PRACTICE

Come anticipato nel paragrafo 1.3 “Metodologia della ricerca”, a seguito dello studio e dell’analisi degli undici casi reali che sono stati presi in considerazione per lo studio di fattibilità, si è proceduto alla definizione, identificazione e approfondimento delle best practice.

Nello specifico, tre sono le caratteristiche chiave ritenute fondamentali e indispensabili per raggiungere gli obiettivi dello studio di fattibilità progettato dall’Euregio. A seguito dell’analisi di questi aspetti, verranno studiate anche le caratteristiche tecniche strutturali/gestionali ritenute migliori ai fini del raggiungimento dello scopo preposto, alle quali è stato dedicato un sotto capitolo.

Le best practice in questione si riconducono a: “servizi alle famiglie”, “digitalizzazione”, “aspetto transfrontaliero”, nonché come accennato sopra, “aspetti tecnici strutturali/gestionali”.

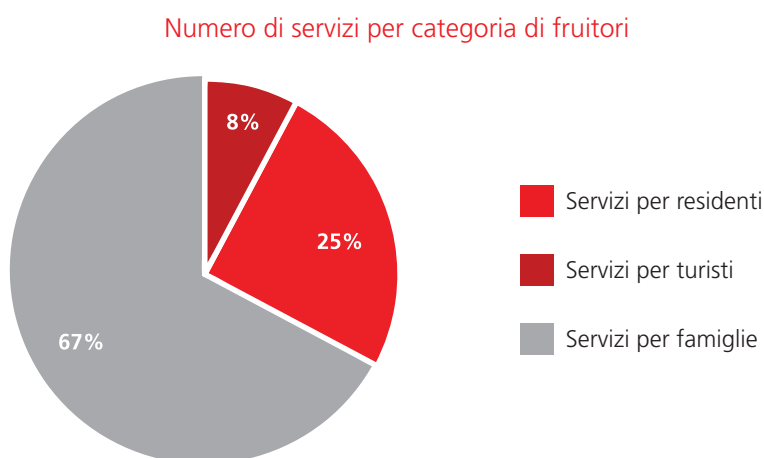
Nel primo caso sono stati approfonditi i settori coinvolti nelle offerte, gli eventi di coinvolgimento e la rilevanza dei servizi offerti. Per quanto riguarda la digitalizzazione, sono stati analizzati gli strumenti digitali adottati, la loro implementazione, il loro utilizzo, la gestione, il funzionamento e la diffusione. La terza best practice ha permesso di concentrarsi sulle modalità in cui viene gestito e rilevato il flusso migratorio delle famiglie tra i territori coinvolti. Infine, è stata presentata la parte più tecnica di approfondimento delle modalità di gestione dei vari servizi, aspetti amministrativi e burocratici connessi alle diverse amministrazioni dei progetti, siano essi carte o app.

### 3.2.1 SERVIZI PER LE FAMIGLIE

In tutti e undici gli esempi trattati nel presente studio di fattibilità, sono state riscontrate delle strategie di offerta di servizi che hanno coinvolto un ampio spettro di attori appartenenti sia al settore pubblico che privato. Non tutti i casi di studio affrontati però, hanno come destinatari le famiglie. In alcune situazioni, i vantaggi e le offerte sono disponibili a tutti i cittadini con residenza nel territorio in questione. Questo è il caso della cooperazione tra Tornio e Haparanda, di Chaves- Verín e di IBK in cui addirittura una carta è offerta ai turisti. In tutti gli altri casi, un requisito indispensabile per poter accedere al vantaggio offerto è la presenza di uno o più figli di età inferiore ai 18 anni.

Come mostra il grafico nella figura numero 1, la gran parte dei risultati ottenuti provengono dall’analisi di realtà riguardanti carte o servizi digitali offerti alle famiglie con figli.

Figura n. 1, numero di servizi per categoria di fruitori<sup>47</sup>.

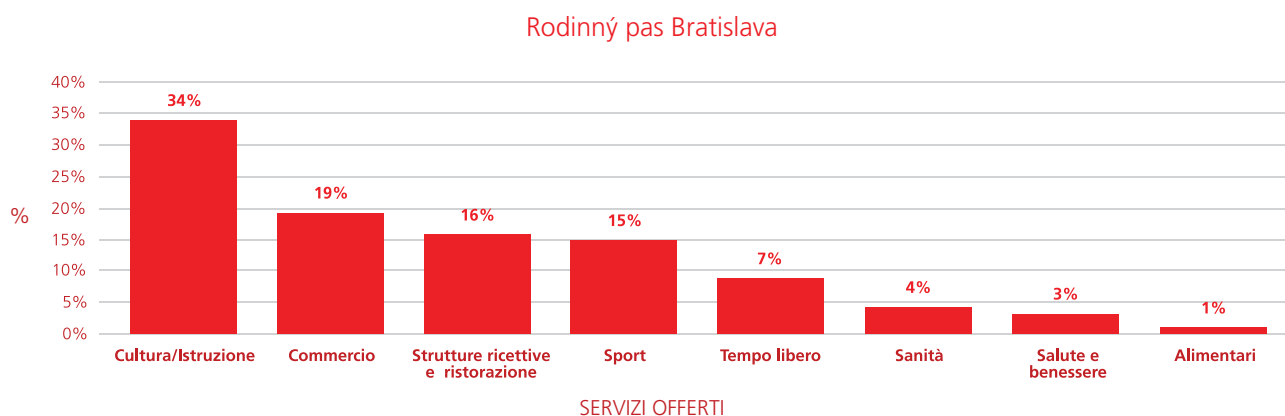


<sup>47</sup> EuregioFamilyPass, numero di servizi per categoria di fruitori, grafica Excel, 202

In molte delle realtà analizzate è stata riscontrata un'ampia gamma di servizi messi a disposizione degli utenti. Infatti, non c'è nessuna realtà che preveda il rilascio di promozioni o sconti riguardanti solamente un settore del mercato. È invece ben radicato nel sistema di scontistiche alle famiglie il coinvolgimento di un elevato numero di partner che rappresentano la più estesa riproduzione del mercato reale.

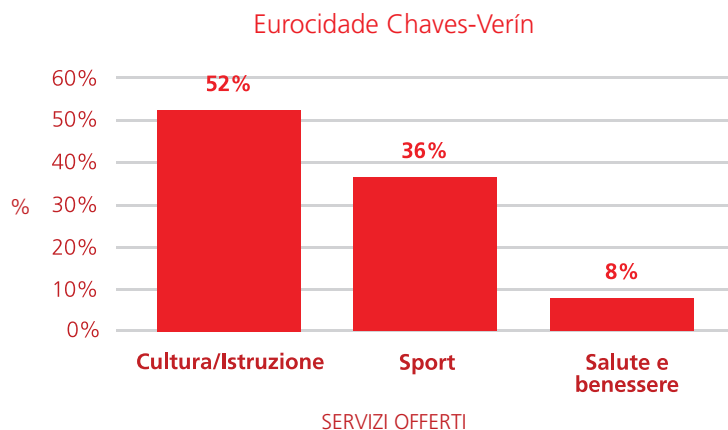
Un esempio che esprime al meglio tale varietà di servizi è il Rodinný Pas di Bratislava dove, sebbene il 56% dei partner sono riconducibili al settore "Cultura/Istruzione", "Sport e Tempo libero", il restante appartiene a quello "Alimentare", "Strutture ricettive e ristorazione", "Commercio", "Sanità", e "Salute benessere".

Figura n. 2, servizi offerti attraverso il Rodinný Pas nella regione di Bratislava<sup>48</sup>



Un altro interessante focus sul tipo di vantaggi, è quello dell'accordo tra le due municipalità Chaves e Verín. Trattandosi di una partnership comunale, i servizi offerti provengono solamente dagli enti pubblici che di conseguenza si riassumono in sconti e promozioni nel settore della "Cultura" (musei e mostre), e dell'"Istruzione", con cui gli utenti possono ottenere vantaggi economici sull'iscrizione a corsi di musica, di arte o di teatro; al settore dello "Sport" (riguardanti l'accesso a piscine o palestre pubbliche) ed infine a quello del "Salute e benessere" (con offerte nei centri termali).

Figura n. 3, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'Eurocidade Card Chaves-Verín<sup>49</sup>.

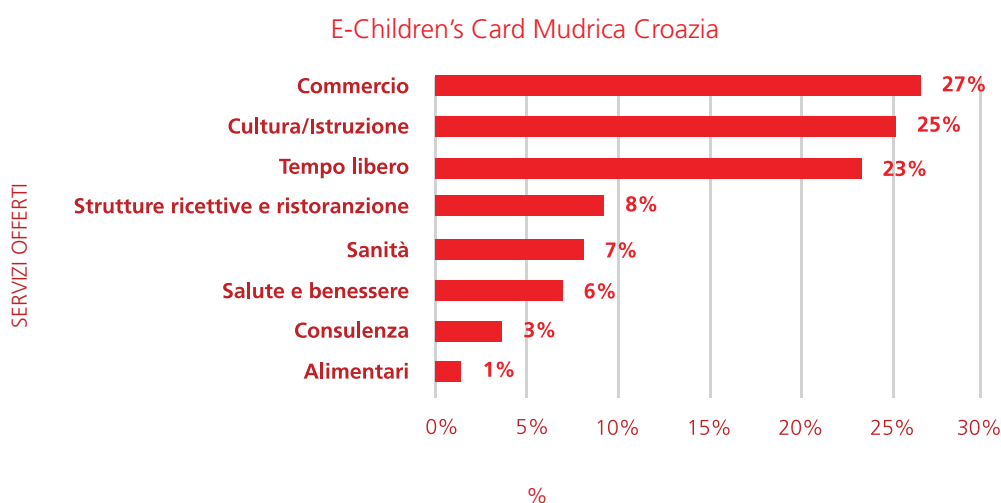


<sup>48</sup> EuregioFamilyPass, servizi offerti attraverso il Rodinný Pas nella regione di Bratislava, grafica Excel, 2021 <sup>49</sup> EuregioFamilyPass, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'Eurocidade Card Chaves-Verín, grafica Excel, 2021

Il settore della sanità, seppur in molti Stati viene gestito in maniera diversa, con una tendenza pubblica piuttosto che privata a seconda delle situazioni, registra sempre un discreto numero di partner e quattro casi su undici, offrono sconti e vantaggi. È l'esempio della Croazia, in cui quasi ben il 10% dei fornitori di sconti alle famiglie riguarda il settore sanitario. Nello specifico si fa riferimento a un policlinico di ginecologia che garantisce una percentuale di sconto dal 5% al 10% sulle visite, oppure un centro logopedagogico in cui le offerte vanno dal 5% al 15% sulle terapie.

Non è solamente il ruolo giocato dal settore sanitario ad aver attirato l'attenzione dello studio, ma uno degli aspetti che contraddistingue molti dei casi studiati è la preponderanza con cui il commercio rappresenta una parte importante e determinante del servizio. Il 73% ha partner privati appartenenti a tale settore e fornisce sconti alle famiglie con figli o ai residenti, scegliendo di loro spontanea volontà di rinunciare ad una parte del guadagno e aderire alle iniziative promosse. Ad esempio con la e-Children's Card Mudrica il settore più ricco di partner è proprio quello del commercio, come mostrato in figura sottostante.

Figura n. 4, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'E-Children's Card Mudrica Croazia<sup>50</sup>

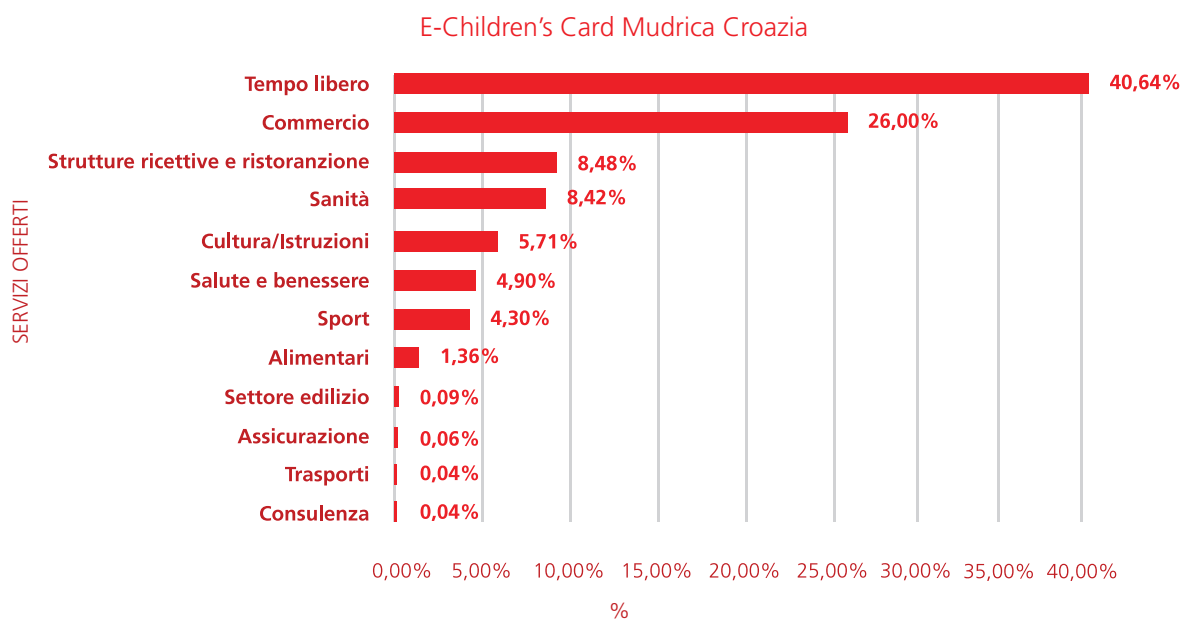


Era evidente che il commercio giocasse un ruolo importante all'interno della pianificazione delle carte famiglia, ma non con una così marcata persistenza, in quanto presuppone la rinuncia ad una parte di guadagno del singolo imprenditore. Inoltre, risulta evidente che, se la carta (o l'applicazione) rilasciata ha lo scopo di aiutare le famiglie con figli, un aiuto essenziale deve essere previsto a livello economico negli acquisti per diminuire l'aggravio che le famiglie devono affrontare.

In generale però, approfondendo l'analisi al numero di offerte e alla loro natura, si nota che la prevalenza di queste è connessa al tempo libero (40,64%) (che di conseguenza interessano anche il settore della ristorazione e ricettività) con cui mirano a valorizzare il tempo che le famiglie trascorrono assieme. Con la figura numero 5 si può avere un'idea della composizione generale delle offerte rilasciate. Scorrendo le voci della figura numero 5 vediamo che il trasporto ha un peso inferiore all'1%, questo perché il servizio in questione, sebbene molto importante, è estremamente complesso da integrare all'interno della carta famiglia, in quanto è solitamente un ente terzo che gestisce il trasporto pubblico (o appalti tra pubblico e privato), di conseguenza la carta famiglia non sempre garantisce la gratuità o il prezzo agevolato nel caso di fruizione. Da una prima analisi, le realtà che hanno una partnership con il trasporto sono il 55%, le quali però offrono un limitato numero di offerte.

<sup>50</sup> EuregioFamilyPass, percentuale di partner nei settori coinvolti nell'E-Children's Card Mudrica Croazia, grafica Excel, 2021

Figura n. 5, percentuale di offerte per settore di appartenenza<sup>51</sup>.



Nel caso dell'Alta Austria, l'Associazione dei trasporti della regione offre ad un genitore che viaggia con il proprio figlio/i sui trasporti regionali un biglietto di sola andata o giornaliero a tariffa ridotta. La tariffa ridotta si applica anche ai genitori che viaggiano da soli senza figli (se in possesso della OÖ Familienkarte) e tale offerta è estesa anche ai nonni. La carta famiglia OÖ e la ÖBB ÖSTERREICHcard (carta dei trasporti nell'Alta Austria) sono riconosciute come prova dell'autorizzazione.

Nella Bassa Austria invece esiste una collaborazione tra il NÖ Familienpass e la Westbahn (agenzia dei trasporti) che concede ai possessori della carta vantaggi per famiglie lo sconto del 5% sulle prenotazioni online (o tramite l'app) dei biglietti del treno. Lo sconto è rilasciato anche ai titolari della carta per famiglie che viaggiano da soli e in ogni caso i bambini fino a 15 anni viaggiano gratis.

Un'altra forma di cooperazione con il trasporto pubblico è garantita nel Vorarlberg per i possessori del Familienpass che acquistano un biglietto VVV per il trasporto su treni e autobus. In questo caso, il ticket è acquistabile direttamente nell'app della carta famiglia la quale emette il biglietto elettronico ed è concesso anche ai nonni.

Il caso della carta famiglia di Vaals-Aachen-Düren è interessante da presentare in quanto solamente la parte tedesca ha una cooperazione con l'Associazione dei trasporti di Aachen (AVV), la quale offre ad un prezzo vantaggioso il biglietto famiglia Regione Aachen con cui tutte le persone iscritte sulla carta famiglia possono utilizzare per un giorno tutti i mezzi di trasporto AVV (autobus e treni locali) nella regione di Aachen (o nel distretto di Düren). Questa decisione è stata presa perché i molti partner presenti nel catalogo della carta famiglia sono facilmente raggiungibili con i mezzi pubblici.

Nelle rispettive carte per famiglia della Bassa e Alta Austria, è presente tra i servizi anche quello assicurativo contro infortuni. La differenza è che nel primo caso, con il NÖ Familienpass si accede alla possibilità di stipulare un contratto di assicurazione ad un prezzo vantaggioso, nel secondo caso, con l'ottenimento della OÖ Familienkarte, l'assicurazione contro infortuni è gratuita e copre sia i bambini che i genitori.

<sup>51</sup> EuregioFamilyPass, percentuale di offerte per settore di appartenenza, grafica Excel, 2021

Parlando di turismo invece, gli unici due casi che si rivolgono direttamente ai turisti sono la Cooperazione transfrontaliera tra Tornio e Haparanda e la Cooperazione internazionale IBK che, attorno al lago di Costanza raccoglie e coordina le proposte turistiche lagunari e di viabilità di Germania, Lago di Costanza, Austria, Svizzera e Liechtenstein. Nel caso scandinavo, una vera e propria agenzia turistica coordina le informazioni e le attività fruibili nelle due città e le promuove, non solo ai residenti, ma anche e soprattutto ai turisti.

Nel secondo caso invece, si tratta di due diversi tipi di carta a pagamento che, una volta acquistate permettono di avere degli sconti nei diversi Stati affacciati al lago. La carta destinata al trasporto transfrontaliero è reperibile in Germania nelle stazioni ferroviarie, nei traghetti, negli autobus, nei punti di informazione turistica e in alcuni alberghi, in Austria e in Svizzera in tutte le stazioni dei trasporti pubblici (treni e autobus). L'altra carta, la Bodensee Card<sup>PLUS</sup>, ha invece un obiettivo più turistico ed è acquistabile online e in altri 100 punti vendita intorno al Lago di Costanza.

I servizi al turismo però non si limitano a questi due casi, perché parlando di turismo intendiamo anche quello interno, sia questo regionale che nazionale. In tutti i casi analizzati una componente consistente dei fornitori appartiene al settore terziario e in particolar modo alle strutture ricettive e di attività dedicate al tempo libero (musei, parchi, cinema). Questo, sebbene non venga comunicato come attività di promozione turistica, di fatto lo è perché favorisce lo spostamento delle famiglie per motivi non lavorativi. Le offerte legate al "Tempo libero" sommate a quelle delle "Strutture ricettive e ristorazione", a "Salute e benessere" (che solitamente riguardano SPA, centri benessere e termali) e "Cultura/Istruzione" (tra cui anche accesso a musei, mostre, convegni) rappresentano il 59,73% del totale delle offerte.

In questo senso si inserisce anche l'aspetto dell'organizzazione di eventi, anch'essi con l'ottica di coinvolgere le famiglie e attirarle in un dato luogo e in un momento o periodo specifico. Questa attività necessita di ottima coordinazione (nel caso di realtà transfrontaliere) e organizzazione, nonché di un cospicuo investimento di tempo e denaro. Tra le undici situazioni studiate, il 64% organizza eventi e sono: il Familienpass della Bassa Austria, il Rodinný Pas Bratislava, la e- Children's Card Mudrica, il Familienpass nel Vorarlberg, la OÖ Familienkarte in Alta Austria, il Rodinnè Pasy in Moravia meridionale e l'Eurocidade Card Chaves-Verín, che tra tutti è l'unico ad essere transfrontaliero.

Gli eventi in questione sono spesso legati a festività nazionali o internazionali. Ad esempio in Moravia meridionale le famiglie che possiedono il Rodinnè Pasy in occasione della Giornata internazionale dell'infanzia, il 1° giugno hanno potuto partecipare gratuitamente ad eventi e manifestazioni organizzate per i bambini, come: le "foreste delle fiabe", le "foreste stregate", le competizioni sportive o la "giornata delle gare per bambini". L'Alta Austria, ad esempio, già da gennaio ha strutturato il calendario completo degli eventi per l'anno in corso (nel 2021 offre ben 4328 eventi), oppure e-Children's Card Mudrica (Croazia) che in occasione della "Giornata internazionale della famiglia" ha rilanciato sui social una serie di iniziative proposte per il weekend. Anche il Vorarlberg ha organizzato degli eventi accorpandoli in settimane tematiche, come la "settimana dell'ambiente" o quella "del libro".

Un'altra forma di coinvolgimento delle famiglie molto praticato, è l'organizzazione di concorsi a premi. Sono il 36% dei casi studiati che periodicamente organizzano dei concorsi per le famiglie con bambini che possiedono la carta vantaggi.

Ad esempio il Rodinnè Pasy organizza solitamente due concorsi all'anno. In vista del Natale a Hlirádio City Brno ha indetto una competizione di una settimana su temi natalizi per le famiglie con figli. Il primo premio era di un soggiorno di tre giorni presso una struttura specializzata in soggiorni vantaggiosi nella Moravia meridionale. Altri premi erano forniti da negozi di giocattoli, musei e osservatori. Sempre per i possessori della carta famiglia ceca, un interessante concorso mirato alla scoperta e conoscenza del territorio viene lanciato ogni anno nel periodo estivo. La gara consiste nel scegliere delle zone della regione e porre domande di carattere storico, politico, geografico, o di interesse generale alle quali le famiglie sono invitate come sfida a darne risposta. A fine estate, si analizzano le informazioni ricevute e si decreta il vincitore, anche per questo concorso il primo premio è un soggiorno di un fine

settimana. Nel caso in questione, nell'app e nel sito della carta famiglia c'è una sezione (e una pagina nel caso del sito) nella quale le famiglie trovano le domande e la possibilità di darvi risposta.

L'Alta Austria invece, organizza concorsi fotografici per le famiglie che possiedono la OÖ Familienkarte come il concorso "Il mio momento più bello in famiglia" (fotografie che ricordassero un momento particolare trascorso in famiglia) o "Sono un modello" (fotografie che ritraevano i bambini e i ragazzi inseriti nel loro ambiente sociale e assimilati al comportamento dei loro genitori, come cucinare insieme, fare shopping, fare escursioni, fare musica o lavarsi i denti). Al vincitore del distretto sono state date due Vorteilscard Family per un anno (per il trasporto pubblico), a quello regionale una vacanza in famiglia per due notti con pensione completa.

Un altro focus da analizzare è quello del settore alimentare. Sebbene sul totale delle offerte questo rappresenti solo l'1,36% (figura numero 5), è stato rilevato che il 45% dei casi, ha partner appartenenti a questo settore. Ad esempio la Moravia meridionale sugli oltre 800 fornitori, quasi il 2% fornisce sconti nel settore alimentare, e tali offerte vanno da uno sconto diretto sul totale della spesa (dal 3% al 20%) fino ad un 50% sulle singole consumazioni di bevande nei locali. Anche Slovacchia, Alta Austria, Bassa Austria e Croazia, all'interno del loro piano di servizi alle famiglie, hanno un ammontare di partner appartenenti al settore alimentare che si aggira intorno all'1%.

In conclusione, tra i partner che offrono sconti e offerte per le famiglie è stato visto esserci una prevalenza dei soggetti appartenenti al settore del "Commercio" e del "Tempo libero" (compreso di musei, parchi, strutture ricettive), i quali risultano essere strategici nell'ottica di coinvolgere le famiglie nelle attività collettive, aiutarle dal punto di vista economico e avvicinarle ad altri territori (nel caso di carte transfrontaliere) in quanto l'obiettivo sotteso all'introduzione di questi servizi è economico-sociale e solamente con una politica top down è possibile ottenere ciò.

### 3.2.2 DIGITALIZZAZIONE

I casi di studio che si sono rivelati più utili per l'indagine dell'aspetto e della transizione verso la digitalizzazione sono: il Vorarlberger Familienpass (Austria), la OÖ Familienkarte (Austria), l'e- Children's Card Mudrica (Croazia) e il Rodinnè Pasy (Moravia meridionale) in quanto hanno delle caratteristiche digitali ben strutturate. Ciò nonostante, anche gli altri esempi sono stati utilizzati per la raccolta dati e l'elaborazione di alcuni grafici. L'analisi non si è concentrata solamente nell'identificazione di quali fossero gli strumenti digitali adottati, ma anche il loro utilizzo, l'implementazione, la gestione, il funzionamento e la diffusione.

I supporti digitali che nel contesto dei servizi alle famiglie sono stati implementati, si riconducono al sito web e alle app per smartphone che, in alcuni casi sostituiscono totalmente il formato fisico delle carte emesse.

In tutti gli undici casi studio analizzati, le informazioni principali sono reperibili nei rispettivi siti web. Tuttavia, il 73% di questi dispone di un proprio sito web con il proprio indirizzo dedicato alla carta famiglia, mentre il 27% pubblica le informazioni in una pagina web dedicata, ma che rientra nel sito della regione (o provincia o ente competente per la politica delle famiglie o del servizio erogato).

A livello di informazione su sito web (o pagina) personale, il 45% dei casi studio ha aggiunto un sistema di filtri per facilitare la ricerca del partner da parte degli utenti.

Nel caso della OÖ Familienkarte oltre al filtro territoriale (per "Distretti") ci sono anche il filtro per tipo di servizio ("Tempo libero", "Divertimento vacanza", "Istruzione/Consulenza" o "Acquisti"), per servizi extra ("Fasciatoio", "Area giochi", "Menù per bambini") e quello per la disponibilità al bonus nonna-nonno. Nella Bassa Austria invece la funzione di filtro consente di suddividere per "Distretto", per categoria ("Gastronomia", "Tempo libero", "Commercio") e per extra ("Sala giochi" o "Senza barriere"). Il Rodinný Pas filtra solamente per categoria ("Tempo libero" o "Negozio e servizi") e per regione. Infine il Rodinnè Pasy in Moravia meridionale ha adottato un sistema molto dettagliato per la selezione del partner, in cui ben 14 diverse categorie in altrettante regioni ceche possono essere scelte come filtro.

Altro supporto è quello dell'app digitale per la quale, il 45% dei casi studio analizzati offre tale servizio ai titolari registrati. Gli utilizzi dell'app prevedono un immediato riconoscimento, una più facile fruibilità del servizio e un risparmio sia da un punto di vista economico che di impatto ambientale legato alla stampa delle singole tessere e dei buoni, che rimangono in questo caso in formato digitale.

Il 45% dei casi possiede un'applicazione digitale che offre lo stesso servizio della carta fisica, quello della e-Children's Card Mudrica non va ad affiancarsi a quello cartaceo, ma lo sostituisce, di conseguenza l'attività di offrire vantaggi alle famiglie con figli inserisce direttamente nella gestione digitale strutturata a livello governativo centrale. Nel caso croato quindi nessun supporto fisico è stato previsto per questo tipo di servizio, ma la possibilità di godere di una piattaforma digitale già ben sviluppata e contenente i dati necessari al controllo dei requisiti e al rilascio dell'accesso e dell'utilizzo dell'app, ha garantito e agevolato sia la gestione da parte degli amministratori, sia la fruizione da parte delle famiglie. Mentre nei casi del Vorarlberger Familienpass, OÖ Familienkarte, Rodinně Pasy e NÖ Familienpass, l'app è stata introdotta in un secondo momento rispetto alla tessera. Dai dati forniti dal Vorarlberger Familienpass, secondo le statistiche di Play/App Store, sono 10.000 gli utenti attivi in media ogni mese<sup>52</sup>.

Come gli esempi mostrano, introdurre un'app richiede tempo (generalmente da 6 a 8 mesi) e una strategia ben pianificata, nonché un consistente investimento di denaro (in tutti i casi in cui vi è un'app digitale sono state contattate delle aziende esterne che si sono occupate dell'implementazione). È necessario stabilire il budget che si è disposti a pagare, ad esempio nella regione del Vorarlberg, per l'introduzione di una carta giovani è stato necessario un investimento di circa 50.000 €. È importante poi stabilire chi manterrà l'app una volta creata, ad esempio per il Vorarlberger Familienpass, tre sono gli addetti (uno alla comunicazione, uno alla pianificazione e uno all'assistenza tecnica).

Attraverso il sito web o l'app, le famiglie possono verificare quali siano i partner e in alcuni casi anche la loro geolocalizzazione, grazie al supporto di Google Maps che spesso viene integrato nel sistema. Di conseguenza vi è la possibilità di visualizzare le aziende partner direttamente sulla mappa digitale e con l'attivazione del GPS sul proprio smartphone (nel caso in cui vi sia anche l'app) è possibile verificare il percorso da svolgere con tutte le indicazioni necessarie. In tal modo le famiglie, tramite la ricerca online sull'app o sul sito web, ottengono informazioni riguardo la propria posizione e la zona/distretto del servizio desiderato e risulta così molto più immediata l'individuazione della localizzazione dell'offerta, la possibilità di accedervi, e i servizi ad essa connessi (in termini di attività del tempo libero, della ristorazione e delle strutture ricettive). In più, i partner hanno la possibilità di aggiornare in tempo reale le informazioni e renderle direttamente fruibili alle famiglie.

A questo proposito, il 50% delle realtà hanno implementato questo sistema di localizzazione istantanea nel proprio canale di comunicazione.

In alcune situazioni l'app dei servizi alle famiglie è connessa ad altre piattaforme, come nel caso della partnership tra NÖ Familienpass e Outdooractive, una piattaforma di localizzazione e tracciamento di sentieri e percorsi. In questo modo non solo è possibile pubblicare le offerte con il loro preciso posizionamento, ma anche creare una community in cui i fruitori (nel caso in questione le famiglie) si possono scambiare commenti e consigli relativi alla gita effettuata.

Il 25% dei casi di studio ha integrato il servizio con altre piattaforme (rilevamento e community: Outdooractive, di comunicazione: Vertigo, di trasporti: OBB, Sistema sanitario statale (e-Citizens). Per quanto riguarda il Rodinně Pasy, l'app è stata progettata e creata/codificata da una società digitale esterna mentre per il suo coordinamento e sviluppo sono responsabili direttamente gli amministratori e i gestori del servizio. Di conseguenza anche i contenuti, l'organizzazione delle informazioni e del layout sono di competenza di quest'ultimi.

Una strategia per incentivare l'uso del sistema digitale piuttosto che quello cartaceo è stato ideato dall'Alta Austria che ha disposto dei buoni e dei concorsi disponibili esclusivamente a coloro che utilizzano l'applicazione. Inoltre, in questa regione si è pensato anche a quelle famiglie che non godono di molta dimestichezza con la tecnologia ed

---

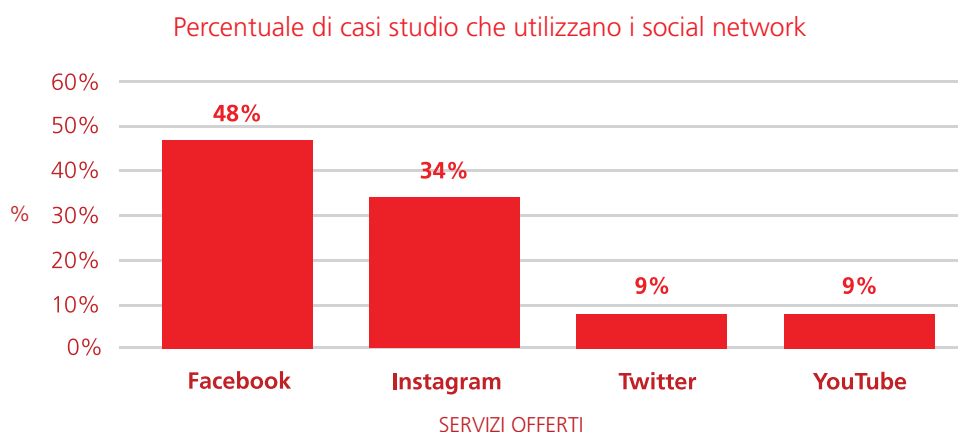
<sup>52</sup> Intervista online a Dietmar Übelher in data 11/06/2021

è stato predisposto per loro una formazione digitale che prevede un breve corso prenotabile in qualsiasi momento. Con l'accesso all'app le famiglie hanno anche a disposizione un calendario di eventi in cui trovano i suggerimenti per trascorrere il tempo libero nella propria regione.

È stato visto che avere un sistema governativo digitale già radicato nella comunità in cui ogni cittadino ha il proprio profilo, e con cui dalla stessa piattaforma può accedere a tutti i servizi statali previsti (tra cui anche la e-Children's Card Mudrica) risulta avere un ottimo appeal tra i soggetti (fornitori, fruitori, gestori) facenti parte del programma. Uno dei maggiori vantaggi del servizio digitale è quello del poter aggiornare istantaneamente le informazioni e renderle immediatamente fruibili agli utenti. Di conseguenza l'aggiornamento dell'app è un passaggio imprescindibile ed essenziale. Nel Vorarlberger Familienpass le informazioni riguardo nuovi sconti, promozioni e conclusioni di offerte, possono essere divulgati dal gestore che riceve la notizia da parte del fornitore (e settimanalmente aggiorna l'app), attraverso i social network, in cui una volta alla settimana vengono pubblicati due o tre nuovi post e dai singoli partner che possono presentare argomenti che li riguardano personalmente e inserire le promozioni. Considerando che tutti i casi studio analizzati dispongono di un sito web o di una pagina dove pubblicare informazioni, anche la registrazione, per l'83% dei casi studio, è possibile farla online.

Come anticipato, riguardo la best practice della digitalizzazione, un focus importante è dedicato ai social network, i quali sono considerati al giorno d'oggi una delle principali fonti di comunicazione. Diretti e puntuali, riescono sia a catturare l'attenzione che a mantenere aggiornato il soggetto iscritto. Il 91% dei casi studio utilizza uno o più social network per comunicare con le famiglie o con i cittadini. Di seguito, nella figura numero 6, vediamo la scelta delle piattaforme. Al primo posto c'è Facebook, che risulta essere il più utilizzato, al secondo Instagram e, al terzo, Twitter e YouTube.

Figura n. 6, numero di casi studio che utilizzano social network (con distinzione)<sup>53</sup>.



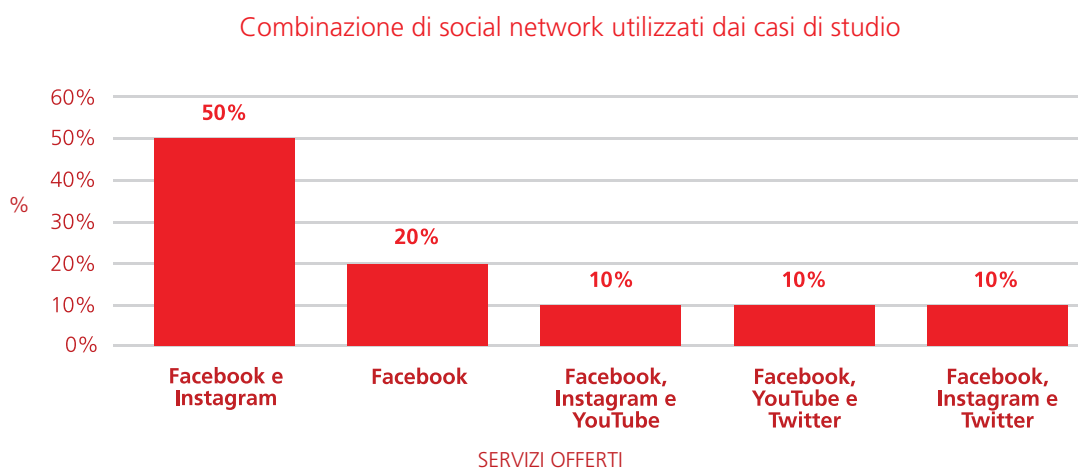
Nei dati riportati sopra c'è da specificare che tra gli utilizzatori di Instagram, quasi il 30% ha introdotto un proprio hashtag, con il quale si promuove e si fa promuovere dalle famiglie stesse che, pubblicando foto e utilizzando l'hashtag (#) di riferimento, permettono alla pagina di acquisire più visitatori.

Le realtà adottano uno o più social network, a seconda della disponibilità di tempo, denaro e conoscenze. Nello specifico, la combinazione più sfruttata è quella di Facebook e Instagram, che sono i social attualmente più popolari<sup>54</sup>. Da notare che, solamente il 18% (Rodinnè Pasy e il Rodinný Pas) utilizza un solo canale social (Facebook).

<sup>53</sup> EuregioFamilyPass, numero di casi studio che utilizzano social network (con distinzione), grafica Excel, 2021 <sup>54</sup> Inside marketing, [www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/](http://www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/) (accesso 28/08/2021)

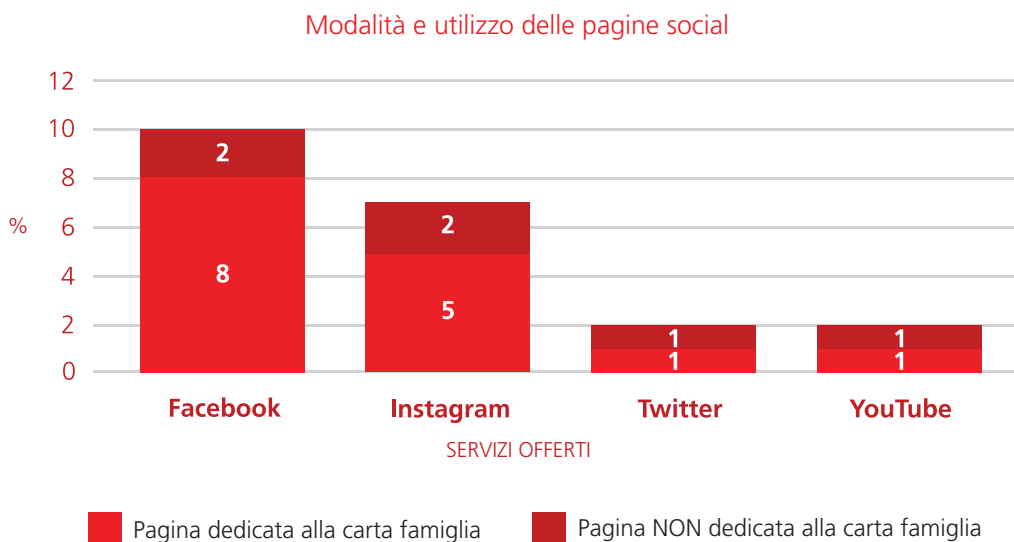


Figura n. 7, combinazione di social network utilizzati dai casi di studio<sup>55</sup>.



Infine, è interessante mostrare tra i social network implementati, quanti siano stati creati appositamente per la carta vantaggi. Ad esempio per Facebook, otto casi su dieci hanno creato una pagina solamente per il servizio di sconti, due invece pubblicano le informazioni della carta sconti all'interno della pagina del sito ufficiale della regione Vorarlberg (inteso come stato federato austriaco) o della regione di Aachen e comune di Vaals (nel caso del Gezinspas-Familienpass, Vaals-Aachen-Düren).

Figura n. 8, modalità e utilizzo delle pagine social<sup>56</sup>.

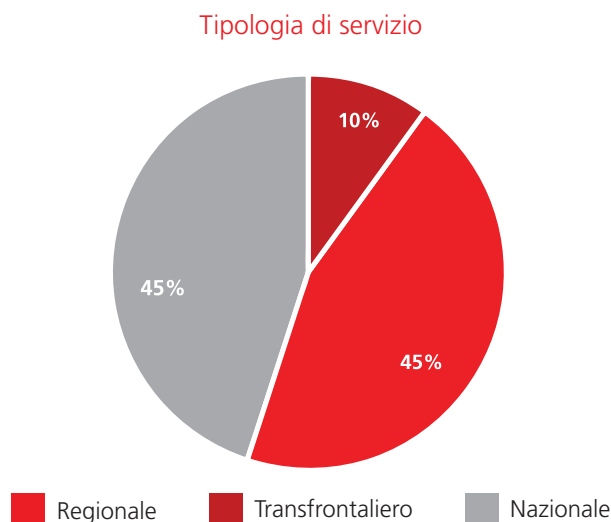


<sup>55</sup> EuregioFamilyPass, combinazione di social network utilizzati dai casi di studio, grafica Excel, 2021 <sup>56</sup> EuregioFamilyPass, modalità e utilizzo delle pagine social, grafica Excel, 2021

### 3.2.3 ASPETTO TRANSFRONTALIERO

Per analizzare la transfrontalinearità è stato necessario studiare quelle realtà che hanno rapporti di cooperazione e di reciprocità con altri territori. Nel caso specifico di questo studio di fattibilità e la tipologia di servizio offerto, il 45% dei casi studio analizzati dispone di una carta vantaggi transfrontaliera tra due o più Stati diversi, un altro 45% è regionale, e solamente il 10% è organizzato a livello nazionale (il caso della Croazia).

Figura n. 9, tipologia di servizio<sup>57</sup>.

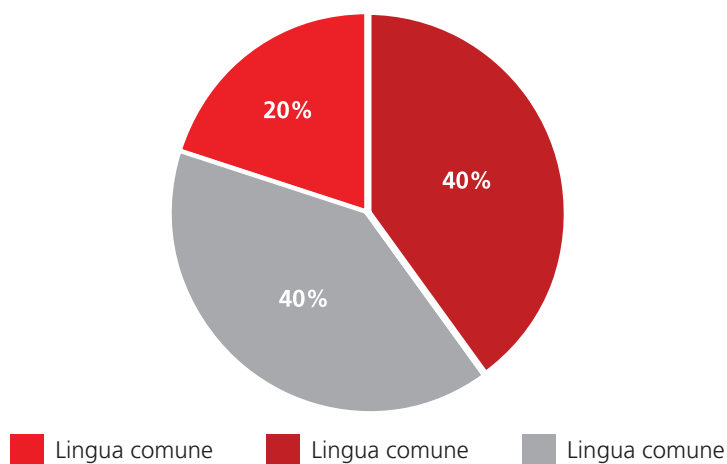


Tuttavia, del 45% dei casi regionali che sono stati introdotti con l'idea di ricoprire una capillarità limitata alla regione, il 100% ha poi instaurato una reciprocità anche con altre regioni appartenenti allo stesso stato. Questo riguarda quindi la NÖ Familienkarte, il OÖ Familienpass, il Vorarlberger Familienpass che tra di loro godono di questa flessibilità; il Rodinnè Pasy che viene riconosciuto in altre otto regioni ceche e il Rodinný Pas che si estende anche alla regione di Trnava della Slovacchia. Il caso del Vorarlberg in più, ha stipulato accordi oltre i confini nazionali con alcuni fornitori (in Germania e in Svizzera), i quali accettano il Vorarlberger Familienpass, ma senza alcuna reciprocità. Il principale scoglio dei rapporti transnazionali è la diversità linguistica all'interno del gruppo di lavoro. Nel 45% dei casi che hanno questa caratteristica, il 40% comunica con la lingua comune, che risulta essere il tedesco (IBK e Vaals-Aachen-Düren), il 20% mantiene la propria lingua di appartenenza, e quindi portoghese tra i colleghi di Chaves e spagnolo (o galiziano) a Verín, e il restante 40% utilizza una lingua franca, ovvero l'inglese, per comunicare internamente. Nel caso della Cooperazione Tornio-Haparanda, sebbene le differenze linguistiche e culturali tra Svezia e Finlandia siano ben radicate, nella tradizione di cooperazione nordica, queste non sono significative, in più lo svedese è la seconda lingua ufficiale in Finlandia. Ovviamente, l'uso diffuso dell'inglese aiuta anche a ridurre l'importanza delle barriere linguistiche, anche se la conoscenza "dell'altra lingua" è relativamente comune lungo confine (figura numero 10).

<sup>57</sup> EuregioFamilyPass, tipologia di servizio, grafica Excel, 2021

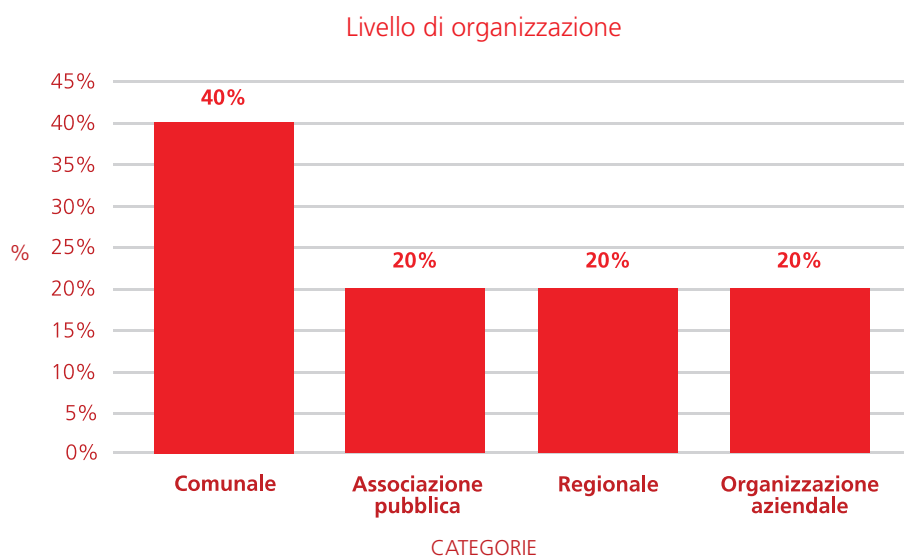
Figura n. 10, lingua utilizzata per la comunicazione<sup>58</sup>.

Combinazione di social network utilizzati dai casi di studio



Degli esempi studiati di carattere transnazionale, il 40% è gestito a livello organizzativo comunale (Eurocidade Card Chaves-Verin e Gezinspas-Familienpass Vaals-Aachen-Düren); il 20% da un'associazione pubblica (Cooperazione Tornio-Haparanda) in cui i comuni sono i principali stakeholder dell'associazione e le autorità nazionali e regionali, che detengono il potere decisionale e il budget in materia di innovazione, sono coinvolte nella governance in misura marginale; un altro 20% in maniera regionale (il FamilyNet, ormai interrotto) e infine un altro 20% che è gestito da un'organizzazione aziendale di aziende turistiche (IBK).

Figura n. 11, livello di organizzazione delle carte transnazionali<sup>59</sup>.



<sup>58</sup> EuregioFamilyPass, , lingua utilizzata per la comunicazione, grafica Excel, 2021 <sup>59</sup> EuregioFamilyPass, livello di organizzazione delle carte transnazionali, grafica Excel, 2021

Complessa, e in alcuni casi articolata, è la composizione del gruppo di lavoro per i progetti transfrontalieri. Nei casi analizzati tuttavia la numerosità del team non è elevata. Si passa dai due funzionari per la Cooperazione Tornio-Haparanda (con ruolo di facilitatori per le interazioni tra gli attori, non gestiscono i progetti ma agiscono come catalizzatori) ai nove addetti per l'IBT per la Bodensee CardPLUS sul Lago di Costanza. In generale, il 60% ha un organico che supera i 3 impiegati, il restante 40% ne ha meno o uguale a 3.

Dovendo gestire uno spostamento oltre confine, sono necessari dei sistemi di registrazione di passaggi. Ad esempio, dietro la Bodensee Card c'è un sistema di schede tecniche attraverso il quale vengono registrate le vendite e le accettazioni. Ogni carta, caricabile con denaro, ha un proprio codice QR che viene scansionato presso i partner di servizio e archiviato nel sistema. In questo modo si possono avere liquidazioni mensili e in ogni momento si può fare una valutazione statistica. L'uso della carta è reso anonimo in modo che non sia possibile alcuna valutazione individuale. È stato concluso un contratto di elaborazione dei dati dell'ordine con i punti vendita e i partner di servizio. Il caso iberico invece ha predisposto dei lettori carte municipali in entrambi i comuni, cosicché si possano registrare i passaggi (4.000 vidimazioni giornaliere e in media 10.000 al mese). Tra Tornio e Haparanda invece, sebbene ci siano pochi dati disponibili sui flussi transfrontalieri, i passaggi delle persone e dei veicoli vengono registrati in prossimità del confine con sistemi elettronici integrati e ammontano a circa 14 milioni l'anno, tuttavia gli altri flussi non sono soggetti a misurazioni sistematiche.

### 3.2.4 ASPETTI TECNICI/STRUTTURALI

Infine, è stato necessario approfondire anche l'aspetto tecnico della gestione delle carte/app adottate nelle varie zone d'Europa. Com'è stato visto nel capitolo 3.1, ogni progetto (interno o transfrontaliero) ha un proprio sistema di organizzazione del servizio alle famiglie. A tal proposito, analizzando quelle che sono le best practice riguardanti le caratteristiche gestionali, tecniche e di struttura della carta, innanzitutto è stato visto che tutti i casi studio tranne la Cooperazione Tornio-Haparanda e IBK, rilasciano la tessera o l'app gratuitamente ai soggetti interessati. Di questi, solamente due realtà prevedono un pagamento (di 3€ nel caso di Chaves-Verín e 10€ nel caso di Vaals-Aachen-Düren) nel caso di rinvio di un'ulteriore carta causa danneggiamento o smarrimento. La preponderanza di una strategia top down arrivata "dall'alto" (l'82% dei casi) rispetto quella bottom up (18%) è giustificata dal fatto che le amministrazioni pubbliche hanno voluto introdurre un sistema che sgravasse il più possibile le famiglie dagli acquisti quotidiani e dalle attività del tempo libero.

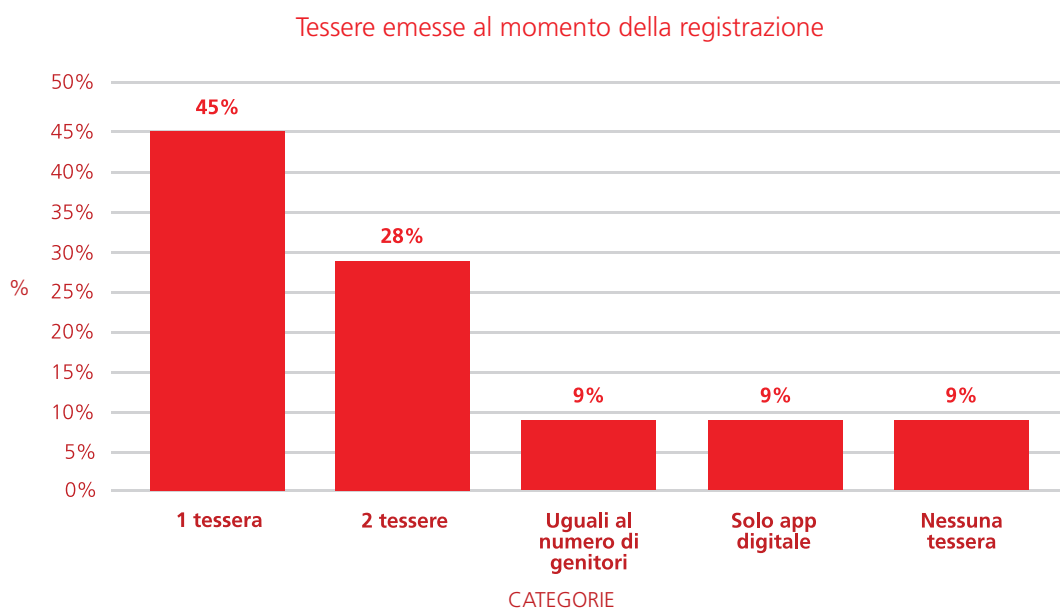
A seguito dell'iscrizione al servizio offerto, la maggior parte dei casi studio 45% rilascia una sola tessera per famiglia con i nomi degli utenti abilitati all'utilizzo, mentre il 28% ne rilascia due. Il 9%

(ovvero la Moravia meridionale) rilascia un numero di tessere pari al numero di genitori iscritti al momento della registrazione, un altro 9% (e-Children's card Mudrica) avendo solamente il servizio digitale, predispone un account con cui i genitori possono accedere all'app. Infine un altro 9% (la Cooperazione Tornio-Haparanda), non avendo nessuna forma né cartacea né digitale, non rilascia alcun supporto.

---

<sup>60</sup> EuregioFamilyPass, numero di tessere emesse al momento della registrazione, grafica Excel, 2021

Figura n. 12, numero di tessere emesse al momento della registrazione<sup>60</sup>.

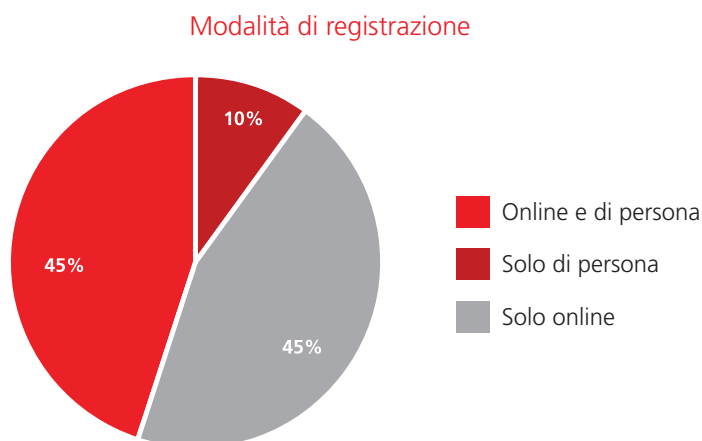


Riguardo al numero delle tessere, un accenno va fatto su quanti di coloro che le rilasciano le tessere utilizzino un sistema di aggiornamento elettronico/digitale (il 36%) e quanti invece manuale, inviando così ogni anno (oppure ogni qualvolta avviene una modifica ai dati) la tessera nuova (il 64%).

Il rilascio della tessera prevede delle tempistiche che vanno da un minimo di 3 settimane (Alta Austria) a un massimo di 6 (Moravia meridionale). Diverso è invece il discorso della Croazia che, avendo tutto digitalizzato, nel giro di qualche giorno viene attivato il servizio e-Children's Card Mudrica.

La modalità di registrazione della carta invece può avvenire solamente online, online e di persona, oppure solamente di persona. Nel 45% delle situazioni questo passaggio può avvenire in entrambi i modi, un altro 45% solamente online e un 10% solo recandosi presso gli uffici comunali o distrettuali.

Figura n. 13, modalità di registrazione al servizio<sup>61</sup>

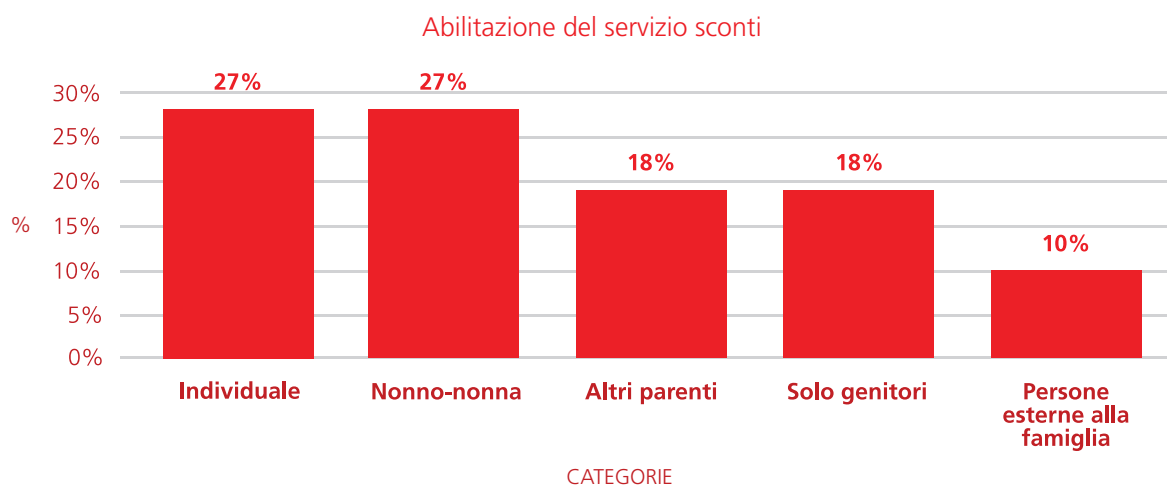


<sup>61</sup> EuregioFamilyPass, modalità di registrazione al servizio, grafica Excel, 2021

Per la carta famiglia di Vaals-Aachen-Düren è richiesto di recarsi presso gli uffici comunali consegnando documenti di riconoscimento dei membri della famiglia. Il sistema croato è quello più veloce ed economico, tra i casi descritti, perché permette di ridurre costi burocratici e amministrativi avendo già a disposizione i dati dei cittadini.

Tra le best practice connesse agli aspetti organizzativi c'è anche il target dell'offerta. Il 27% dei casi rilascia il servizio alla persona fisica (individuale) in quanto fruitrice (Eurocidade Card Chaves-Verín, Cooperazione Tornio-Haparanda, IBK), un altro 27% si estende anche ai nonni (Vorarlberger Familienpass, NÖ Familienpass, OÖ Familienkarte), mentre un 18% lo rilascia solo ai genitori, un altro 18% ha esteso il servizio ad altri parenti oltre i nonni e un 10% ha ampliato l'utilizzo a persone senza alcun legame di parentela con la famiglia (babysitter o amici).

Figura n. 14, abilitazione del servizio di sconti<sup>62</sup>.



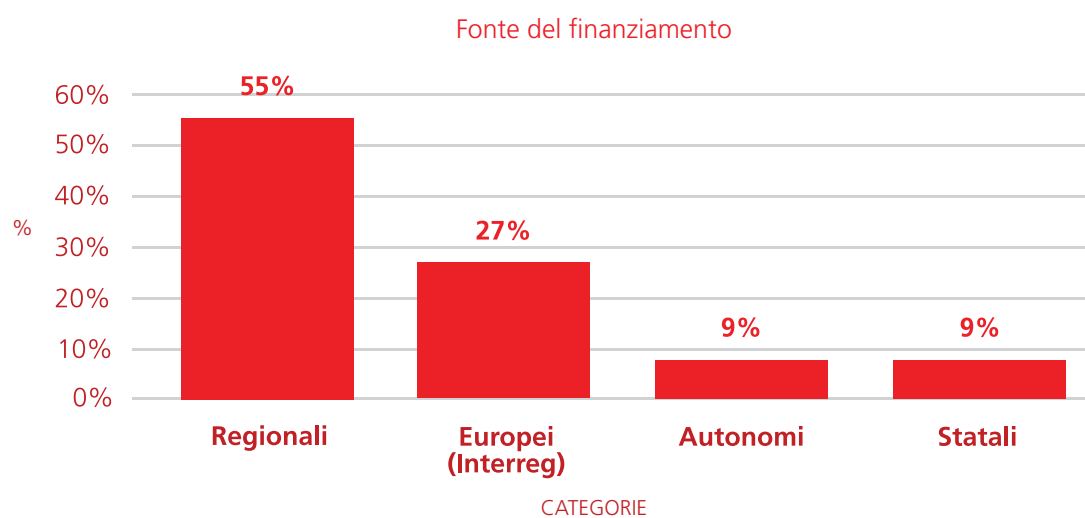
Ragionando sempre dal punto di vista del gestore, oltre al servizio di sconti, nella maggioranza dei casi (64%) viene mandata una newsletter ai titolari del servizio con informazioni utili, elenco dei partner e in alcuni casi anche giochi per bambini (Moravia meridionale). Nel caso della Bassa Austria, ad esempio, la newsletter viene inviata 5/7 volte l'anno via email e per riceverla è necessario rilasciarne il consenso. Gli iscritti al Rodinný Pas di Bratislava ne ricevono una al mese, mentre il Vorarlberg predispone un calendario annuale con le attività e gli eventi e lo manda all'inizio di ogni anno. Il caso IBK invece dà la possibilità di scegliere le materie di interesse (escursioni, trasporti, wellness) sul proprio sito e richiederne l'invio per posta.

Trasferendo l'attenzione sui partner fornitori di sconti, è stato rilevato che il 73% dei casi, può decidere autonomamente l'importo dello sconto o l'offerta da proporre. Il restante 27% è invece vincolato ad offrire uno sconto minimo del 5%.

Infine, riguardo al finanziamento è difficile definire con rigore la provenienza del fondo, in quanto spesso proviene da diverse fonti diverse. Per tale motivo è stata fatta una distinzione che prende in considerazione la provenienza della parte più consistente del finanziamento. In questo modo è possibile individuare chi attinge principalmente a fondi regionali (54%), europei (27%), autonomi (9%) e statali (9%).

<sup>62</sup> EuregioFamilyPass, abilitazione del servizio di sconti, grafica Excel, 2021

Figura n. 15, fonte di finanziamento<sup>63</sup>.



<sup>63</sup> EuregioFamilyPass, fonte di finanziamento, grafica Excel, 2021

## 4. Risultati

### 4.1 BEST PRACTICE IMMEDIATAMENTE APPLICABILI

Un fattore importante, e da non sottovalutare, nel momento della distinzione tra best practice immediatamente applicabili e quelle applicabili in futuro è l'aspetto politico-giuridico, in quanto essendo l'Euregio un'area transnazionale è anche soggetta a diverse norme. Risulta evidente quindi che determinate decisioni non possono essere applicate nello stesso modo in tutto il territorio dell'EuregioFamilyPass. Tale situazione è un vincolo non solo alla reciprocità, ma anche alla gestione e amministrazione della carta famiglia. È appunto questo aspetto politico uno dei criteri che ha permesso di suddividere le best practice in "immediatamente applicabili" e "applicabili in futuro". Tale suddivisione è stata fatta seguendo anche un parametro tempistico (medio/lungo termine e breve termine), in quanto le best practice che richiedono dei tempi di introduzione e applicazione più brevi siano considerate come "immediatamente applicabili", mentre quelle che richiedono un'analisi, un confronto e uno studio più approfondito, siano invece identificate come "applicabili in futuro". In questo modo, il primo soggetto che dovrebbe attivarsi nell'adempiere determinate attività è l'Euregio, affinché possa costruire una solida base per facilitare l'introduzione delle best practice alle tre agenzie territoriali del Tirolo, Alto Adige e Trentino, cosicché l'EuregioFamilyPass si sviluppi in maniera omogenea sulla base dei risultati positivi ottenuti in altre realtà europee. L'Euregio, in collaborazione con le tre province, dovrebbe quindi mettere a disposizione delle tre aree operative appartenenti alle tre province, le capacità e gli strumenti per poter introdurre le best practice. Successivamente, a livello operativo, i tre territori dovrebbero sfruttare questi elementi per introdurre (in modo omogeneo e condiviso per quanto possibile) nella propria area di competenza le buone pratiche selezionate.

Le best practice identificate gioverebbero l'utilizzazione della carta in quanto in altre aree europee questo servizio è attivo da molto più tempo, perfettamente funzionante e integrato nella comunità. Di conseguenza, quelle qui sotto elencate sono le proposte potenzialmente applicabili per l'EuregioFamilyPass, in quanto organismo propulsore che ha l'obiettivo di promuovere la mobilità e la creazione del senso di comunità e partecipazione tra i tre territori.

In questo senso è stato utile analizzare tali situazioni per capirne la struttura, le attività e l'organizzazione. Le best practice applicabili nel breve periodo sono di seguito presentate in ordine alfabetico.

#### Coinvolgimento diretto delle famiglie

Una strategia facilmente e immediatamente adottabile è quella sviluppata dal Voralberg. Nel caso specifico, è stata coinvolta direttamente la popolazione che ha espresso, attraverso l'invio di email o tramite social network, la richiesta di avere dei particolari partner, anche fuori confine, i quali hanno aderito su base volontaria, senza alcun incentivo pubblico e/o privato, ma andando incontro alle esigenze specifiche delle famiglie. Questa iniziativa richiederebbe innanzitutto la predisposizione nel ricevere privatamente dei messaggi sotto forma di commenti e/o richieste da parte delle famiglie e successivamente una cabina di regia che, oltre a discutere della coerenza e compatibilità della richiesta con l'obiettivo del progetto, dovrebbe determinare la concreta fattibilità della collaborazione. La raccolta delle risposte potrebbe avvenire direttamente sul sito (o sull'app una volta creata).

#### Concorso premi

Un'interessante iniziativa è quella dell'organizzazione regolare di concorsi a premi. Se fatto ispirandosi al contesto ceco, l'idea di organizzare una serie di domande sul territorio (in questo caso della Moravia meridionale) incentiverebbe le famiglie a viaggiare all'interno dello stesso e sfruttare le offerte dei partner aderenti al progetto e, come premi utilizzare i beni e servizi dei fornitori associati, cosicché se ne aumenti conoscenza e promozione.. Anche l'EuregioFamilyPass tal volta organizza interessanti concorsi che hanno lo scopo di coinvolgere le famiglie e far scoprire il territorio Euregio.



## **Filtro selezione partner**

Una best practice molto frequente è quella del sistema “filtro” nel sito web (e nell’app ove presente) per facilitare la rappresentazione e la ricerca dei partner affiliati. Sebbene questa caratteristica sembri di secondaria importanza, permetterebbe un immediato reperimento delle informazioni dal sito internet, le quali si identificano per tipologia, categoria, extra. È quindi indispensabile che le categorie siano più chiare possibili per essere facilmente trovate dagli utenti (come nel caso della Bassa Austria o della Slovacchia). Come visto del capitolo 3.2.2, una caratteristica filtro completa e ben strutturata non è presente in tutti i casi analizzati e questo succede anche all’interno dei tre territori Euregio.

## **Newsletter mensili con giochi per i bambini**

La realtà che ha spiegato al meglio la best practice delle newsletter mensili con giochi per bambini è la Slovacchia. Ogni mese, infatti, invia una newsletter alle famiglie (anche l’Euregio pubblica l’EuregioFamilyPass News ogni 3-4 mesi) con divertenti giochi per i più piccoli, sfide e indovinelli. In questo modo sono i bambini che vengono coinvolti nel progetto. In più, nel sito internet del Rodinný Pasy, è possibile ritrovare in documenti pdf i giochi di tutte le edizioni passate delle riviste.

## **Organizzazione di eventi condivisi**

Il caso di Eurocidade Card Chaves-Verín, è molto attivo all’organizzazione di eventi condivisi tra i due territori per sensibilizzare e consapevolizzare i cittadini all’aspetto transfrontaliero e all’integrazione tra culture che, sebbene siano diverse, condividono tratti importanti e decisivi ai fini della collaborazione. Ovviamente non tutti gli eventi organizzati nelle due città sono condivisi, ma vi è la possibilità per i residenti di parteciparvi senza alcun costo o onere aggiuntivo. Anche in questo caso l’EuregioFamilyPass partecipa ad eventi condivisi nei tre territori.

## **Sito web personale dedicato alla singola carta famiglia**

Un passaggio importante che introduce anche la successiva best practice, è l’istituzione di un sito web che sia esclusivamente dedicato alla carta famiglia e non solo come pagina succursale all’interno di siti regionali, provinciali o comunali. Avere questo sito dedicato solamente alla carta famiglia (come nel 73% dei casi analizzati), facilita e semplifica la ricerca delle informazioni. Ciò non vieta però che il sito ufficiale della carta famiglia abbia un rimando in altri siti (come quello provinciale, locale o regionale o dell’ufficio delle amministrazioni competenti). Questo può avvenire anche in senso contrario, infatti, i partner della e-Children’s Card Mudrica, all’interno del loro sito internet comunicano la partnership con la carta per famiglie, di conseguenza oltre ad informare gli utenti, grazie al rimando con il link, si contribuisce alla promozione del servizio. Una forma simile di sito internet generale dell’EuregioFamilyPass esiste già e racchiude anche i rimandi ai tre territori.

## **Social network**

L’introduzione di una piattaforma comoda e pratica che permetta alle famiglie di comunicare con gli amministratori del progetto, sarebbe molto utile ai fini promozionali dell’EuregioFamilyPass. In questo contesto un ruolo decisivo lo assumono i social network. Nel caso specifico dello studio in corso, è stato visto che Facebook e Instagram risultano essere le piattaforme più utilizzate dai casi studio analizzati. Anche in questo caso però, sarebbe necessario introdurre una pagina dedicata alla carta famiglia, e soprattutto tenerla aggiornata con una periodicità giornaliera. Nel caso di Instagram, molto utile sarebbe lo sfruttamento dell’hashtag, questo sistema di tag per il quale ci si può pubblicizzare gratuitamente grazie agli utenti stessi (come fanno la Bassa Austria e l’IBK). In più, sia Facebook che Instagram permettono la traduzione del messaggio nella lingua di impostazione del device, superando così l’ostacolo della diversità linguistica. Tuttavia permane l’inconveniente legato alla gestione, perché anche i social network necessitano di un piano editoriale programmato e definito a monte e un sistema per accogliere i follower.

### **Tempistiche prestabilite**

È importante che le decisioni prese tra i diversi territori, e nei territori stessi, vengano istituite rispettando delle tempistiche ben definite. Ad esempio il caso della Cooperazione Tornio- Haparanda recepisce le decisioni prese nel contesto della collaborazione transnazionale e le mette in atto entro un mese dalla loro approvazione. Questo trasmette ai cittadini serietà del programma e l'effettiva utilità e operatività della Cooperazione. Tale procedura viene adottata anche per quanto riguarda l'inserimento e l'aggiornamento degli sconti e promozioni dei partner, i quali seguono la stessa logica di tempestività e rapidità, supervisionata dal team operativo della Cooperazione Tornio-Haparanda che si impegna ad osservare che tutti applichino le disposizioni prestabilite.

## **4.2 BEST PRACTICE APPLICABILI IN FUTURO**

In una logica di medio lungo termine, sarebbe necessario ragionare su alcune best practice che col tempo, dopo un'attenta fase di analisi e pianificazione potrebbero essere introdotte nel contesto dell'EuregioFamilyPass. Nel paragrafo "Sfide e conclusioni" si affronteranno le criticità riguardo ai modelli proposti.

### **Applicazione per smartphone**

È il caso dell'app digitale per supporti Android ed ios in cui quasi la metà dei casi studio analizzati l'hanno introdotta e questo dimostra che è un trend comune (e in crescita) in questo tipo di situazioni. Il passaggio alla digitalizzazione potrebbe semplificare non solo l'utilizzo del servizio da parte dei soggetti che ormai sfruttano lo smartphone per la maggior parte dei servizi (anche per il biglietto aereo), ma potrebbe anche ridurre lo spreco connesso alla stampa delle tessere e faciliterebbe così la raccolta dei dati e i passaggi transfrontalieri. Tuttavia questo passaggio comporta non pochi problemi, tra questi è da considerare la ferrea politica di riservatezza dei dati che deve essere assicurata a coloro che adottano il sistema digitale, la strutturazione e l'introduzione degli strumenti immateriali più idonei (con una fase di educazione sia degli utenti che degli operatori) e la registrazione dei dati e organizzazione in database. Anche per i partner, l'introduzione dell'app, se strutturata in comune accordo con i fornitori e con le stesse finalità e caratteristiche dell'attuale carta, potrebbe agevolare la fase di registrazione dello sconto, la promozione e la gestione dell'erogazione del servizio stesso. In questo senso si potrebbe utilizzare una sola app (uguale per famiglie e fornitori) che però, a seconda del login di accesso permette di tenere distinte queste due figure. L'aver un sistema digitalizzato permetterebbe più facilmente di avviare il passaggio successivo (al quale sta lavorando la Croazia), ovvero quello di predisporre un sistema per il quale sia possibile utilizzare l'app digitale Mudrica anche per acquisti nei negozi online dei partner. Riprendendo le questioni politiche sottese all'organizzazione, questo passaggio all'abilitazione all'acquisto da parte delle carte è pensato per il futuro, in quanto non si parla di qualche mese, ma di alcuni anni, perché è una questione che richiede tempo e organizzazione. Questa evoluzione si potrebbe rivelare importante, perché negli ultimi anni l'e-commerce si è rivelato sempre più determinante (si è visto ancor di più durante il periodo Covid-19) e mettere a disposizione delle famiglie la possibilità di sfruttare, tramite la propria carta/app, sconti anche sugli acquisti online garantirebbe un enorme vantaggio di popolarità e risparmio. Non solo le attività commerciali, ma anche quelle culturali e ludiche legate al tempo libero, se introducessero la possibilità di acquistare i ticket applicando già lo sconto famiglia, ridurrebbero i tempi di attesa alla cassa e offrirebbero un servizio migliore. Nell'introdurre l'app digitale è importante, per i rapporti transnazionali, garantire un settaggio bilingue per facilitare l'utilizzo della stessa per entrambe le nazionalità.

### **Creazione banca dati**

Infine, una volta strutturata una buona piattaforma digitalizzata sarebbe utile introdurre un sistema di raccolta dati dei partner che vada a confluire in una banca dati digitale comune per tutte le regioni perché possa costruire uno storico adatto a poter fare delle stime e delle conclusioni rapportate a dei dati oggettivi, veritieri e rappresentativi

della realtà. Il caso del Vorarlberg ad esempio utilizza i sistemi forniti da Google per avere dati riguardanti i social o il sito web, mentre per l'applicazione utilizza gli strumenti digitali dell'App Store. Mentre un sistema più sofisticato è quello dell'IBK che ha disposto un circuito all'interno delle Bodensee Cards attraverso il quale vengono registrate le vendite e le accettazioni. Ogni carta che possiede il proprio codice QR viene scansionata presso i partner di servizio e archiviata nel sistema. In questo modo in ogni momento è possibile fare una valutazione statistica e i dati della carta non vengono gestiti da società esterne. L'uso della carta è reso anonimo in modo che non sia possibile alcuna valutazione individuale rispettando sempre la direttiva UE sulla protezione dei dati. La maggior parte dei casi studio analizzati che ha una banca dati ben strutturata e funzionante, si è affidata ad una società esterna che ha creato l'applicazione, lasciando poi interna la gestione e l'analisi dei dati.

### **Incentivo di partner del settore sanitario con piattaforma sanitaria locale**

Un modo per aiutare le famiglie ad affrontare le spese della loro quotidianità, sarebbe quello di stimolare e incentivare aziende sanitarie ad unirsi come partner. In questo senso farmacie, parafarmacie e strutture sanitarie private fornirebbero sconti e vantaggi economici alle famiglie con figli. Difatti, l'Alta e la Bassa Austria seguendo hanno capito questo bisogno ancora molto tempo addietro e hanno deciso di introdurre come servizio alle famiglie con figli l'assicurazione (nel primo caso addirittura gratuito, nel secondo è prevista una quota assicurativa a prezzo agevolato). Di conseguenza, pacchetti assicurativi annuali vengono offerti alle famiglie, le quali sono coperte da eventuali infortuni e dalle rispettive spese mediche che in assenza del tetto assicurativo si dovrebbero accollare.

Il passaggio successivo (quello che ha fatto la Croazia) sarebbe quello di inserire il servizio dedicato alle famiglie con figli nel sistema sanitario nazionale digitale (in questo caso si parla sempre di una carta nazionale). Sebbene questo non corrisponda allo scopo dell'EuregioFamilyPass, il territorio Euregio potrebbe avere le capacità per introdurre un'innovazione simile se concordata a livello politico dalle autorità decisionali. Con questo sistema, non ci sarebbe bisogno di aggiornare periodicamente i dati in quanto il sistema disporrebbe di tutte le informazioni necessarie, e in secondo luogo il servizio alle famiglie diventerebbe un passaggio automatico per le famiglie che, una volta soddisfatti i requisiti, vi accederebbero automaticamente grazie alle proprie credenziali nazionali. Infatti il sistema croato è riuscito a inserire la verifica automatizzata in background con il quale si accerta se il potenziale utente soddisfa o meno i criteri per la richiesta della e-Children's Card Mudrica. In questo modo si ha un notevole risparmio di tempo da parte delle autorità incaricate al controllo dei titoli, e da parte delle famiglie, le quali ricevono l'accesso al servizio con tempistiche considerevolmente minori rispetto i sistemi utilizzati dagli altri casi studio, sebbene anch'essi predispongano la registrazione online. Con tale modalità, si garantirebbe una riduzione delle tempistiche connesse al controllo dei dati e di rilascio della carta notevolmente minore rispetto quelle previste per la registrazione ed emissione tradizionale. Anche in questo caso, già in alcuni territori Euregio tale organizzazione è alquanto simile a quella qui sopra descritta, in tal senso l'indicazione si vuole indirizzare verso quelle aree in cui questo servizio non è ancora attivo o organizzato.

### **Non sempre necessaria la presenza fisica dei figli**

In molte occasioni i figli non sono presenti al momento della fruizione del servizio di sconto. Basti pensare al settore del commercio o alimentare, dove spesso sono i genitori che individualmente si occupano di fare gli acquisti. Se in linea con la politica familiare, le carte famiglia potrebbero essere utilizzabili anche senza la presenza fisica del figlio, o come nel caso dell'Alta Austria garantire lo sconto sui mezzi di trasporto anche solamente al genitore, il quale è comunque in possesso della Familienkarte.

Questo perché incoraggerebbe un utilizzo maggiore della carta famiglia e in alcune situazioni, come presso gli esercizi commerciali o nel sistema del trasporto pubblico, non sempre il figlio è col genitore, ma la possibilità di accedere allo sconto potrebbe essere rilasciata lo stesso. In questo modo le famiglie sarebbero più stimolate a istituire la carta. Il motivo per il quale questa best practice si trova nel comparto "applicabili in futuro", è perché

per attuarla sono necessarie delle decisioni politiche a livello organizzativo centrale che richiedono del tempo per essere analizzate.

### **Numero di tessere emesse e aggiornamento**

Un punto importante è quello del numero di carte emesse. I casi studio analizzati hanno registrato comportamenti diversi a questo proposito, ma l'idea di base, e più idealmente, sarebbe quella di rilasciare un numero di tessere pari al numero di genitori che ne hanno fatto richiesta (come avviene in Tirolo e per il Rodinnè Pasy) così da limitare gli sprechi legati all'emissione di carte superflue. In questo caso, non sono molti i casi che aggiornano la carta vantaggi digitalmente (l'aggiornamento è previsto per i dati anagrafici in quanto nella maggior parte dei casi i vantaggi sono previsti fino al raggiungimento della maggiore età dei figli) e questo comporta enormi costi e rifiuti. L'idea sarebbe quindi di adottare un sistema di aggiornamento informatizzato mantenendo sempre la stessa carta, la quale smetterebbe di essere funzionante nel momento in cui i requisiti fondamentali venissero meno, caratteristica già presente in alcuni territori Euregio, ma non in tutti. Anche in questo caso, come nel precedente, affinché si possa ottenere questo risultato, sono necessarie delle azioni politiche che richiedono tempo e decisioni delicate da prendere.

### **Partnership con altre piattaforme**

Una volta che si è dato il via alla fase di digitalizzazione, sarebbe utile instaurare una partnership con altre piattaforme. È il caso della Bassa Austria che, con un accordo con il partner Outdooractive, permette alle famiglie di avere informazioni aggiuntive riguardo i percorsi pedonali e in bicicletta da fare con la famiglia con tutta una serie di recensioni che aiutano a contestualizzare meglio il servizio. Questa piattaforma lavora in molti paesi centro europei tra cui Italia e Austria e distingue principalmente tre livelli di servizio: "Community", "FreeBusiness" e "Business", in base all'obiettivo che il cliente vuole raggiungere. Per lo studio Euregio sarebbe applicabile il pacchetto: "Servizi" per presentare il territorio, creare visibilità e interesse B2B, in cui oltre alla tracciatura dei percorsi, è prevista la creazione di una documentazione completa e funzionale delle avventure da scoprire in loco, delle soluzioni tecniche per creare una presentazione attrattiva dei percorsi nel proprio sito, la pubblicazione delle avventure del territorio nella piattaforma "outdooractive.com" e nell'app Outdooractive per sistemi iOS e Android e la distribuzione delle avventure da scoprire attraverso la rete dei partner Outdooractive. In più, questa collaborazione permetterebbe di creare un valore aggiunto per il territorio e gli abitanti, i quali hanno a disposizione un sistema di gestione intuitivo che aiuta a facilitare il lavoro quotidiano, soluzioni tecniche per realizzare con poco impegno tecnico una presentazione attrattiva all'interno del proprio sito web, una piattaforma Outdooractive e la rete di partner per creare visibilità e far conoscere il territorio e l'export dei dati in formato strutturato (xml/json) per mettere in sicurezza il lavoro investito nell'inserimento e aggiornamento dei dati. I costi dipendono dal livello di servizio richiesto per il progetto da realizzare. La parte dei servizi della "Community" sono gratuite (con la possibilità di avere un abbonamento Pro o Pro+ che prevede un costo che va da 30€ a 60€), mentre la parte B2B, con soluzioni di business che vengono erogate come servizi Software (SaaS), hanno un canone annuale al quale si applica un listino prezzi solidale che si basa sul sviluppo turistico del territorio. Questo permette a destinazioni piccole e poco sviluppate di avere le stesse funzioni professionali che hanno a disposizione le destinazioni grandi. In aggiunta, il sistema Outdooractive organizza i dati inseriti in maniera intelligente in una banca dati centrale. I dati inseriti e gestiti nella banca dati vengono consegnati al termine della collaborazione in un formato strutturato (xml/json). Il sistema permette anche di condividere i dati gestiti come OpenData Creative Commons.

Altre partnership sono quelle con il servizio di trasporto locale, grazie al quale dall'app digitale della carta famiglia è possibile acquistare il biglietto del treno o dell'autobus a prezzi scontati dedicati alle famiglie, e in questo modo l'app della carta famiglia funge anche da vero e proprio biglietto digitale del mezzo di trasporto.

## **Reciprocità completa del servizio**

Considerando i casi di studio transnazionali, un sistema di perfetta reciprocità nell'utilizzo degli sconti e vantaggi (Chaves-Verín o la Cooperazione Tornio-Haparanda) permetterebbe alle famiglie di evitare spiacevoli inconvenienti e dimostrare quell'uguaglianza che con l'EuregioFamilyPass si vuole trasmettere. Tuttavia la realtà iberica e quella scandinava sono notevolmente più piccole rispetto l'Euregio, di conseguenza risulta anche più semplice applicare una completa reciprocità del servizio offerto. In più, nel territorio coperto dall'EuregioFamilyPass vi sono alcune differenze culturali che, per come sono strutturate, è importante mantenere distinte.

## **Rilascio della tessera a persone extra genitori**

Com'è stato visto, alcuni casi analizzati di situazioni di carte famiglia, le singole tessere (o accesso all'app) vengono rilasciate (e di conseguenza i servizi e i vantaggi economici ad esse connessi) anche a persone extra genitori. In alcuni casi ciò avviene solamente con persone appartenenti al nucleo familiare, in altri casi invece, i fruitori sono degli estranei (babysitter). Questo potrebbe concretamente aiutare le famiglie che spesso, per motivi lavorativi, devono affidare i figli a individui che se ne occupano e ne hanno la responsabilità nei vari momenti della giornata. Tuttavia questa è una questione politica che andrebbe discussa e verificata.

## **Servizi di geolocalizzazione**

Connessa alle caratteristiche digitali, potrebbe essere utile e apprezzato dalle famiglie, introdurre un sistema di geolocalizzazione che permetta alle famiglie che si trovano fuori casa e in possesso dello smartphone, di capire la locazione del fornitore e di conseguenza il tragitto più semplice e breve per raggiungerlo. In questo caso è necessario appoggiarsi alla piattaforma Google Maps per garantire una copertura totale della fornitura, tuttavia ciò nel territorio Euregio non è possibile a causa della nominazione bi/trilingue dei luoghi. Per quanto banale possa sembrare, la possibilità di identificare precisamente il partner attraverso un link istantaneo (e non dovendo copiare e incollare l'indirizzo del luogo) e di conseguenza il tragitto per raggiungerlo è fondamentale per la soddisfazione del fruitore del servizio ed è appunto quello che è stato fatto dall'EuregioFamilyPass con la mappa interattiva.

## **4.3 SFIDE DA AFFRONTARE**

Date le complesse caratteristiche delle carte famiglia dell'Euregio, sono molte le sfide che, in base alla tipologia di offerta si devono affrontare. Nel caso delle cooperazioni transfrontaliere, il problema maggiore sta nell'evitare che un territorio sfrutti maggiormente le promozioni e le disponibilità rispetto all'altro. Questo potrebbe verificarsi ad esempio nel progetto IBK, ma la IBT ha organizzato una struttura di benefit che garantisce che non ci sia nessuna differenza tra le regioni, infatti la carta è utilizzata e accettata nello stesso modo in tutte le aree interessate dal progetto (vale anche per l'EuregioFamilyPass). Oltre alla diversità di trattamento, un'altra minaccia per gli accordi transnazionali è quella della cessazione del contratto una volta esauriti i fondi a disposizione del progetto INTERREG, cosa che è successa al FamilyNet AT-SK. È necessario mettere i territori nelle condizioni di poter continuare la relazione e il servizio anche dopo la fine del progetto INTERREG.

Negli accordi spesso ci sono realtà con disponibilità e capacità d'investimento economica maggiore rispetto ad altre, ed è in quest'ottica che risulta necessario riconoscere gli sforzi dei singoli territori coinvolti e dare loro il giusto riconoscimento.

Per raggiungere gli obiettivi di politica familiare sottesi al progetto in questione, è utile aumentare i partner e le famiglie registrate, in modo tale da poter coprire un bacino di utenti più elevato che garantirà maggiori servizi e un più frequente utilizzo della carta. In questo modo si viene a creare una community in cui sia le famiglie che i partner si scambiano informazioni e idee. In questo senso il coinvolgimento è essenziale. Ascoltare i bisogni delle famiglie come ha fatto il Vorarlberg, che ha accolto le richieste dei titolari della carta famiglia e ha stipulato contratti con

fornitori esterni al Vorarlberg e addirittura esterni all'Austria. Anche i fornitori devono essere ascoltati e deve essere data loro la giusta visibilità e promozione, sia questa sul sito web, sulle pagine dei social network, sugli opuscoli informativi, attraverso loghi che attestano la partecipazione al progetto, sebbene questi canali vengano usati costantemente dall'Euregio per raccogliere importanti informazioni e feedback.

L'ambito della digitalizzazione è molto delicato, ormai il mondo è "smart" e "digital", di conseguenza anche i servizi alle famiglie si devono adattare a questa tendenza. La digitalizzazione permette di velocizzare i passaggi e di conseguenza risparmiare tempo prezioso sia per gli amministratori che ricevono le richieste direttamente dal sito, sia per le famiglie che possono registrarsi da casa e sfruttare e utilizzare lo smartphone per accedere al servizio, che per i partner che possono aggiornare le offerte e registrare l'avvenuto godimento del servizio in via digitale. Tuttavia è necessario predisporre una piattaforma ben organizzata e funzionale per renderne più fluido possibile l'utilizzo. Una volta creata può diventare anche un canale di promozione, ma come le pagine dei social network, deve essere costantemente aggiornata. È la comunicazione continua che fa sì che famiglie e partner si abituino ad utilizzare questo servizio in modo tale da diventare un automatismo sia nella registrazione che nella fruizione. Tuttavia ogni decisione, scelta, progetto intrapreso necessita di fondi di sostentamento e, dai casi studio cui sono stati ottenuti i dati relativi ai finanziamenti, è emerso che uno dei costi maggiori (oltre ai costi del personale) è dato dall'introduzione di app digitali (perché richiesta la collaborazione di società esterne) e dal mantenimento dei siti web o pagine social. Perciò, i finanziamenti europei sono fondamentali per poter implementare le best practice immediate, e soprattutto quelle future, sebbene questo si scontri con la caratteristica di alcuni finanziamenti che hanno durata limitata nel tempo, ma che vengono rinnovati anche per più volte.

Altro fattore da tenere in considerazione è connesso alla gestione dei dati sugli spostamenti tra confini, sull'utilizzo della carta, sulla partecipazione degli utenti e sull'introduzione (o uscita) di fornitori. Dati che, una volta analizzati, sono di grande aiuto agli amministratori per prendere decisioni strategiche e operative. Come verrà ripreso nel capitolo successivo, potrebbe essere utile istituire una forma di diritto comune sui dati dell'EuregioFamilyPass, in modo tale che le tre aree possano condividere dati e informazioni sulle movimentazioni delle carte che restituirebbe un'immediata ricezione dell'andamento delle politiche applicate nell'Euregio e un suo pronto adattamento e miglioramento. La politica di privacy annessa a tale argomento impedisce questa condivisione di dati personali, tuttavia le informazioni anonime e quantitative potrebbero essere utilizzate a fini statistici.

### 5.1 RANKING DI BEST PRACTICE E ANALISI SWOT

#### Ranking di best practice

A seguito della descrizione delle carte famiglia e dell'illustrazione di quali siano le best practice da implementare nell'EuregioFamilyPass, si è vista la necessità di rappresentare una sorta di ranking (classifica) di tutte le caratteristiche rilevanti dei casi di studio che sono stati analizzati. Alcuni casi, come ad esempio il rilascio della carta a persone extra genitori, si inserisce in un contesto politico complesso che necessita di una più approfondita discussione ragionata in ogni singola regione.

È stato utilizzato un modulo di estrazione dati standardizzato per estrarre le informazioni metodologiche chiave che caratterizzano le realtà studiate<sup>64</sup>. Con l'estrazione dei dati è stata eseguita una sintesi narrativa raggruppando gli studi in base alla tipologia e alle caratteristiche del servizio. La revisione narrativa, come detto fin dall'inizio, ha indicato che nessuna singola metodologia era superiore, ma molti dei metodi condividevano dettagli rilevanti. Pertanto è stato formulato un quadro di buone pratiche, strutturato attorno alle componenti comuni identificate nella revisione narrativa, che ha funzionato attraverso le caratteristiche e le tipologie analizzate. Il quadro delle best practice è progettato per informare i decisori sull'identificazione di un metodo di classificazione delle scelte e garantire che le metodologie siano eseguite secondo le buone pratiche identificate. Di conseguenza, il passaggio successivo è stato quello di considerare le best practice del capitolo 4 e riordinarle secondo una scala decrescente in base al loro peso percentuale. Ciò ha restituito la tabella numero 3 in cui è possibile trovare un elenco di best practice presentato non secondo un criterio qualitativo, ma basato su uno standard quantitativo. In questo modo nelle prime posizioni ci sono quelle best practice che, analizzando gli undici casi studio, sono presenti con una frequenza maggiore. Mentre nelle ultime posizioni ci sono quelle buone pratiche che, seppur molto importanti, non compaiono spesso nelle situazioni europee analizzate. Questa logica è stata replicata anche per la successiva distinzione in best practice applicabili immediatamente e in futuro. Nel caso della tabella numero 3, al primo posto c'è la possibilità di registrarsi al servizio delle carte sconto online (opzione già possibile in tutti e tre i territori Euregio) e la divulgazione delle informazioni attraverso i social network. Al secondo posto lo sfruttamento di una politica top down per l'introduzione del servizio, e al terzo posto la possibilità da parte dei partner di decidere autonomamente l'ammontare dello sconto e la tipologia dell'offerta da elargire (opzione già possibile in alcuni territori Euregio).

Sempre al terzo posto (con lo stesso punteggio) rientra la creazione di un sito web dedicato esclusivamente all'iniziativa promossa, caratteristica che l'Euregio già possiede e sfrutta egregiamente, ma essendo questa una rappresentazione di best practice, è stato deciso di prenderla ugualmente in considerazione nell'elencazione delle buone pratiche.

L'organizzazione di concorsi a premi (attività che solo il 36% dei casi studio promuove), si trova in fondo alla lista, ma come è stato visto, ha un enorme potenziale in termini di coinvolgimento e promozione del servizio. Al penultimo posto c'è l'integrazione con altre piattaforme, anche in questo caso solamente il 27% delle realtà ha questo tipo di partnership e, infine solo il 25% offre sconti e vantaggi anche ai residenti.

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

Tabella n. 3, ranking di best practice<sup>65</sup>

<b>RANKING BEST PRACTICE</b>	
<b>REGISTRAZIONE ONLINE DELLA CARTA</b>	91%
<b>SOCIAL NETWORK</b>	91%
<b>POLITICA TOP DOWN</b>	82%
<b>AUTONOMIA DEI PARTNER NELLA GESTIONE VANTAGGI</b>	73%
<b>SITO WEB PERSONALE PER CARTA</b>	73%
<b>PAGINA SOCIAL NETWORK DEDICATA</b>	72%
<b>TESSERA RILASCIATA A PERSONE EXTRA GENITORI</b>	72%
<b>NEWSLETTER</b>	64%
<b>ORGANIZZAZIONE DI EVENTI</b>	64%
<b>AGGIORNAMENTO CON RILASCIO UNA NUOVA TESSERA</b>	63%
<b>GOVERNANCE CON PIÙ DI 3 FUNZIONARI</b>	60%
<b>FINANZIAMENTO REGIONALE</b>	55%
<b>SISTEMI DI GEOLOCALIZZAZIONE</b>	55%
<b>ATTIVITÀ TRANSFRONTALIERA</b>	46%
<b>REGISTRAZIONE DELLA CARTA ONLINE E DI PERSONA</b>	46%
<b>REGISTRAZIONE DELLA CARTA SOLO ONLINE</b>	46%
<b>APP DIGITALE</b>	45%
<b>FILTRI PER LA SCELTA SUL SITO</b>	45%
<b>ORGANIZZAZIONE A LIVELLO COMUNALE</b>	45%
<b>ORGANIZZAZIONE A LIVELLO REGIONALE</b>	45%
<b>UNA SOLA TESSERA RILASCIATA IN FASE DI REGISTRAZIONE (PREVISTO AGGIORNAMENTO ANNUALE AUTOMATICO)</b>	45%
<b>UTILIZZO DI UNA LINGUA COMUNE</b>	40%
<b>UTILIZZO DI UNA LINGUA FRANCA</b>	40%

<sup>65</sup> EuregioFamilyPass, ranking di best practice, grafica Word, 2021



<b>ORGANIZZAZIONE DI CONCORSI A PREMI</b>	36%
<b>TESSERA RILASCIATA SOLO AI GENITORI</b>	36%
<b>INTEGRAZIONE CON ALTRE PIATTAFORME</b>	27%
<b>SERVIZI PER RESIDENTI</b>	25%

### Ranking di best practice immediatamente applicabili

Il secondo step è stato quello di creare un ranking estrapolandolo dalla tabella n 1, in modo tale da rappresentare la relazione delle caratteristiche delle carte vantaggio europee con quelle che sono le esigenze di applicabilità immediata all'EuregioFamilyPass. Nel caso in questione, la prima azione necessaria che sarebbe da introdurre sono le pagine social, utili a promuovere iniziative e informazioni. L'Euregio è presente in entrambi i social network dove comunica tutte le iniziative promosse, di conseguenza sarebbe facilitato nell'ipotesi di introdurre anche le pagine dedicate all'EuregioFamilyPass, in quanto conosce già il funzionamento sia di Facebook che di Instagram. Anche la partecipazione ad eventi su misura per le famiglie Euregio risultano essere delle attività molto utilizzate dalle realtà studiate, e nei casi di transfronlinearità, gli eventi proposti sono nella maggior parte condivisi. Segue, al terzo posto, la strutturazione completa e ben strutturata di filtri nel sito internet. Con una percentuale più bassa invece si posiziona l'organizzazione di concorsi a premi, sebbene (come visto sopra) con un potenziale di coinvolgimento notevolmente più elevato. Anche la newsletter con giochi per bambini si trova in fondo alla classifica, ma ciò non significa che sia una best practice meno rilevante, ma solamente che sono poche (ovvero il 36%) delle realtà studiate che propone questa attività.

Tabella n. 4, ranking best practice immediatamente applicabili<sup>66</sup>

<b>RANKING BEST PRACTICE IMMEDIATAMENTE APPLICABILI</b>	
<b>PAGINA SOCIAL NETWORK DEDICATA</b>	72%
<b>ORGANIZZAZIONE DI EVENTI</b>	64%
<b>FILTRI PER LA SCELTA SUL SITO</b>	45%
<b>AGGIORNAMENTO IN MODO DIGITALE</b>	37%
<b>NEWSLETTER CON GIOCHI PER BAMBINI</b>	36%
<b>ORGANIZZAZIONE DI CONCORSI A PREMI</b>	36%

### Ranking di best practice applicabili in futuro

Con la stessa logica è stato deciso di strutturare un ranking di best practice anche per le attività applicabili in futuro. In questo caso è risultato che la tessera rilasciata a persone extra genitori è molto utilizzata nelle altre realtà. Al secondo posto invece si trovano i sistemi di geolocalizzazione e al terzo l'introduzione di un'app digitale che sostituisce il formato cartaceo. Meno comune, ma molto efficiente è invece la perfetta reciprocità del servizio.

<sup>66</sup> EuregioFamilyPass, ranking di best practice immediatamente applicabili, grafica Word, 2021

Tabella n. 5, ranking best practice applicabili in futuro<sup>67</sup>

<b>RANKING BEST PRACTICE APPLICABILI IN FUTURO</b>	
<b>TESSERA RILASCIATA A PERSONE EXTRA GENITORI</b>	72%
<b>SISTEMI DI GEOLOCALIZZAZIONE</b>	55%
<b>APP DIGITALE</b>	45%
<b>PIÙ TESSERE RILASCIATE PER FAMIGLIA</b>	45%
<b>SOFTWARE BANCA DATI</b>	36%
<b>INTEGRAZIONE CON ALTRE PIATTAFORME</b>	27%
<b>RECIPROCIÀ COMPLETA DEL SERVIZIO</b>	18%

Riprendendo i criteri scritti all'inizio del capitolo, le tabelle dei ranking di buone pratiche sopra riportate non vogliono essere una classifica di migliori best practice (nelle prime posizioni) e peggiori (nelle ultime), ma sono state presentate in questo modo con l'obiettivo di mostrare quali tra le buone pratiche individuate nel corso dell'analisi, siano più utilizzate e sfruttate in altri contesti europei. Questo semplicemente permette di capire quali siano le iniziative/attività con un percorso storico già avviato e di conseguenza con una solidità, popolarità e funzionalità maggiore. Allo stesso tempo, quelle con una percentuale più alta (nelle prime posizioni) essendo più diffuse, facilitano il reperimento di più informazioni. Le best practice applicabili in futuro, si inseriscono in un contesto politico e devono essere discusse più in dettaglio a livello generale (di Euregio) e successivamente anche all'interno dei singoli territori (Tirolo, Alto Adige e Trentino). In questo senso l'orizzonte temporale di attuazione di queste buone pratiche è molto più esteso (si parla quindi di anni) perché sono necessarie delle programmazioni strutturate e organizzate.

A seguito della spiegazione del ranking si riporta, come elemento chiave ai fini dello studio e della sua discussione, l'elenco di best practice che, presenti nel documento, sono già attive e utilizzate all'interno dei territori Euregio. In alcuni casi, tali pratiche sono condivise e integrate in tutte e tre le aree al livello euroregionale: l'organizzazione di concorsi a premi, il filtro per la selezione dei partner e la geolocalizzazione (entrambi grazie alla mappa interattiva), il giornale pubblicato quattro volte l'anno "EuregioFamilyPass News", una brochure informativa per gli utenti, la partecipazione ad eventi in tutti e tre i territori, il sito web comune nella Homepage Euregio, l'utilizzo di canali digitali Euregio e delle province per la pubblicazione di notizie inerenti l'EuregioFamilyPass e il rispetto delle tempistiche prestabilite. Mentre, in altri casi come: l'utilizzo di un'app digitale, l'aggiornamento automatico della tessera, il numero di tessere emesse in base al numero di genitori e il rilascio della carta a persone extra genitori, sono servizi e caratteristiche anch'essi già previsti dall'EuregioFamilyPass in alcune aree Euregio, ma non uniformati nell'intera area.

## **Analisi SWOT**

Essendo la matrice per l'analisi SWOT uno strumento usato per prendere decisioni di tipo strategico, è stato deciso di costruirne una per l'EuregioFamilyPass.

Nella prima riga sono presentati i fattori interni, ovvero gli aspetti del progetto che dipendono dall'organizzazione. In particolare, nella sezione di sinistra sono elencati i "punti di forza", mentre in quella di destra i "punti di

<sup>67</sup> EuregioFamilyPass, ranking best practice applicabili in future, grafica Word, 2021

debolezza". Scaturiti entrambi dai fattori interni, sia i punti di forza che i punti di debolezza possono essere attivamente modificati dall'organizzazione.

La seconda riga invece contiene quei fattori esterni su cui l'Euregio non ha potere ma che allo stesso tempo devono essere tenuti sotto controllo. Sono queste le "opportunità" (sezione di sinistra) e le "minacce" (sezione di destra).

Tabella n. 6, analisi SWOT EuregioFamilyPass<sup>68</sup>

	FATTORI POSITIVI	FATTORI NEGATIVI
FATTORI INTERNI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilità nella comunicazione interna</li> <li>• Cabina di regia ben strutturata</li> <li>• Design chiaro e subito riconoscibile</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diversa gestione delle politiche familiari tra i territori</li> <li>• Mancanza di assoluta reciprocità dei servizi e del trattamento</li> <li>• Disomogeneità nel numero di servizi nei tre territori Euregio</li> </ul>
FATTORI ESTERNI	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aree limitrofe ricche di benefit per le famiglie</li> <li>• Ottima rete di collegamento infrastrutturale nell'Euregio</li> <li>• Passato storico comune</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Famiglie sempre più esigenti</li> <li>• Sempre meno tempo da dedicare al tempo libero da parte delle famiglie</li> <li>• Trend del costo della vita in aumento</li> </ul>

Per quanto riguarda i punti di forza dei fattori interni, riguardo la "facilità nella comunicazione interna" sono stati trovati sistemi e modi di lavorare che sono adatti al contenuto del progetto e alle realtà di ogni agenzia. "Cabina di regia ben strutturata" è un altro punto di forza in quanto questa è composta dai dirigenti delle agenzie/dipartimenti competenti per la famiglia di tutti i territori e il responsabile del progetto per l'Euregio. Di conseguenza si tratta di personale qualificato che garantisce un coordinamento delle attività con una logica partecipativa e un'alta professionalità. In più, un punto di forza particolarmente importante è il supporto dato da una "tradizione storica comune" che identifica i territori dell'Euregio. Tale caratteristica non è per nulla banale o scontata, infatti una relazione che nasce tra territori che condividono cultura e tradizioni simili, nonché un passato caratterizzato da rapporti e legami importanti ne favorisce la collaborazione. Infine, dal punto di vista estetico, l'EuregioFamilyPass ha una grafica inconfondibile che gli permette di essere chiaro all'interno del territorio Euregio, ma allo stesso tempo di identificare la propria area di appartenenza. Questa peculiare caratteristica non è stata rilevata in nessun caso analizzato.

Tra i punti di debolezza dei fattori interni invece è stata inserita la "diversa gestione delle politiche familiari tra EuregioFamilyPass", che in alcuni casi può causare una confusione da parte delle famiglie, oltre ad un senso di disuguaglianza. Questo si traduce in "mancanza di assoluta reciprocità dei servizi e del trattamento", che si distanzia dalla logica della carta vantaggi per famiglie condivisa che scaturisce una "disomogeneità nel numero di servizi nei tre territori Euregio".

In basso a sinistra invece ci sono le opportunità che sorgono dal fatto che attorno al contesto Euregio ci sono territori che possiedono dei servizi sotto forma di carte famiglia con la logica dell'EuregioFamilyPass. In tal modo

<sup>68</sup> EuregioFamilyPass, analisi SWOT EuregioFamilyPass, tabella Word, 2021

è possibile avere dei contatti e scambiare informazioni utili che potrebbero anche sfociare in possibili partnership redditizie. Inoltre, un'ottima opportunità per la transnazionalità dell'EuregioFamilyPass è data dal fatto che esiste un'ottima rete di collegamento infrastrutturale nell'Euregio", perciò lo spostamento interregionale in questo senso è ulteriormente avvantaggiato.

Infine le minacce dei fattori esterni sono dovute al fatto che le famiglie (ma in generale le persone) sono sempre più esigenti e quindi diventa difficile riuscire a sostenere questo trend nell'offerta di servizi in modo tale da soddisfare i titolari dell'EuregioFamilyPass e i partner. In più, con la società in continua evoluzione, è sempre minore il tempo libero da dedicare alla famiglia, di conseguenza molte attività legate al tempo libero rischiano di non collimare con le esigenze e le richieste delle famiglie stesse. Concludendo, una minaccia che condiziona le scelte di tutti i soggetti coinvolti è l'andamento crescente del costo della vita, il quale vincola le scelte non solo delle famiglie, ma soprattutto dei partner che si rendono meno disponibili a collaborare in progetti come EuregioFamilyPass.

## 5.2 ADATTAMENTI E MIGLIORIE APPORTABILI

Come anticipato nel capitolo 4.1, considerando il fatto che tutti i territori hanno un dipartimento competente nell'ambito della pubblica amministrazione che sono incorporati in questa logica, è difficile introdurre un sito web apposito per l'EFP, che sostituisca il sito dell'agenzia del dipartimento.

Ancora una volta sono necessarie delle decisioni a livello politico di tutti i territori Euregio che diano le linee guida e gli strumenti idonei ai tre territori per comunicare e definire uno standard da applicare ai siti internet.

In secondo luogo, con l'idea di introdurre un sistema di app digitalizzato che permetta alle famiglie di utilizzare la carta famiglia in via immateriale, sarebbe importante svolgere un sondaggio tra i partner per capire in che modo preferirebbero registrare lo sconto, se attraverso un QR code oppure un codice a barre. Questo si dimostrerebbe molto utile, in quanto si mirerebbe a collimare le esigenze dei fornitori secondo una politica di bottom up. Un sistema digitalizzato inoltre permetterebbe anche di evitare l'inutile attesa delle famiglie agli sportelli dei fornitori per fare, o solamente rettificare, la registrazione.

Introducendo l'app sarà importante fornire tutti i servizi ad essa connessi, di conseguenza un buon sistema di filtraggio per selezionare effettivamente il servizio richiesto con i dovuti supporti "extra" sarà fondamentale, nonché l'integrazione con piattaforme di geolocalizzazione per permettere una più accurata e puntuale localizzazione del servizio, il quale può essere implementato con ulteriori software partnership.

Infine, per raccogliere i dati, non è sufficiente l'attuale sistema che registra solamente le nuove iscrizioni, ma sarà necessario un software più strutturato che sia in grado di restituire anche dei piccoli, ma molto utili, risultati di analisi. Questo si scontra con la dura e complessa politica di privacy. I dati, che sarebbero molto utili a livello di analisi statistica, per essere raccolti richiedono delle autorizzazioni particolari che a loro volta sono regolamentati da normative europee rigide e molto elaborate che richiedono tempo e costi elevati per l'implementazione.

Come è stato visto, l'aspetto digitale è un fattore che sicuramente necessita uno spazio importante all'interno delle politiche dell'EuregioFamilyPass. Tuttavia ci sono una serie di servizi che possono sfruttare questa innovazione e possono essere ricondotti al pagamento contactless (progetto molto ambizioso pianificabile su un progetto di lungo termine), che quindi sviluppa ulteriormente la carta e la potrebbe far diventare anche uno strumento di pagamento, utilizzata poi ad esempio per il noleggio delle biciclette elettriche nelle città (progetto di Chaves e Verín in via di strutturazione).

## 5.3 RACCOMANDAZIONI

La digitalizzazione favorisce e facilita la fruizione del servizio per la famiglia (o l'utente nel caso delle carte vantaggi per residenti o turisti), ma dal punto di vista dei partner l'utilizzo di un'app ha un aspetto gestionale diverso.

Sebbene questi siano favorevoli alla sua introduzione e ne comprendano le potenzialità e l'utilità (anche secondo la prospettiva di facilità di promozione) è necessario che tutti accettino la carta vantaggi in formato digitale e che si dotino di un sistema univoco di riconoscimento del servizio. I partner non hanno alcun vantaggio nello scannerizzare un QR-Code piuttosto che adottare un altro sistema di lettura, di conseguenza con un numero di partner elevato ci sono molti sistemi diversi di cash-register che di conseguenza non permettono di ottenere una banca dati organica e completa. Allo stesso tempo, l'utilizzo da parte delle famiglie di un servizio non gestito in maniera perfettamente omogenea, ovvero richiedendo sistemi diversi di lettura dello sconto a seconda del soggetto partner, potrebbe causare perplessità e complessità tanto da generare l'effetto di contrarietà al servizio e di conseguenza il suo inutilizzo.

È per questo motivo che l'introduzione di un'app digitale è stata categorizzata come best practice da introdurre in futuro, perché prima sarà necessario coinvolgere maggiormente i partner e le famiglie investigando sulle loro preferenze, cosicché sia possibile strutturare un sistema (anche appoggiandosi a ditte esterne) per sviluppare una piattaforma digitale coerente con le richieste ed esigenze della comunità.

Spesso i rapporti tra due o più territori nel corso della loro collaborazione possono affrontare delle discordie su determinate decisioni, un modo affinché si possa garantire una corretta e funzionale cooperazione è quello di operare sempre secondo l'obiettivo di equità di trattamento. Come nel caso di Tornio-Haparanda, in cui tutti i progetti, gli accordi, le decisioni, ma soprattutto i costi e i benefici sono gestiti con una logica 50-50, anche nel contesto Euregio deve esserci una precisa ripartizione eguale dell'onere e delle risorse.

Un'altra peculiarità alla quale è necessario prestare attenzione è la transnazionalità della carta. L'obiettivo è quello di facilitare lo spostamento dei cittadini nell'Euregio condividendo le risorse e i benefici e allo stesso tempo sviluppare il senso di appartenenza; un'appartenenza ad un territorio con confini propri dettati da cultura e tradizioni, che condivide gli stessi vantaggi e svantaggi. È quindi necessario riuscire a gestire al meglio i rapporti tra i partner dei diversi territori e l'Euregio, affinché per ognuno di essi ci sia sempre interesse nel rimanere e portare avanti il progetto EuregioFamilyPass. Per fare ciò è necessario stimolare l'utilizzo della carta famiglia con offerte e benefici descritti nel presente report. In questo modo si evita di seguire l'esempio del FamilyNet Austria-Slovacchia, per il quale nel momento in cui sono terminati i fondi INTERREG, si sono interrotti anche i rapporti. Avendo invece una consolidata percezione della carta, della sua utilità e del suo potenziale, se non dovessero più esserci dei fondi destinati a questo progetto, esso sarebbe in grado di mantenersi grazie all'autofinanziamento, come succede per l'IBK nel Lago di Costanza. Per un ulteriore sviluppo all'EuregioFamilyPass non solo sono state individuate delle best practice d'azione, ma sono anche state divise in immediatamente applicabili e applicabili in futuro. Nel presente studio sono state elencate tutta una serie di best practice in parte condivise anche con l'EuregioFamilyPass che corrisponde (a volte anche soltanto parzialmente) a molte caratteristiche elencate.

Da non sottovalutare è l'aspetto politico, essendo l'Euregio un'area transnazionale è anche soggetta a diverse leggi che governano i due stati. D'altro canto, però, il vantaggio dell'EuregioFamilyPass è che ha il sostegno della politica di tutti e tre i territori, come sottolinea il protocollo d'intesa del 27.05.2021 firmato da tutti e tre gli assessori per la famiglia e che è stato scritto con il sostegno dei presidenti dell'Euregio nel quale è stabilita la continuazione del progetto EuregioFamilyPass. In conclusione, è possibile affermare che, a ricerca conclusa, l'EuregioFamilyPass nella sua struttura e organizzazione è unico nell'UE.

Infine, non da ultimo, come è stato visto per il progetto transfrontaliero austriaco-slovacco che si è interrotto, diventa strategica la costante collaborazione e cooperazione tra i territori. Prima di poter promuovere il servizio all'esterno (alle famiglie) è necessaria una forte e trasparente comunicazione interna, che abbia una continuità nel tempo e che possa garantire il passaggio delle informazioni in maniera chiara e immediata. Solo in questo modo si riuscirà a mantenere un servizio costante ed evitare gli errori che sono stati commessi in altre situazioni affini a quella dell'EuregioFamilyPass.

### 6.1 BIBLIOGRAFIA

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 SITOGRAFIA

Ayuntamiento de Ayamonte,

[www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/](http://www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/) (ultimo accesso 01/06/2021)

Bodenseekreis, [www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/](http://www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/) (ultimo accesso 07/06/2021)

Bothian Arc, [www.ec.europa.eu/regional\\_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothianarc.pdf](http://www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothianarc.pdf) (ultimo accesso 01/06/2021)

CBS, [www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners](http://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners) (ultimo accesso 01/06/2021)

CBS, [www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei](http://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei) (ultimo accesso 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](http://www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902) (ultimo accesso 28/05/2021)

Central State Office for Demography and Youth, [www.e-djecjakartica.hr/](http://www.e-djecjakartica.hr/) (ultimo accesso 28/05/2021)

Città slow, [www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/](http://www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/) (ultimo accesso 05/06/2021)

City population, [www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion\\_aachen/05334002\\_aachen/](http://www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion_aachen/05334002_aachen/) (ultimo accesso 01/06/2021)

DATAcube, [www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_DEM/om7001rr/v\\_om7001rr\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk) (ultimo accesso 28/05/2021)

Der NÖ Familienpass Land Niederösterreich, [www.noee.gv.at/noee/Familien/Familienpass.html](http://www.noee.gv.at/noee/Familien/Familienpass.html) (ultimo accesso 10/06/2021)

ESPON EGCT, [www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies](http://www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies) (ultimo accesso 03/06/2021)

EGCT Eurocidade Chaves Verín, [www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx](http://www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx) (ultimo accesso 27/05/2021)

Eurocidade Chaves Verín AECT, <http://en.eurocidadechavesverin.eu/> (ultimo accesso 01/06/2021)

Eurocidade Chaves Verín, <http://www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao> (ultimo accesso 01/06/2021)

Gemeente Vaals, [www.vaals.nl/inwoners/gezinspas](http://www.vaals.nl/inwoners/gezinspas) (ultimo accesso 26/05/2021)

Haparanda Tornio, <https://haparandatornio.com/> (ultimo accesso 10/06/2021)

Il Sole 24 ore, [www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh\\_ce=1](http://www.mercati.ilssole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1) (ultimo accesso 30/06/2021)

Inside marketing, [www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/](http://www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/) (ultimo accesso 28/08/2021)

INTERACT, KEEP.EU, <https://keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/> (ultimo accesso 01/06/2021)

Internationale Bodensee Konferenz, [www.bodenseekonferenz.org/statut](http://www.bodenseekonferenz.org/statut) (ultimo accesso 06/06/2021)

Interreg Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, <https://www.interreg.org/> (ultimo accesso 01/06/2021)

Interreg Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, [www.sk-at.eu/](http://www.sk-at.eu/) (ultimo accesso 15/05/2021)

Interviste online in data 11/06/2021

- Dietmar Übelher, responsabile IT, database, app, strumenti online Aha Vorarlberg
- Nerea Pérez Adriano, responsabile tecnico del progetto europeo Eurocidade Chaves-Verín, AECT

Lago di Costanza Vacanze e viaggi, [www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/](http://www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/) bcp (ultimo accesso 03/06/2021)

Land Oberoesterreich Statistik, [www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm](http://www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm) (ultimo accesso 13/05/2021)

NÖ FAMILIENLAND GMBH, [www.familienpass.at/](http://www.familienpass.at/) (ultimo accesso 10/06/2021)

NÖ FAMILIENLAND, [www.noee-familienland.at/](http://www.noee-familienland.at/) (ultimo accesso 10/06/2021)

OÖ Familienkarte, [www.familienkarte.at/de/familienkarte.html](http://www.familienkarte.at/de/familienkarte.html) (ultimo accesso 18/06/2021)

OÖ Familienkarte, [www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html](http://www.familienkarte.at/de/familienkarte/ihre-vorteile/ooeversicherung.html) (ultimo accesso 13/05/2021)

Rodinný Pas, [www.rodinne-pasy.sk/](http://www.rodinne-pasy.sk/) (ultimo accesso 11/06/2021) Rodinné pasy, [www.rodinnepasy.cz/](http://www.rodinnepasy.cz/) (accesso 08/06/2021)

Rodinné pasy, [www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/](http://www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/) (accesso 08/06/2021)

Slovak House of Centrope, [www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/](http://www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/) (accesso 11/06/2021)

Staedteregion Aachen, <https://bportal.staedteregion-aachen.de/staedteregion-a-z/-/egov-bis-detail/dienstleistung/13166/show> (ultimo accesso 11/06/2021)

Statcube, [www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825](http://www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825) (ultimo accesso 27/06/2021)

Statistik Austria, [www.statistik.at/web\\_de/nomenu/suchergebnisse/index.html](http://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html) (ultimo accesso 13/05/2021)

Transfrontier Operational Mission (MOT), [www.espaces-transfrontaliers.org/en/resources/territories/cross-border-conurbations/haparanda-tornio/haparando-tornio-4/](http://www.espaces-transfrontaliers.org/en/resources/territories/cross-border-conurbations/haparanda-tornio/haparando-tornio-4/) (accesso 02/07/2021)

Trnavský kraj, [www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_DEM/om7001rr/v\\_om7001rr\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk) (accesso 28/05/2021)

Vorarlberger Familienpass, [www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass](http://www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass) (ultimo accesso 05/06/2021)

## 6.3 LISTA DELLE TABELLE

TABELLA N. 1, OBIETTIVI E METODOLOGIA DELLE FASI DI RICERCA

TABELLA N. 2, CASI DI STUDIO SELEZIONATI

TABELLA N. 3, RANKING DI BEST PRACTICE

TABELLA N. 4, RANKING BEST PRACTICE IMMEDIATAMENTE APPLICABILI

TABELLA N. 5, RANKING BEST PRACTICE APPLICABILI IN FUTURO

TABELLA N. 6, ANALISI SWOT EUREGIOFAMILYPASS

## 6.4 LISTA DELLE FIGURE

FIGURA N. 1, NUMERO DI SERVIZI PER CATEGORIA DI FRUITORI.

FIGURA N. 2, SERVIZI OFFERTI ATTRAVERSO IL RODINNÝ PAS NELLA REGIONE DI BRATISLAVA.

FIGURA N. 3, PERCENTUALE DI PARTNER NEI SETTORI COINVOLTI NELL'EUROCIDADE CARD CHAVES-VERÍN.

FIGURA N. 4, PERCENTUALE DI PARTNER NEI SETTORI COINVOLTI NELL'E-CHILDREN'S CARD MUDRICA CROAZIA

FIGURA N. 5, PERCENTUALE DI OFFERTE PER SETTORE DI APPARTENENZA.

FIGURA N. 6, NUMERO DI CASI STUDIO CHE UTILIZZANO SOCIAL NETWORK (CON DISTINZIONE).

FIGURA N. 7, COMBINAZIONE DI SOCIAL NETWORK UTILIZZATI DAI CASI DI STUDIO55.

FIGURA N. 8, MODALITÀ E UTILIZZO DELLE PAGINE SOCIAL.

FIGURA N. 9, TIPOLOGIA DI SERVIZIO.

FIGURA N. 10, LINGUA UTILIZZATA PER LA COMUNICAZIONE.



FIGURA N. 11, LIVELLO DI ORGANIZZAZIONE DELLE CARTE TRANSNAZIONALI  
FIGURA N. 12, NUMERO DI TESSERE EMESSE AL MOMENTO DELLA REGISTRAZIONE.  
FIGURA N. 13, MODALITÀ DI REGISTRAZIONE AL SERVIZIO  
FIGURA N. 14, ABILITAZIONE DEL SERVIZIO DI SCONTI  
FIGURA N. 15, FONTE DI FINANZIAMENT.

## 6.5 GLOSSARIO

AVV: Aachener Verkehrsverbund (associazione dei trasporti di Aachen) GDPR: General Data Protection Regulation  
GECT: Gruppo Europeo di Cooperazione Territoriale  
GmbH: Gesellschaft mit beschränkter Haftung (società a responsabilità limitata)  
IBK: Internationale Bodensee Konferenz  
IBT: Internationale Bodensee Tourismus GmbH NÖ: Niederösterreich (Bassa Austria)  
ÖBB: Österreichische Bundesbahnen (ferrovie federali austriache) OÖ: Oberösterreich (Alta Austria)  
SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (punti di forza, punti di debolezza, opportunità, minacce)  
VVV: Vorarlberger Verkehrsverbund (associazione dei trasporti del Vorarlberg)



[www.familypass.eu](http://www.familypass.eu)

# ***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.<sup>in</sup> Verena Egger.

<b>1. EINFÜHRUNG</b>	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
<b>2. EUREGIOFAMILYPASS</b>	9
<b>3. FALLSTUDIEN UND BEST PRACTICES</b>	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
<b>4. ERGEBNISSE</b>	<b>48</b>
4.1 Sofort anwendbare Best Practices	48
4.2 Zukünftig umsetzbare Best Practices	50
4.3 Zu bewältigende Herausforderungen	54
<b>5. DISKUSSION UND SCHLUSSFOLGERUNGEN</b>	<b>55</b>
5.1 Best-Practice-Rangliste und SWOT-Analyse	55
5.2 Anpassungen und Verbesserungen	60
5.3 Empfehlungen	61
<b>6. BIBLIOGRAFIE UND VERZEICHNIS DER INTERNETSEITEN</b>	<b>62</b>
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-Fallstudie<sup>1</sup> 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 erkennen<sup>2</sup>. 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.

<sup>1</sup> Gustafsson, J. (2017). Single case studies vs. Multiple case studies: A comparative study. 15. <sup>2</sup> 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 Webinar<sup>3</sup> 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 geeignet<sup>4</sup>.

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 Gesamtlösung<sup>5</sup> ergeben.

---

<sup>3</sup> 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 <sup>4</sup> Gillham, B. (2005). Research interviewing: The range of techniques. Milton Keynes (UK). Open University Press <sup>5</sup> 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 Forschungsphasen<sup>6</sup>

	PHASE 1	PHASE 2	PHASE 3
<b>ZIELE</b>	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.
<b>METHODIK</b>	<b>Explorative Forschung</b> zur Entdeckung und Erforschung.	<b>Deskriptive Forschung</b> mit einem vordefinierten und strukturierten Design.	<b>Kausalforschung</b> 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.

<sup>6</sup> 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 Fallstudien<sup>7</sup>

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

Quelle: NS Datenauswertung 2021

<sup>7</sup> 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-AT<sup>8</sup>, 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

<sup>8</sup> INTERREG Slovakia-Austria European Regional Developing Fund, [www-old.sk-at.eu/](http://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)<sup>9</sup>. 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 %) <sup>10</sup>. 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 sind<sup>11</sup>.

**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 Zusammenarbeit<sup>12</sup>, auch wenn die Webseiten und Mitteilungen jeweils in der Amtssprache des betreffenden Gebiets verfasst sind.

<sup>9</sup> City population, [www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion\\_aachen/05334002\\_aachen/](http://www.citypopulation.de/en/germany/nordrheinwestfalen/st%C3%A4dteregion_aachen/05334002_aachen/) (Aufruf am 01.06.2021) <sup>10</sup> CBS, [www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners](http://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/regionaal/inwoners) (Aufruf am 01.06.2021) <sup>11</sup> CBS, [www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei](http://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei) (Aufruf am 01.06.2021) <sup>12</sup> Città slow, [www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/](http://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 Hotels<sup>13</sup> in Vaals am Projekt teil und bieten spezielle Ermäßigungen und Sonderaktionen an. In Aachen beläuft sich die Zahl der VorteilsgeberInnen auf fast 450<sup>14</sup>.

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.

---

<sup>13</sup>. Gemeente Vaals, [www.vaals.nl/inwoners/gezinspas](http://www.vaals.nl/inwoners/gezinspas) (Aufruf am 26.05.2021) <sup>14</sup>. 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 Freizeitzielen 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 Provinz<sup>15</sup>. 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

<sup>15</sup> Interact, Keep.eu, [www.keep.eu/projects/667/Bothnian-Arc-Arctic-Coastal-T-EN/](http://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 soll<sup>16</sup>. 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 vertreten<sup>17</sup>. 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.

---

<sup>16</sup> Haparanda Tornio, [www.haparandatornio.com/](http://www.haparandatornio.com/) (Aufruf am 10.06.2021) <sup>17</sup> Espon EGCT, [www.espon.eu/cross-border-public-services-border-towns-case-studies](http://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.<sup>18</sup>

### 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 2013<sup>19</sup> 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.

<sup>18</sup>. Bothnian arc, [www.ec.europa.eu/regional\\_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothnianarc.pdf](http://www.ec.europa.eu/regional_policy/archive/consultation/baltic/doc/organisation/bothnianarc.pdf) (Aufruf am 01.06.2021) <sup>19</sup>. EGCT Eurocidade Chaves Verín, [www.portal.cor.europa.eu/egtc/CoRActivities/Pages/Eurocidade-Chaves-Verin.aspx](http://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 wird<sup>20</sup>.

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

---

<sup>20</sup>. Eurocidade Chaves Verín AECT, [www.en.eurocidadechavesverin.eu/](http://www.en.eurocidadechavesverin.eu/) (Aufruf am 01.06.2021)

Gewinnspielen der Eurostadt<sup>21</sup>. 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 bei<sup>22</sup>. 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

---

<sup>21</sup> Eurocidade Chaves Verín AECT, [www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao](http://www.eurocidadechavesverin.eu/cartao/descricao) (Aufruf am 01.06.2021) <sup>22</sup> Ayuntamiento de Ayamonte, [www.ayamonte.es/ayuntamiento-por-areas/eurociudad-cooperacion/proyectos-de-la-eurociudad/laboratorio-de-gobernanza-transfronteriza-euroguadiana-2020/](http://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 Liechtenstein<sup>23</sup> <sup>24</sup>. 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<sup>PLUS</sup> eingeführt hat.

In der Vierländerregion Bodensee gibt es zwei Vorteilskarten für Familien: die Bodensee Card<sup>PLUS</sup> und das Bodensee-Ticket<sup>25</sup>. 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<sup>PLUS</sup> 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.

<sup>23</sup>. Internationale Bodensee Konferenz, [www.bodenseekonferenz.org/statut](http://www.bodenseekonferenz.org/statut) (Aufruf am 06.06.2021) <sup>24</sup>. Interreg Alpenrhein-Bodensee-Hochrhein 2014-2020, [www.interreg.org/](http://www.interreg.org/) (Aufruf am 01.06.2021) <sup>25</sup>. Lago di Costanza Vacanze e viaggi, [www.bodensee.eu/it/cosa-scoprire/lago-di-costanza-highlights/bcp](http://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)<sup>26</sup>, 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<sup>PLUS</sup> ist nicht nur für ansässige Familien, sondern auch für TouristInnen bestimmt. Mit dem Kauf der Bodensee Card<sup>PLUS</sup> kann man viele Attraktionen in der Bodenseeregion kostenlos nutzen. Für Kinder unter 6 Jahren sind diese Angebote immer kostenlos. Die Bodensee Card<sup>PLUS</sup> 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<sup>PLUS</sup> 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

---

<sup>26</sup> Bodenseekreis, [www.bodenseekreis.de/landkreis-tourismus/tourismusfoerderung/internationale-bodensee-tourismus-gmbh/](http://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 Pflegeelternteil 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 Ermäßigungsprozentsatz<sup>27</sup>.

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 hatten<sup>28</sup>.

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.

---

<sup>27</sup> Central State Office for Demography and Youth, [www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902](http://www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902) (Aufruf am 28.05.2021) <sup>28</sup> Central State Office for Demography and Youth, [www.e-djecjakartica.hr/](http://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 Kinder<sup>29</sup>.

---

<sup>29</sup> Central State Office for Demography and Youth, [www.demografijaimladi.gov.hr/obitelj-i-mladi-u-sredistu/demografija-5636/e-djecja-kartica-mudrica/5902](http://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 Euro<sup>30</sup>); für die Betreuung des Informationssystems sind 383.175,00 kroatische Kuna pro Jahr (51.127,04 Euro<sup>31</sup>) 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 sind<sup>32</sup>.

**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 werden<sup>33</sup>.

**Governance:** der NÖ Familienpass wird von der NÖ Familienland GmbH<sup>34</sup> 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

<sup>30</sup>. Il Sole 24 ore, [www.mercati.ilsole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh\\_ce=1](http://www.mercati.ilsole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1) (Aufruf am 30.06.2021) <sup>31</sup>. Il Sole 24 ore, [www.mercati.ilsole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh\\_ce=1](http://www.mercati.ilsole24ore.com/strumenti/converti-valute?refresh_ce=1) (Aufruf am 30.06.2021) <sup>32</sup>. Statcube, [www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825](http://www.statcube.at/statistik.at/ext/statcube/jsf/terms.xhtml?r=%2Fstatistik.at%2Fext%2Fstatcube%2Fopendatabase?id%3Ddef1825) (Aufruf am 27.06.2021) <sup>33</sup>. NÖ FAMILIENLAND GMBH, [www.familienpass.at/](http://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 nutzen<sup>35</sup>, 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 sind<sup>36</sup>. Insgesamt gibt es 632.136 Familien mit durchschnittlich 1,67 Kindern, von denen 135.067 Kinder unter 15 Jahre alt sind<sup>37</sup>.

**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 VorteilsgeberInnen<sup>38</sup>. 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,

<sup>34</sup> NÖ FAMILIENLAND GMBH, [www.noe-familienland.at/](http://www.noe-familienland.at/) (Aufruf am 10.06.2021) <sup>35</sup> Der NÖ Familienpass - Land Niederösterreich, [www.noe.gv.at/hoefamilien/familienpass.html](http://www.noe.gv.at/hoefamilien/familienpass.html) (Aufruf am 10.06.2021) <sup>36</sup> Statistik Austria, [www.statistik.at/web\\_de/nomenu/suchergebnisse/index.html](http://www.statistik.at/web_de/nomenu/suchergebnisse/index.html) (Aufruf am 13.05.2021) <sup>37</sup> Land Oberösterreich, [www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm](http://www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm) (Aufruf am 13.05.2021) <sup>38</sup> OÖ Familienkarte, [www.familienkarte.at/de/familienkarte.html](http://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 wird<sup>39</sup>. 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 haben<sup>40</sup>. 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 beteiligt<sup>41</sup>.

**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

<sup>40</sup> Rodinně pasy, [www.rodinnepasy.cz/](http://www.rodinnepasy.cz/) (Aufruf am 08.06.2021) <sup>41</sup> Rodinně pasy, [www.jiznimorava.rodinnepasy.cz/](http://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 Slowakei<sup>42</sup>.

In der Region Bratislava sind mehr als 6.048 Familien für den Familienpass Rodinný Pas registriert<sup>43</sup>. Auch wenn die grenzüberschreitende Vereinbarung ausgelaufen ist, sank die Zahl der ausgestellten Pässe nicht, im Gegenteil, im

<sup>42</sup>. DATAcube, [www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_DEM/om7001rr/v\\_om7001rr\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD_DEM/om7001rr/v_om7001rr_00_00_00_sk) (Aufruf am 28.05.2021) <sup>43</sup>. Trnavský kraj, [www.datacube.statistics.sk/#!/view/sk/VBD\\_DEM/om7001rr/v\\_om7001rr\\_00\\_00\\_00\\_sk](http://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 Bewerbung 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 Centrope<sup>44</sup>, 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 Stellen<sup>45</sup>.

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.

---

<sup>44</sup>. House of Centrope, [www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/](http://www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/) (Aufruf am 28.05.2021) <sup>45</sup> Rodinný Pas, [www.rodinne-pasy.sk/](http://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 gesendet<sup>46</sup>.

**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.

---

<sup>46</sup> Vorarlberger Familienpass, [www.vorarlberg.at/-/vorarlberger-familienpass](http://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

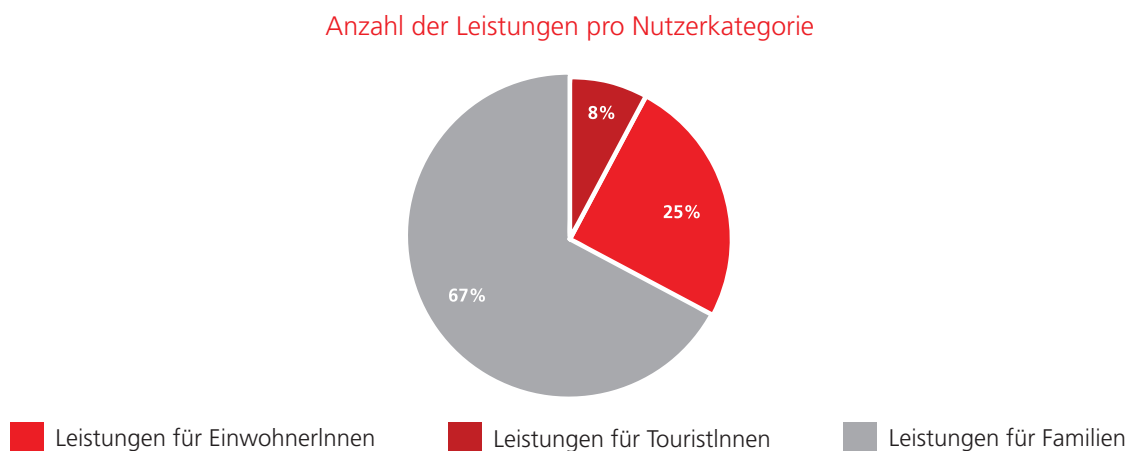
stehen, welche Veranstaltungen einbezogen werden und welchen Stellenwert die angebotenen Leistungen haben. Was die Digitalisierung betrifft, so wurden die eingesetzten digitalen Instrumente, ihre Umsetzung, Nutzung, Verwaltung, ihr Betrieb, ihre Funktionsweise und ihre Verbreitung analysiert. Beim dritten 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 Nutzerkategorie<sup>47</sup>.

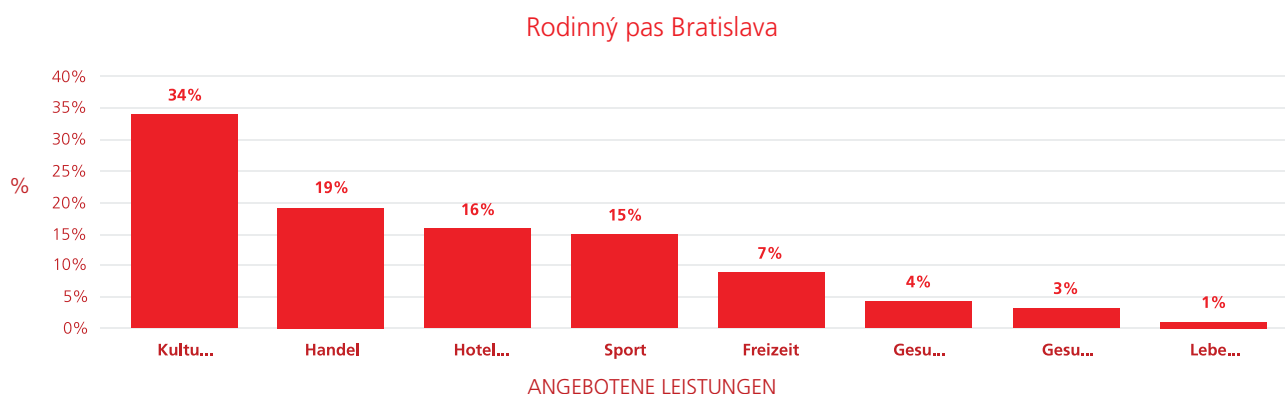


<sup>47</sup> EuregioFamilyPass, Anzahl der Leistungen pro Nutzerkategorie, Excel-Grafik, 2021

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.

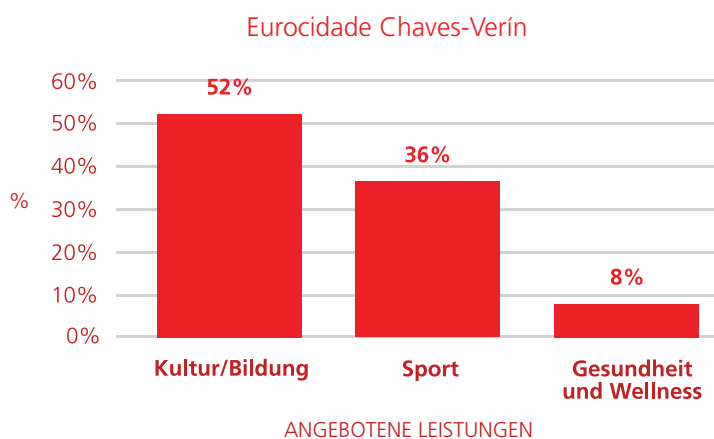
Ein besonders aussagekräftiges Beispiel für diese Art von Leistungen ist der Familienpass Rodinný Pas in Bratislava, wo 56 % der VorteilsgeberInnen auf die Bereiche „Kultur/Bildung“, „Sport und Freizeit“ entfallen, während die restlichen AnbieterInnen den Bereichen „Lebensmittel“, „Hotel“, „Handel“,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

Abbildung Nr. 2, Leistungsangebot des Familienpasses Rodinný Pas in der Region Bratislava<sup>48</sup>.



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 werden<sup>49</sup>.

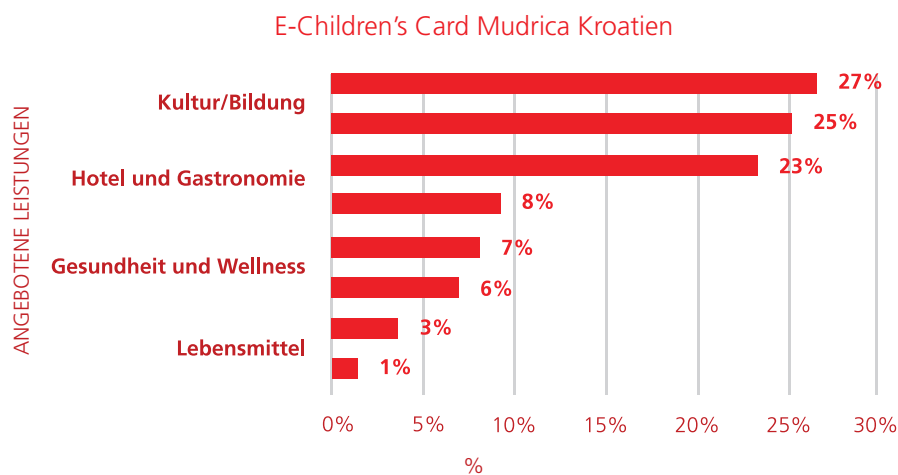


<sup>48</sup>. EuregioFamilyPass, Leistungsangebot des Familienpasses Rodinný Pas in der Region Bratislava, Excel-Grafik, 2021 <sup>49</sup>. EuregioFamilyPass, Anteil der PartnerInnen aus den Bereichen, die von der Eurocidade Card Chaves - Verín abgedeckt werden, Excel-Grafik, 2021

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 werden<sup>50</sup>.

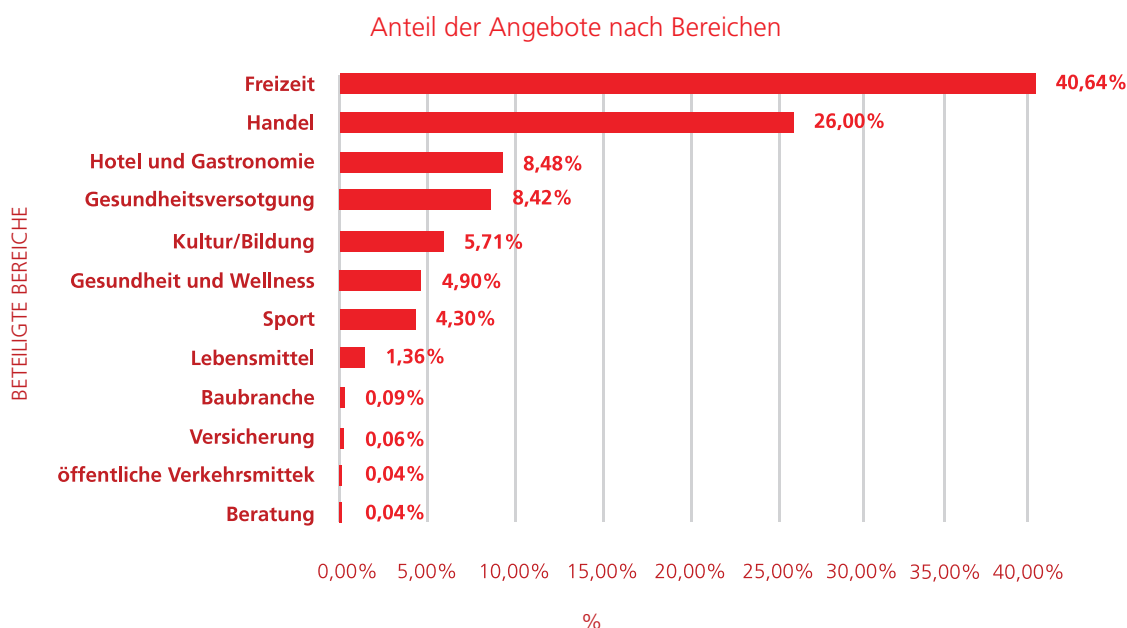


Natürlich spielt der Handel bei der Konzipierung der Familienpässe eine wichtige Rolle, überraschend ist allerdings das starke Engagement, das von den Betrieben erwartet wird, zumal jeweils vorausgesetzt wird, dass die Unternehmen auf einen Teil ihrer Einnahmen verzichten. Außerdem ist klar, dass eine 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.

<sup>50</sup> 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 Bereichen<sup>51</sup>.



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

<sup>51</sup> 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 Monat<sup>52</sup>.

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-

---

<sup>52</sup> 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.

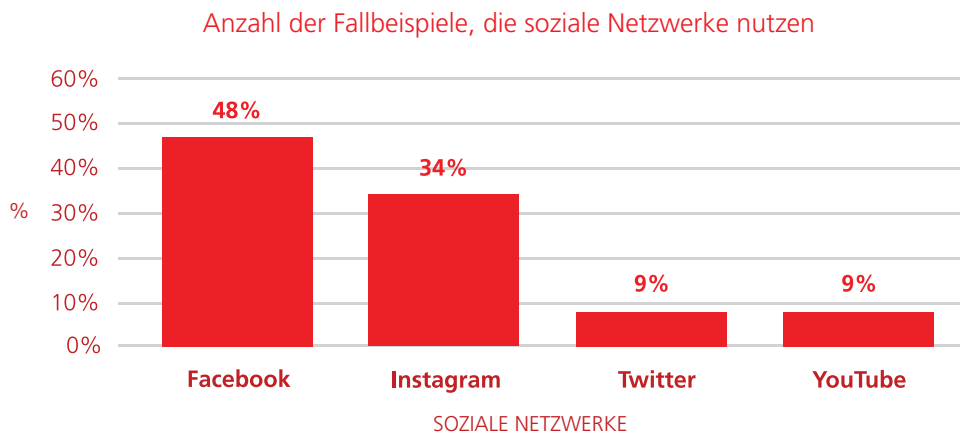
Eine Strategie, um die Nutzung des digitalen Systems anstelle des Papiersystems zu fördern, hat sich das Bundesland Oberösterreich ausgedacht, das Gutscheine und Gewinnspiele ausschließlich für diejenigen bereitstellt, die die App nutzen. Das Bundesland hat aber auch an Familien gedacht, die weniger 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.

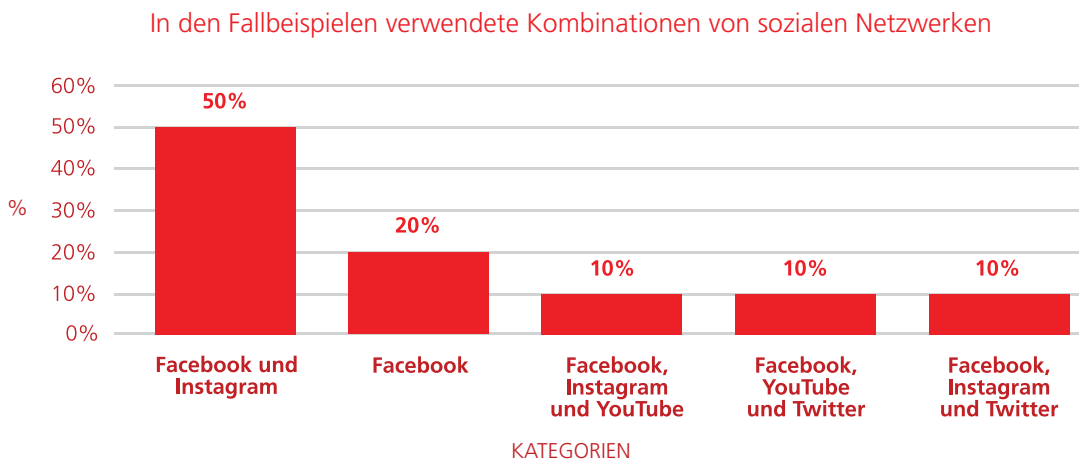
Abbildung Nr. 6, Anzahl der Fallbeispiele, die soziale Netzwerke nutzen (mit Unterteilung nach Netzwerk)<sup>53</sup>.



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 sind<sup>54</sup>. Zu erwähnen ist, dass lediglich 18 % (Rodinnè Pasy und Rodinný Pas) einen einzigen Social-Media-Kanal (Facebook) nutzen.

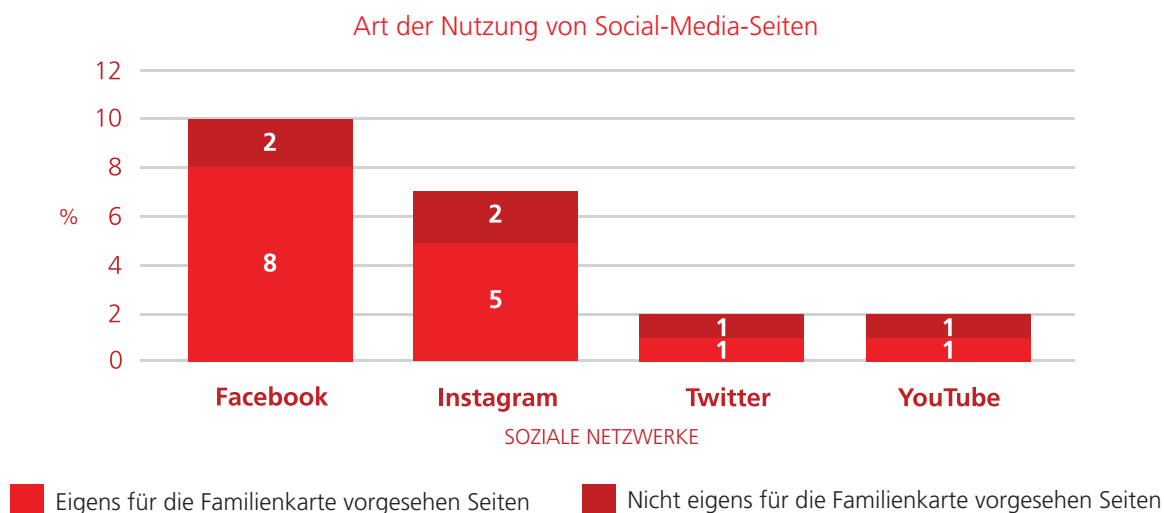
Abbildung Nr. 7, In den Fallbeispielen verwendete Kombinationen von sozialen Netzwerken<sup>55</sup>.



<sup>53</sup>. EuregioFamilyPass, Anzahl der Fallbeispiele, die soziale Netzwerke nutzen (mit Unterteilung nach Netzwerk), Excel-Grafik, 2021 <sup>54</sup>. Inside marketing, [www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/](http://www.insidemarketing.it/social-network-piu-famosi-nel-2020/) (Aufruf am 28.05.2021) <sup>55</sup>. 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.

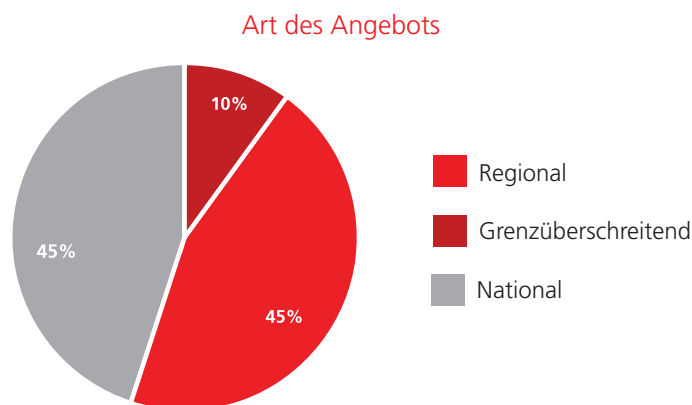
Abbildung Nr. 8, Art der Nutzung von Social-Media-Seiten<sup>56</sup>.



### 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 Angebots<sup>57</sup>.

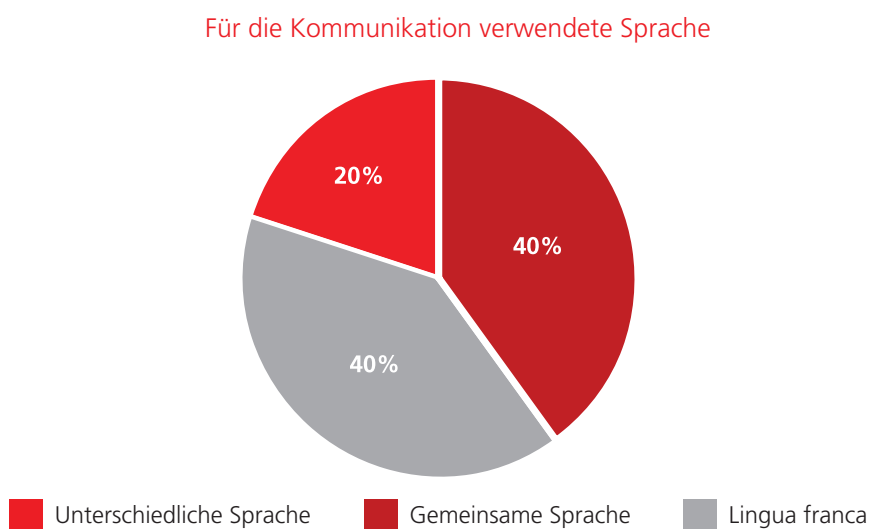


<sup>56</sup> EuregioFamilyPass, Art der Nutzung von Social-Media-Seiten, Excel-Grafik, 2021 <sup>57</sup> EuregioFamilyPass, Art des Angebots, Excel-Grafik, 2021

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).

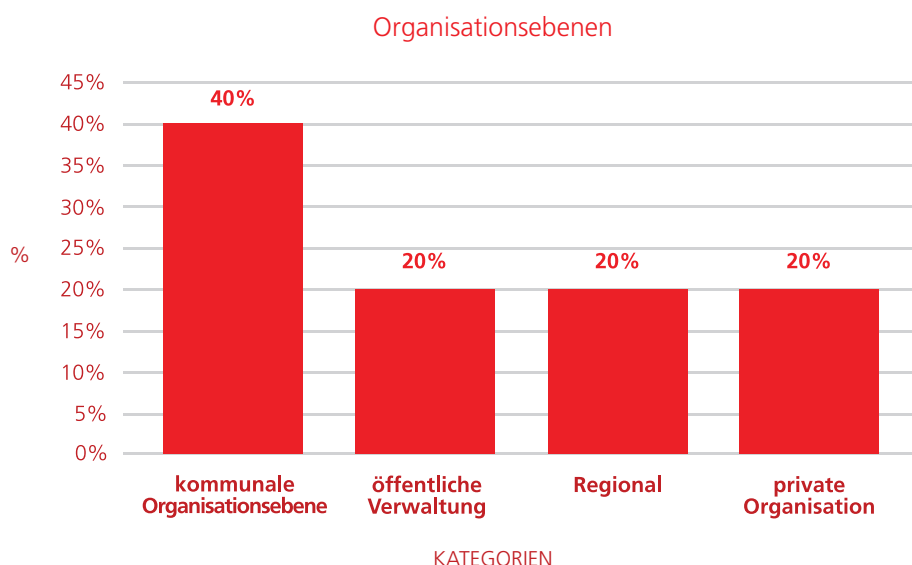
Abbildung Nr. 10, Für die Kommunikation verwendete Sprache<sup>58</sup>.



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.

<sup>58</sup>. EuregioFamilyPass, für die Kommunikation verwendete Sprache, Excel-Grafik, 2021

Abbildung Nr. 11, Organisationsebene der transnationalen Vorteilskarten<sup>59</sup>.



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

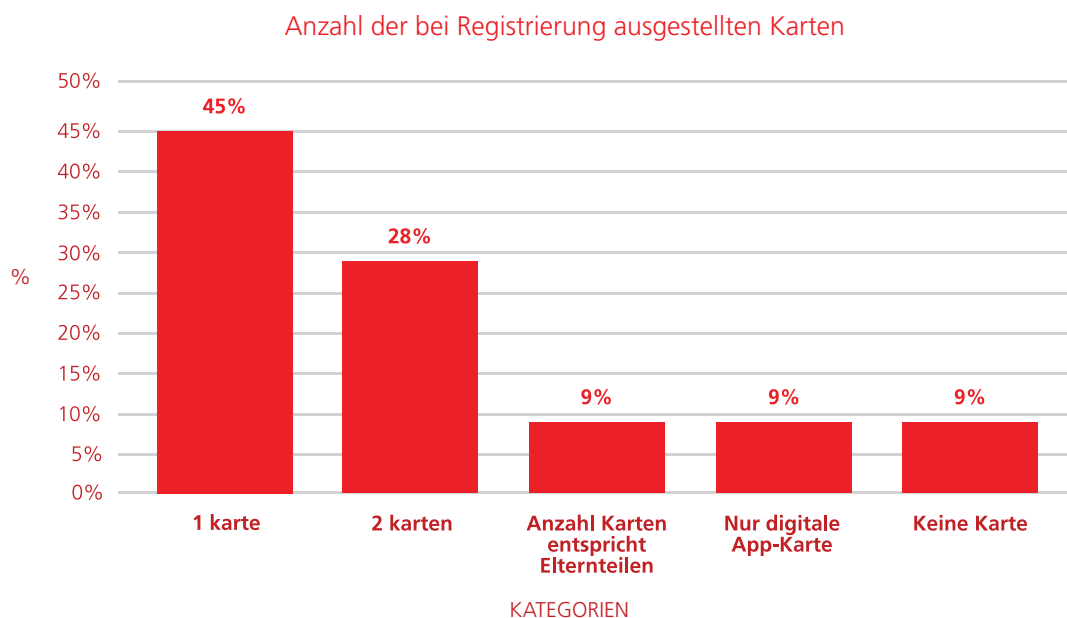
<sup>59</sup>. EuregioFamilyPass, Organisationsebene der transnationalen Vorteilskarten, Excel-Grafik, 2021

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 Karten<sup>60</sup>.



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.

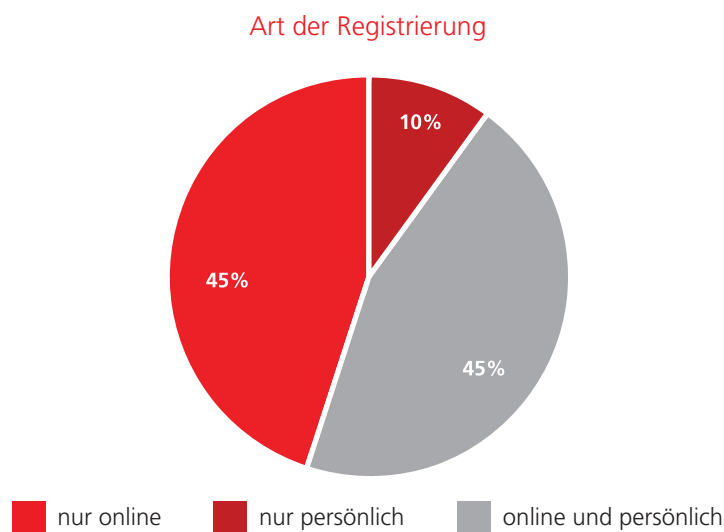
<sup>60</sup>. EuregioFamilyPass, Anzahl der bei Registrierung ausgestellten Karten, Excel-Grafik, 2021

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 Vorteilsangebot<sup>61</sup>.



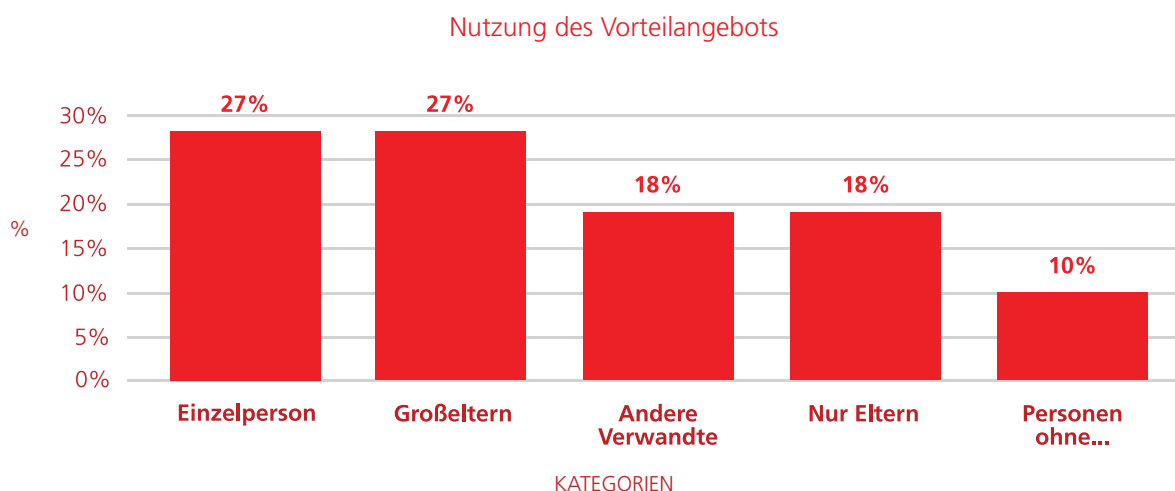
Für den Familienpass Vaals - Aachen - Düren muss man sich an die Gemeindeämter wenden und die Ausweisepapiere der Familienmitglieder vorlegen. Das kroatische System ist das schnellste und wirtschaftlichste unter den beschriebenen Fällen, da die Daten der BürgerInnen bereits vorliegen und so die bürokratischen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

<sup>61</sup>: EuregioFamilyPass, Art der Registrierung für das Vorteilsangebot, Excel-Grafik, 2021



Abbildung Nr. 14, Aktivierung des Vorteilangebots<sup>62</sup>.

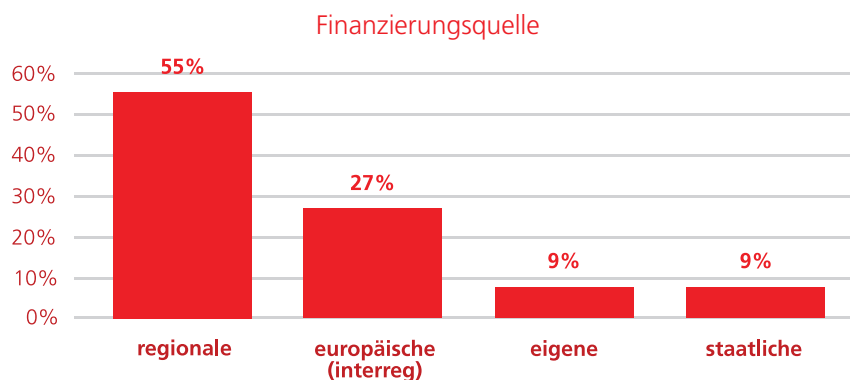


Von Seiten der KartenbetreiberInnen werden in den meisten Fällen (64 %) zusätzlich zum Vorteilsangebot ein Newsletter mit nützlichen Informationen, eine Liste der VorteilsgeberInnen und in einigen Fällen auch Spiele für Kinder (Südmähren) an die KarteninhaberInnen verschickt. Im Fall von Niederösterreich 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, Finanzierungsquelle<sup>63</sup>.



<sup>62</sup> EuregioFamilyPass, Aktivierung des Vorteilangebots, Excel-Grafik, 2021 <sup>63</sup> 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 erfassen<sup>64</sup>. 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.

<sup>64</sup> 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-Rangliste<sup>65</sup>

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

<sup>65</sup> EuregioFamilyPass, Best-Practice-Rangliste, Grafik, 2021

<b>ORGANISATION VON GEWINNSPIELEN</b>	36%
<b>AUSSTELLUNG DER VORTEILSKARTE NUR AN ELTERN</b>	36%
<b>INTEGRATION MIT ANDEREN PLATTFORMEN</b>	27%
<b>ANGEBOTE FÜR BEWOHNERINNEN</b>	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 Practices<sup>66</sup>

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

<sup>66</sup> EuregioFamilyPass, Rangliste der sofort anwendbaren Best Practices, Grafik, 2021

Tabelle Nr. 5, Rangliste der zukünftig umsetzbaren Best Practices<sup>67</sup>

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

<sup>67</sup> 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 EuregioFamilyPass<sup>68</sup>

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

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.

<sup>68</sup> 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/](http://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/](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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/](http://www.e-djecjakartica.hr/) (letzter Aufruf am 28.05.2021)

Cittaslow, [www.cittaslow-nederland.nl/netwerk/vaals/](http://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/](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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](http://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/](http://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](http://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/](http://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/](http://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](http://www.land-oberoesterreich.gv.at/129737.htm) (letzter Aufruf am 13.05.2021)

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

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

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

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

Slovak House of Centrope, [www.domcentrope.sk/en/about-slovak-house-of-centrope/](http://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](http://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](http://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/](http://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](http://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](http://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](http://www.familypass.eu)

Fanno parte della Collana “TRENTINOFAMIGLIA”:

## 1. Normativa

- 1.1. Legge provinciale n. 1 del 2 marzo 2011 “Sistema integrato delle politiche strutturali per la promozione del benessere familiare e della natalità” (gennaio 2022)
- 1.2. Ambiti prioritari di intervento – L.P. 1/2011 (luglio 2011)
- 1.3. Legge provinciale 2 marzo 2011, n. 1 – Legge provinciale sul benessere familiare – RELAZIONE CONCLUSIVA (maggio 2018)

## 2. Programmazione \ Piani \ Demografia

- 2.1. Libro bianco sulle politiche familiari e per la natalità (luglio 2009)
- 2.2. Piani di intervento sulle politiche familiari (novembre 2009)
- 2.3. Rapporto di gestione anno 2009 (gennaio 2010)
- 2.4. I network per la famiglia. Accordi volontari di area o di obiettivo (marzo 2010)
- 2.5. I Territori amici della famiglia – Atti del convegno (luglio 2010)
- 2.6. Rapporto di gestione anno 2010 (gennaio 2011)
- 2.7. Rapporto di gestione anno 2011 (gennaio 2012)
- 2.8. Rapporto di gestione anno 2011 (gennaio 2013)
- 2.9. Rapporto di gestione anno 2012 (febbraio 2014)
- 2.10. Manuale dell'organizzazione (dicembre 2017)
- 2.11. Rapporto di gestione anno 2014 (gennaio 2015)
- 2.12. La Famiglia Trentina: 4 scenari al 2050 – Tesi di Lidija Žarković (febbraio 2016)
- 2.13. Rapporto di gestione anno 2015 (marzo 2016)
- 2.14. Rapporto di gestione anno 2016 (marzo 2017)
- 2.15. Rapporto sullo stato di attuazione del sistema integrato delle politiche familiari al 31 dicembre 2016 – art. 24 L.P. 1/2011 (dicembre 2017)
- 2.16. Rapporto di gestione anno 2017 (marzo 2018)
- 2.17. Rapporto di gestione anno 2018 (marzo 2019)
- 2.18. Piano strategico straordinario a favore della famiglia e della natalità per contrastare il calo demografico. Art. 8 bis Legge provinciale n.1/2011 sul benessere familiare (febbraio 2020)
- 2.19. Rapporto di gestione anno 2019 (marzo 2020)
- 2.20. Linee guida della Provincia autonoma di Trento per la gestione in sicurezza dei servizi conciliativi ed estivi 2020 per bambini e adolescenti (giugno 2020)
- 2.21. Manuale dell'organizzazione dell'Agenzia provinciale per la famiglia, la natalità e le politiche giovanili Rev. 01 - settembre 2020 (settembre 2020)
- 2.22. EXTRAORDINARY STRATEGIC PLAN FOCUSED ON FAMILIES AND BIRTH RATE PROMOTION TO COUNTER DEMOGRAPHIC DECLINE. Art.8b – Provincial Law 1/2011 on Family Welfare (ottobre 2020)
- 2.23. Report Indagine “Ri-emergere”. L'indagine che ha dato voce a bambini/e, ragazzi/e e adulti nell'emergenza Covid-19 (novembre 2020)
- 2.24. Rapporto di gestione anno 2020 (aprile 2021)
- 2.25. Linee guida della Provincia autonoma di Trento per la gestione in sicurezza dei servizi conciliativi ed estivi 2021 per bambini/e e adolescenti (giugno 2021)

- 2.26. Rapporto sullo stato di attuazione del sistema integrato delle politiche familiari – Articolo 24, comma 4, della legge provinciale 2 marzo 2011, n. 1

### **3. Conciliazione famiglia e lavoro**

- 3.1. Audit Famiglia & Lavoro (maggio 2009)
- 3.2. Estate giovani e famiglia (giugno 2009)
- 3.3. La certificazione familiare delle aziende trentine – Atti del convegno (gennaio 2010)
- 3.4. Prove di conciliazione. La sperimentazione trentina dell'Audit Famiglia & Lavoro (febbraio 2010)
- 3.5. Estate giovani e famiglia (aprile 2010)
- 3.6. Linee guida della certificazione Family Audit (marzo 2017 )
- 3.7. Estate giovani e famiglia (aprile 2011)
- 3.8. Estate giovani e famiglia (aprile 2012)
- 3.9. La sperimentazione nazionale dello standard Family Audit (giugno 2012)
- 3.10. Family Audit – La certificazione che valorizza la persona, la famiglia e le organizzazioni (agosto 2013)
- 3.11. Conciliazione famiglia-lavoro e la certificazione Family Audit – Tesi di Silvia Girardi (settembre 2013)
- 3.12. Estate giovani e famiglia (settembre 2013)
- 3.13. Conciliazione famiglia e lavoro – La certificazione Family Audit: benefici sociali e benefici economici – Atti 18 marzo 2014 (settembre 2014)
- 3.14. Family Audit - La sperimentazione nazionale – Il fase (novembre 2015)
- 3.15. I benefici economici della certificazione Family Audit . Conto economico della conciliazione. Cassa Rurale di Fiemme– Tesi di Martina Ricca (febbraio 2016)
- 3.16. Scenari di futuri: la conciliazione lavoro-famiglia nel 2040 in Trentino – Elaborato di Cristina Rizzi (marzo 2016)
- 3.18. Politiche di work-life balance – L'attuazione nelle misure di Welfare aziendale. Tesi di Monica Vidi (giugno 2017)
- 3.19. Il part-time e la conciliazione tra tempi di vita e tempi di lavoro - Tesi di Martina Ciaghi (settembre 2017)
- 3.20. Occupazione femminile e maternità: pratiche, rappresentazioni e costi. Una indagine nella Provincia Autonoma di Trento – Tesi di Stefania Capuzzelli (ottobre 2017)
- 3.21. Age Management: la valorizzazione delle competenze intergenerazionali dei lavoratori nel mondo delle cooperative sociali – Tesi di Emma Nardi (febbraio 2018)
- 3.22. Smart working - Esempi della sua applicabilità in Trentino - Tesi Sabrina del Favero (settembre 2018)
- 3.23. Eventi Family Audit - -Estratto dagli Atti del Festival della Famiglia 2017 (ottobre 2018)
- 3.24. Linee guida FA paragrafo 9.3 interpretazioni autentiche (aprile 2021)
- 3.25. Linee guida FA paragrafo 4.1.2 Manuale del consulente Family Audit (ottobre 2019)
- 3.26. Linee guida FA paragrafo 4.1.3 Manuale del valutatore Family Audit (ottobre 2019)
- 3.27. Linee guida FA paragrafo 4.2 Tassonomia e catalogo degli indicatori (ottobre 2019)
- 3.28. Verso un sistema trentino dei servizi per l'infanzia 0-6 anni (giugno 2021)
- 3.29. Family Audit – Esiti della sperimentazione nazionale – seconda fase (luglio 2021)
- 3.30. Esiti della valutazione d'impatto "Piano d'accompagnamento delle organizzazioni venete alla certificazione Family Audit" - Piano ponte

### **4. Servizi per famiglie**

- 4.1. Progetti in materia di promozione della famiglia e di integrazione con le politiche scolastiche e del lavoro (settembre 2009)

- 4.2. Accoglienza in famiglia. Monitoraggio dell'accoglienza in Trentino (febbraio 2010)
- 4.3. Alienazione genitoriale e tutela dei minori – Atti del convegno (settembre 2010)
- 4.4. Family card in Italia: un'analisi comparata (ottobre 2010)
- 4.5. Promuovere accoglienza nelle comunità (giugno 2011)
- 4.6. Vacanze al mare a misura di famiglia (marzo 2012)
- 4.7. Dossier politiche familiari (aprile 2012)
- 4.8. Vacanze al mare a misura di famiglia (marzo 2013)
- 4.9. Le politiche per il benessere familiare (maggio 2013)
- 4.10. Alleanze tra il pubblico ed il privato sociale per costruire comunità (aprile 2014)
- 4.11. Vacanze al mare a misura di famiglia (maggio 2014)
- 4.12. Dossier politiche familiari (maggio 2016)
- 4.13. 63° edizione del Meeting internazionale ICCFR "Famiglie forti, comunità forti" (17-18-19 giugno 2016) (settembre 2016)
- 4.14. Dossier delle Politiche Familiari. Anno 2020/2021 (ottobre 2020)
- 4.15. Report finale Festival della Famiglia 2017
- 4.16. Report finale Festival della Famiglia 2018
- 4.17. Festival della famiglia 2021. Report comunicazione e promozione
- 4.18. L'EuregioFamilyPass. La carta per tutte le famiglie dell'Euregio Tirolo-AltoAdige-Trentino. Estratto dello studio di fattibilità per l'EuregioFamilyPass

## **5. Gestione/organizzazione/eventi**

- 5.1. Comunicazione – Informazione Anno 2009 (gennaio 2010)
- 5.2. Manuale dell'organizzazione (gennaio 2010)
- 5.3. Comunicazione – Informazione Anno 2010 (gennaio 2011)
- 5.4. Comunicazione – Informazione Anno 2011 (gennaio 2012)
- 5.5. Manuale dell'organizzazione dell'Agenzia provinciale per la coesione sociale, la famiglia e la natalità Rev. 02 - agosto 2021

## **6. Famiglia e nuove tecnologie**

- 6.1. La famiglia e le nuove tecnologie (settembre 2010)
- 6.2. Nuove tecnologie e servizi per l'innovazione sociale (giugno 2010)
- 6.3. La famiglia e i nuovi mezzi di comunicazione – Atti del convegno (ottobre 2010)
- 6.4. Guida pratica all'uso di Eldy (ottobre 2010)
- 6.5. Educazione e nuovi media. Guida per i genitori (ottobre 2010)
- 6.6. Educazione e nuovi media. Guida per insegnanti (aprile 2011)
- 6.7. Safer Internet Day 2011 - Atti del convegno (aprile 2011)
- 6.8. Safer Internet Day 2012 - Atti del convegno (aprile 2012)
- 6.9. Piano operativo per l'educazione ai nuovi media e alla cittadinanza digitale (giugno 2012)
- 6.10. Safer Internet Day 2013 - Atti dei convegni (luglio 2013)

## 7. Distretto famiglia – Family mainstreaming

- 7.0. I Marchi Family (novembre 2013)
- 7.1. Il Distretto famiglia in Trentino (settembre 2010)
- 7.2. Il Distretto famiglia in Val di Non (giugno 2021)
- 7.2.1. Il progetto strategico “Parco del benessere” del Distretto Famiglia in Valle di Non – Concorso di idee (maggio 2014)
- 7.3. Il Distretto famiglia in Val di Fiemme (giugno 2021)
- 7.3.1. Le politiche familiari orientate al benessere. L’esperienza del Distretto Famiglia della Valle di Fiemme (novembre 2011)
- 7.4. Il Distretto famiglia in Val Rendena (giugno 2021)
- 7.5. Il Distretto famiglia in Valle di Sole (giugno 2021)
- 7.6. Il Distretto famiglia nella Valsugana e Tesino (giugno 2021)
- 7.7. Il Distretto famiglia nell’Alto Garda (giugno 2021)
- 7.8. Standard di qualità infrastrutturali (settembre 2012)
- 7.9. Il Distretto famiglia Rotaliana Königsberg (giugno 2021)
- 7.10. Il Distretto famiglia negli Altipiani Cimbri (giugno 2021)
- 7.11. Il Distretto famiglia nella Valle dei Laghi (giugno 2021)
- 7.12. Trentino a misura di famiglia – Baby Little Home (agosto 2014)
- 7.13. Il Distretto famiglia nelle Giudicarie Esteriori – Terme di Comano (giugno 2021)
- 7.14. Economia e felicità – Due tesi di laurea del mondo economico (settembre 2014)
- 7.15. Il Distretto famiglia nel Comune di Trento – Circoscrizione di Povo (giugno 2016)
- 7.16. Il Distretto famiglia nella Paganella (giugno 2021)
- 7.17. Welfare sussidiario (agosto 2015)
- 7.18. Rete e governance. Il ruolo del coordinatore dei Distretti famiglia per aggregare il capitale territoriale (agosto 2015)
- 7.19. Comuni Amici della famiglia: piani di intervento Anno 2014 (agosto 2015)
- 7.20. Il Distretto famiglia nell’Alta Valsugana e Bernstol (giugno 2021)
- 7.21. Programmi di lavoro dei Distretti famiglia – anno 2015 (ottobre 2015)
- 7.22. Distretti famiglia: politiche e valutazione. Il caso della Valsugana e Tesino e della Val di Fiemme – tesi di Serena Agostini e di Erica Bortolotti (marzo 2016)
- 7.23. Il Distretto famiglia in Primiero (giugno 2021)
- 7.24. Comuni Amici della famiglia - Piani annuali 2015 (maggio 2016)
- 7.25. Il Distretto famiglia in Vallagarina (giugno 2021)
- 7.26. Programmi di lavoro dei Distretti famiglia - anno 2016 (settembre 2016)
- 7.27. Distretti famiglia: relazione annuale 2016 (aprile 2017)
- 7.28. Distretti famiglia: un network in costruzione (settembre 2018)
- 7.29. Trasformare il marchio in brand – Il “Progetto Family” della Provincia Autonoma di Trento – tesi di laurea di Lorenzo Degiampietro (aprile 2017)
- 7.30. Comuni Amici della Famiglia. Piani annuali 2016 (maggio 2017)
- 7.31. Il Distretto famiglia dell’educazione di Trento – anno 2017 (giugno 2021)
- 7.32. Il Distretto famiglia nella Valle del Chiese (giugno 2021)



- 7.33. Programmi di lavoro dei Distretti famiglia - anno 2017 (marzo 2018)
- 7.34. Formazione a catalogo. Percorsi di autoformazione per i Distretti famiglia e la loro comunità (ottobre 2017)
- 7.35. Distretto famiglia in valle di Cembra (giugno 2021)
- 7.36. Evoluzione di una rete . L'analisi della comunità dei Distretti famiglia e dei Piani giovani (novembre 2017)
- 7.37. DISTRETTI FAMIGLIA IN TRENTINO - Rapporto sullo stato di attuazione de sistema integrato delle politiche familiari Art. 24 L.P. 1/2011 sul benessere familiare (maggio 2018)
- 7.38. Comuni Amici della Famiglia. Piani annuali 2017 (aprile 2018)
- 7.39. Programmi di lavoro dei Distretti famiglia - anno 2018 (settembre 2018)
- 7.40. Linee guida dei Distretti famiglia (aprile 2019)
- 7.41. Atti del 4° meeting dei Distretti Famiglia (aprile 2019)
- 7.42. La mappatura dell'offerta dei servizi nell'ambito della conciliazione famiglia-lavoro: il caso del Distretto famiglia Valsugana e Tesino di Elisa Gretter (aprile 2019)
- 7.43. Distretti famiglia: relazione annuale 2018 (aprile 2019)
- 7.44. Catalogo formazione Manager territoriale (aprile 2019)
- 7.45. Comuni Amici della Famiglia. Piani annuali 2018 (maggio 2019)
- 7.46. Il Distretto Family Audit di Trento (giugno 2021)
- 7.47. Programmi di lavoro dei Distretti famiglia - anno 2019 (settembre 2019)
- 7.48. Atti del 5° Meeting dei Distretti famiglia (febbraio 2020)
- 7.49. Comuni amici della famiglia Network (gennaio 2020)
- 7.50. Comuni Amici della Famiglia. Piani annuali 2019 (febbraio 2020)
- 7.51. Distretti famiglia: relazione annuale. Anno 2019 (aprile 2020)
- 7.52. Programmi di lavoro Distretti Famiglia – anno 2020 (ottobre 2020)
- 7.53. Distretti famiglia: relazione annuale. Anno 2020 (marzo 2021)
- 7.54. Il Distretto Family Audit Città della Quercia (giugno 2021)
- 7.55. Programmi di lavoro Distretti Famiglia – anno 2021 (luglio 2021)
- 7.56. Comuni Amici della Famiglia. Piani annuali 2021 (ottobre 2021)
- 7.57. Comuni amici della famiglia “Family in Italia” - Piani annuali 2020 – 2021 (ottobre 2021)

## **8. Pari opportunità tra uomini e donne**

- 8.1. Legge provinciale n. 13 del 18 giugno 2012 “Promozione della parità di trattamento e della cultura delle pari opportunità tra donne e uomini” (giugno 2012)
- 8.3. Genere e salute. Atti del Convegno “Genere (uomo e donna) e Medicina”, Trento 17 dicembre 2011” (maggio 2012)
- 8.4. Educare alla relazione di genere - esiti 2015-2016 (maggio 2016)
- 8.5. Educare alla relazione di genere. Percorsi nelle scuole per realizzare le pari opportunità tra donne e uomini – Report delle attività svolte nell'a.s. 2016/2017 (maggio 2017)

## **9. Sport e Famiglia**

- 9.2. Atti del convegno “Sport e Famiglia. Il potenziale educativo delle politiche sportive” (settembre 2012)

## 10. Politiche giovanili

- 10.1. Atto di indirizzo e di coordinamento delle politiche giovanili e Criteri di attuazione dei Piani giovani di zona e ambito (gennaio 2017)
- 10.2. Giovani e autonomia: co-housing (settembre 2016)
- 10.3. L'uscita di casa dei giovani italiani intenzioni e realtà – tesi di Delia Belloni (settembre 2017)
- 10.4. Crescere in Trentino. Alcuni dati sulla condizione giovanile in Provincia di Trento (dicembre 2016)
- 10.5. Il futuro visto dai giovani trentini. Competenze, rete e partecipazione (giugno 2017)
- 10.6. Valutazione dei progetti e prime considerazioni strategiche finalizzate alla revisione del modello di governance (gennaio 2018)
- 10.7. Sentieri di famiglia. Storie e territori (maggio 2018)
- 10.8. Due modelli che dialogano. Formazione congiunta per le politiche giovanili delle Province autonome di Trento e Bolzano (luglio 2019)
- 10.9. Crescere in Trentino – 2018 (giugno 2019)
- 10.10. Valutazione dei Progetti e considerazioni strategiche riferite all'attuazione dei Piani Giovani di Zona. Analisi del Trend 2012-2018 (novembre 2020)
- 10.11. Crescere in Trentino 2020

## 11. Sussidiarietà orizzontale

- 11.1. Consulta provinciale per la famiglia (ottobre 2013)
- 11.2. Rapporto attività Sportello Famiglia – 2013, 2014 e 2015, gestito dal Forum delle Associazioni Familiari del Trentino (maggio 2016)
- 11.3. La Famiglia allo Sportello – Associazionismo, sussidiarietà e politiche familiari: un percorso di ricerca sull'esperienza del Forum delle Associazioni Familiari del Trentino (novembre 2016)
- 11.4. Rapporto attività Sportello famiglia – 2016, gestito dal Forum delle Associazioni familiari del Trentino (aprile 2017)

## 12. Formazione

- 12.1. In formazione continua. Temi e contenuti dei percorsi territoriali politiche giovanili e Distretti famiglia. Anno formativo 2019 (aprile 2020)
- 12.2. Catalogo formazione Manager territoriale 2020 (giugno 2020)
- 12.3. Catalogo formazione Manager territoriale 2021 (marzo 2021)

**Provincia Autonoma di Trento**  
**Agenzia per la coesione sociale**  
**Luciano Malfer**  
**Via don G. Grazioli, 1 - 38122 Trento**  
**Tel. 0461/ 494110 – Fax 0461/494111**  
[agenzia.coesionesociale@provincia.tn.it](mailto:agenzia.coesionesociale@provincia.tn.it)  
[www.trentinofamiglia.it](http://www.trentinofamiglia.it)



**Agenzia per la coesione sociale,**  
Provincia autonoma di Trento

Via don Giuseppe Grazioli n. 1 - 38122 Trento  
tel. 0461 494110 fax. 0461 494111  
[agenzia.coesionesociale@provincia.tn.it](mailto:agenzia.coesionesociale@provincia.tn.it)  
[www.trentinofamiglia.it](http://www.trentinofamiglia.it)