

Bündnis für Familie: Modellprojekt Familienkarte Nürnberg

hier: Antrag der CSU-Stadtratsfraktion vom 25.10.2004

A n m e l d u n g

zur Tagesordnung der Sitzung des
Jugendhilfeausschusses am 02.06.2005
- öffentlicher Teil -

I. Sachverhalt

Am 15.07.04 startete das Projekt Familienkarte Nürnberg. Die Idee für eine „Nürnberger Familienkarte“ entstand im Bündnis für Familie bereits Ende 2001. Die Karte sollte identitätsstiftend für das Bündnis für Familie wirken und mit Leistungen für Familien verbunden sein. Außerdem sollte damit eine Plattform geschaffen werden, um unmittelbar mit Familien in Kommunikation treten zu können.

Im Zuge der Erstellung des 2003 veröffentlichten Reports „Familienpolitische Leistungen der Dienststellen, Eigenbetriebe, Kommunalunternehmen und Töchter der Stadt Nürnberg“ wurde zudem deutlich, dass es keine eindeutige und übergreifende Tarifstruktur gibt, die sich speziell an Familien mit Kindern wendet. So entstand die Überlegung, die innerstädtische Tarifstruktur in Zusammenhang mit einer Familienkarte aus familienbewusster Perspektive weiterzuentwickeln. Eine Recherche zeigte außerdem, dass in anderen Städten, auch im Ausland (Österreich, USA), solche Karten bewusst als familienpolitisches Instrument angewendet werden und auch private Anbieter von Kultur- und Freizeitangeboten, aber auch Einzelhandel und Gastronomie entsprechende Familienrabatte gewähren. Schließlich kann eine solche Karte auch die Funktion haben, die Kaufkraft zu binden und spezielle Konsumanreize bieten.

Gemeinsam mit dem Wirtschaftsreferat wurde geprüft, ob und mit welcher Logistik eine „Nürnberger Familienkarte“ eingeführt werden sollte. Ein erstes Konzept wurde aber aufgrund der schwierigen städtischen Finanzlage nicht vorrangig verfolgt.

Parallel dazu entwickelte das Bayerische Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familien und Frauen trug im Rahmen des Forums Bayern Familie Eckpunkte für einen bayerischen Familienpass.

Im Juni 2003 fanden erste Gespräche zwischen dem Bayerischen Staatsministerium und der Stadt Nürnberg statt. Daraufhin beantragte die Stadt Nürnberg, Referat für Jugend, Familie und Soziales, Fördermittel für die Entwicklung und Erprobung einer Nürnberger Familienkarte, deren Konzeption auf andere bayerische Kommunen und Landkreise übertragbar sein sollte. Wesentliche Bestandteile der Projektförderung sind:

- Die Erfahrungen und die Ergebnisse des Modellversuchs Nürnberger Familienkarte werden allen interessierten bayerischen Kommunen in Form eines Handbuchs zur Verfügung gestellt.
- Es ist eine Internetplattform aufzubauen, die auch von anderen Kommunen genutzt bzw. mit deren Projekten vernetzt werden kann.
- Während der operativen Phase (ab Ausgabe der 1. Familienkarte zwei Jahre) erscheint vierteljährlich ein Familienmagazin.
- Die Partnerakquise ist während des gesamten Modellzeitraums aktiv zu betreiben.
- Nach der Einführungsphase soll sich das Projekt durch Einnahmen aus dem Verkauf der Karte, Mitgliedsbeiträgen der beteiligten Unternehmen, Sponsoring und anderen Maßnahmen selbst tragen.

Mit der Entwicklung und Erprobung der Familienkarte Nürnberg beauftragte die Stadt Nürnberg die defacto unternehmensgruppe aus Erlangen, die auf Kundenbindungssysteme spezialisiert ist, dadurch Wissen über Dialogmarketing, Datenbanken, Call Center, Processing und Clearing einbringt, die Kenntnis und Zugang zu den regionalen Partnerunternehmen sowie allgemein regionale Marktkenntnisse hat. Dies wurde, gerade unter dem Aspekt der finanziellen Selbsttragung, bei der Auftragsvergabe für besonders wichtig erachtet.

Das Modellprojekt wird von einem Steuergremium begleitet, in dem alle Entscheidungen von grundsätzlicher Bedeutung getroffen werden. In dem Steuergremium sind das Bayerische Staatsministerium für Arbeit und Sozialordnung, Familie und Frauen, defacto marketing GmbH (mit beratender Stimme) und die Stadt Nürnberg vertreten.

Das auf zwei Jahre angelegte Modellprojekt ist bundesweit einmalig und wird vom Bayerischen Staatsministerium mit 150.000 € gefördert. Die Stadt Nürnberg unterstützt das Projekt mit anteiligen Personal- und Sachkosten i.H.v. 37.306 Euro. Dieser Betrag ist bereits jetzt bei weitem überschritten.

Das Modell der „Familienkarte Nürnberg“

Mit der Familienkarte soll gesellschaftliche Teilhabe am sozialen und kulturellen Leben der Stadt (familienfreundliche Tarifstruktur, Informationen für Familien, Wertschätzung von Familien) mit kommerziellen Funktionen (Kundenkarte, Einkaufsvergünstigungen, Mehrwert) verknüpft werden.

Im Bündnis für Familie soll die Familienkarte zu einem Markenzeichen werden für:

- Stärkung und Förderung der Familie,
- Nürnberg als familienfreundliche Stadt,
- bessere Information für und Kommunikation mit den Familien,
- Kooperationspartner entwickeln ein Profil für ihre Familienfreundlichkeit,
- Unternehmen engagieren sich für Familien und stellen das Thema Familie in den Vordergrund, Finanzierung von Initiativen und Projekten für Kinder und Familien.
- Schaffen eines regionalen und sozialen Bewusstseins.

Leistungen für Familien

Die „Familienkarte Nürnberg“ ermöglicht Familien bei Partnerunternehmen aus Handel, Industrie, Handwerk und Dienstleistung sowie beim öffentlichen und den freien Trägern Vorteile in Form von

- Sach- oder Dienstleistungen,
- Rabatten,
- Mehrwertgeschenken oder
- Bonuspunkten.

Weitere Leistungen für Familien

- Ein Willkommensscheckheft im Wert von ca. 300 Euro.
- Ein vierteljährlich erscheinendes Familienmagazin.
- Ein Partnerkatalog.
- Ein Geburtstagsgruß mit Überraschungen der teilnehmenden Partner (ca. 300 Euro).
- Mehrmals im Jahr Einladungen zu familienfreundlichen Events.
- Hotline-Dienste etc.

Leistungen für Partner/Mehrwertpartner

- Angebote / Veranstaltungen können einer Vielzahl von Familien bekannt gemacht werden, z.B. im Familienmagazin, Willkommensscheckheft, Partnerkatalog, Mailings über defacto marketing, Internet.
- Bessere Kommunikation mit Familien.
- Kostenlose Nutzung der vorhandenen Kommunikationswege.
- Nutzung und Einbindung in eine abgestimmte Marketingstrategie.
- Gewinnung neuer Nutzer.
- Für Bonuspartner:
 - monatliche Abrechnung mit Standard-Auswertung
 - Bonusverwaltung/Verrechnung von gesammelten und eingelösten Bonusguthaben
 - Adressverwaltung

Kartenvertrieb über

- Partnerunternehmen und
- Mehrwertpartner.

Partnerakquise durch

- defacto marketing GmbH

Finanzierungsmodell Familienkarte Nürnberg

- Kundenkartenjahresgebühr
 - 15 Euro/Jahr (hiervon fließen 3 Euro in einen Fonds, aus dem Projekte und Initiativen unterstützt werden, die die Situation von Kindern und Familien in Nürnberg verbessern).
- Teilnahmegebühren der Partner/Mehrwertpartner
 - Teilnahmegebühr abhängig vom Jahresumsatz (500Euro - 8.000 Euro/Jahr) + 150Euro einmalig (Übernahme visueller Daten),
 - Mehrwertpartner bezahlen 220Euro/Jahr.
- Bonifizierter Kartenumsatz.
- Sponsoren.
- Huckepackpartner.

Beteiligung der Stadt Nürnberg am Familienkartenmodell

Oberbürgermeister Dr. Maly unterstützte das Projekt von Anfang an, und verschiedene Geschäftsbereiche und Dienststellen wirken mit oder haben ihre Beteiligung zugesichert:

- Das Wirtschaftsreferat war frühzeitig in die Planung und Vorbereitung des Projekts einbezogen und unterstützt dieses weiter tatkräftig.
- Das Presseamt ist an der Erstellung des Familienmagazins beteiligt.
- Das Bürger- und Informationszentrum richtete für defacto marketing GmbH im März 2004 ein Büro im Rathaus, Hauptmarkt 18, ein und stellte Räume für die Schulungen bereit.
- Das Rechtsamt und der Datenschutzbeauftragte wirkten bei der Gestaltung der vielfältigen Vertragsbeziehungen mit.
- Weiter waren beteiligt das Vergabeamt, das Steueramt, das Rechnungsprüfungsamt u. a.

Die Dienststellen, Eigenbetriebe, Kommunalunternehmen und Töchter der Stadt Nürnberg beteiligen sich bisher mit folgenden Angeboten an der Familienkarte:

Dienststelle/Töchter etc.	Beteiligungsformen
Allgemeiner Sozialdienst	- Verkauf von Familienkarten
Amt für Kultur und Freizeit	- 1 Gutschein für einen Besuch zum halben Preis auf dem Erfahrungsfeld der Sinne für eine Familie (im Mai) im Geburtstagsscheckheft - 1 Gutschein für den kostenlosen Besuch eines Kinderfilmes im Filmhauskino für eine Person im Willkommensscheckheft - ermäßigter Eintritt bei ausgesuchten Veranstaltungen - Verkauf von Familienkarten
Bildungszentrum	- je 1 Gutschein zur einstündigen Nutzung des Selbstlernzentrums im Willkommens- und Geburtstagsscheckheft - 1 Gutschein für BZ-Programm im Willkommensscheckheft - je 1 Gutschein im Wert von 5 Euro für Kurse im Willkommens- und Geburtstagsscheckheft - Vergünstigungen für ausgesuchte Veranstaltungen - Verkauf von Familienkarten
Gesundheitsamt	- ermäßigter Eintritt bei ausgesuchten Veranstaltungen
Jugendamt	- je 1 Gutschein im Wert von 1 Euro für das Pfingst- oder Sommerferienprogramm im Willkommens- und Geburtstagsscheckheft
Museen in Kooperation mit der wbg	- 20 % Ermäßigung auf die Familientarife

Noris-Arbeit	- Bonuspunkte auf Einkäufe - Verkauf von Familienkarten
NürnbergBad	- 10 % Rabatt im Badenebenartikelverkaufsshop im Südbad - eigener „Familienkarte Nürnberg“-Tarif - Ermäßigter Eintritt für das Kursangebot swim&fun for Kids - Verkauf von Familienkarten
Presseamt	- Pressearbeit - Beiträge und Korrekturlesen Familienmagazin
Staatstheater Nürnberg	- spezielle Angebote von ausgesuchten und familiengerechten Veranstaltungen aus den Bereichen Ballett, Oper etc. - Sonderaktionen mit Kinderbetreuung
Stadtbibliothek	- je 1 Gutschein im Wert von 1 Euro bei eigenen Veranstaltungen im Willkommens- und Geburtstagsscheckheft
Stadtreklame Nürnberg	Außenwerbung allgem., Citylight, Großflächenplakate zur Einführung der Familienkarte im Wert von ca. 550.000 Euro.
Tiergarten	- eigener „Familienkarte Nürnberg“-Tarif
VAG	- Vergünstigte Oldtimer-Familienkarten - 5 % Rabatt auf das Anmieten von Bussen und Bahnen der VAG. - im historischen Straßenboh-Café für ein Kind bis 17 Jahren ein Getränk zum halben Preis. - jährliche Verlosung zweier dreistündiger Oldtimer-Rundfahrten. - Außenwerbung Busse, U-Bahn im Wert von 3.500 Euro.
Zentrale Dienste	- Verkauf von Familienkarten im BürgerInformationsZentrum. - Vergünstigter Eintritt in den Lochgefängnissen.

Weitere Dienststellen haben sich bereit erklärt, regelmäßig Beiträge für das Familienmagazin, das vierteljährlich erscheint, zu schreiben.

Das Referat für Jugend, Familie und Soziales kaufte nach Rücksprache mit Ref. II 5.000 Familienkarten im Wert von 75.000 Euro von defacto marketing GmbH, um sie über die Dienststellen an die Familien zu vertreiben.

Um den Dienststellen die Anschaffung von Terminals zu ermöglichen, wurden mit der defacto marketing GmbH Sonderkonditionen ausgehandelt. Ref. V / Stab Familie kaufte 25 Terminals zum Gesamtpreis von ca. 16.000 Euro und stellte diese den interessierten Dienststellen gegen eine Kautions zur Verfügung. Für die Dienststellen fallen dann noch folgende Kosten an: Übernahme der Processinggebühr (die Processinggebühr beträgt 0,3 % des bonifizierten Umsatzes. Beispiel: eine Dienststelle hat 100.000,00 Euro Jahresumsatz, davon bonifiziert sie 6.000,00 Euro, das sind 500,00 Euro im Monat. Dies entspricht einer Processinggebühr von 15,00 Euro pro Monat) und ggf. Anschlusskosten bei speziellen technischen Gegebenheiten.

Um die Familienkarte weiter zu unterstützen, verschenkte die Stadt Nürnberg im Dezember 2004 195 Familienkartengutscheine, 135 davon an Pflegeeltern, die über das Jugendamt betreut werden. 60 Familienkartengutscheine verschenkte das Christkind an Familien, deren Kinder den Kindergarten Kerschensteinerstraße besuchen.

Zwischenresümee sieben Monate Modellprojekt „Familienkarte Nürnberg“

Die erste Familienkarte Nürnberg wurde am 15. Juli 2004 ausgegeben. Nach sieben Monaten Familienkarte zeigte sich, dass das Familienkartenmodell Schwächen aufweist und sich der erwartete Erfolg nicht einstellte.

Es wurden bis Anfang 2005 rund 2000 Familienkarten verkauft. Die aktuelle Nachfrage nach der Familienkarte ist sehr gering, von einer nennenswerten Steigerung der Nachfrage kann unter Zugrundelegung des Status quo nicht ausgegangen werden.

Deshalb fand am 16.02.05 eine Klausursitzung des Steuergremiums statt, in der das Familienkartenmodell auf den Prüfstand gestellt wurde. Bei den Überlegungen wurden die vielfältigen Rückmeldungen von Familien, Partnern der Familienkarte und sonstigen Interessierten einbezogen. Außerdem wurde berücksichtigt, dass inzwischen andere Städte (Stuttgart, Düsseldorf) der Nürnberger Idee gefolgt waren und erfolgreich mit unterschiedlichen Konzepten Familienkarten/-pässe eingeführt haben.

Folgende Faktoren wurden als besonders problematisch analysiert:

- Die Jahresgebühr der Familienkarte ist mit 15 Euro zu hoch, zudem schreckte die Pflicht zur Erteilung einer Einzugsermächtigung ab.
- Die Kartendistribution über die Vorteilspartner (Unternehmen) funktioniert nicht.
- Die Werthaltigkeit der Vorteile ist inhomogen.
- Die gewährten Vorteile sind für die Familien zu intransparent.
- Die Chipkartenfunktion macht das Familienkartenkonzept kompliziert und teuer

Obwohl die Familienkarte nie als reine Rabatt- und Vorteilskarte gedacht war und sie auf diesem Gebiet nicht mit anderen, in der Regel kostenlosen Vorteilskarten konkurrieren kann und will, trat dieser Aspekt in der Wahrnehmung stark in den Vordergrund. Einige der gewährten Vorteile erwiesen sich zudem als Mogelpackung, wie z.B. „kostenlose Beratung“, und trübten so den Gesamteindruck der insgesamt lohnenswerten, jedoch sehr heterogenen und dadurch unübersichtlichen Vorteilspalette.

Die Familienkarte, ausdrücklich als Modell der Zusammenarbeit zwischen Kommune, Freistaat und der örtlichen Wirtschaft konzipiert, traf zudem auf die Erwartungshaltung, es würden überwiegend kommunale (Preis-)Vorteile gewährt. Die städtischen Dienststellen und Einrichtungen gewährten jedoch vorher schon weit reichende Vergünstigungen für Kinder und Familien, sodass eine zusätzliche Ausweitung für Familienkarteninhaber nur in begrenztem Umfang realisierbar war. Dieser Zusammenhang wurde in der Kommunikation möglicherweise nicht genügend deutlich gemacht. Umso wichtiger ist es, den Neustart der Familienkarte mit einer in sich schlüssigen Konzeption der städtischen Vergünstigungen für Familien zu verbinden.

Auf große Nachfrage und ausdrückliches Lob von teilnehmenden Familien stießen hingegen Informationsangebote und Veranstaltungen, zum Beispiel das Seminar zum Steuerrecht für Familien, das Christbaumfest auf Schloss Wiesenthau und die Familienbadetage im Hallenbad Süd. Darin, Familien mit gezielten Informationen zu unter-

stützen, ihnen gemeinsame Aktivitäten und Gelegenheiten zum Kennenlernen anderer Familien zu bieten, liegt eine große Stärke des Konzepts, das damit aus Sicht der kommunalen Jugend- und Familienpolitik weit über das Gewähren materieller Vorteile, die gleichwohl ebenfalls von Bedeutung sind, hinausgeht. Hier gibt es erhebliche Ausbaumöglichkeiten.

Weiteres Vorgehen – Änderungsbedarf

Alle an der Familienkarte beteiligten Akteure sind sich nach wie vor einig, dass die Familienkarte ein sinnvolles Instrument der Stärkung von Familien in der öffentlichen Wahrnehmung, der Kommunikation und Information und der konkreten Unterstützung von Nürnberger Familien ist. Die derzeitige Situation wird jedoch als nicht zufriedenstellend eingestuft.

Im Steuergremium der Nürnberger Familienkarte (StMAS, defacto marketing GmbH, Stadt Nürnberg) bestand grundsätzlich Einvernehmen, dass kleinere Korrekturen am Konzept nicht ausreichen werden, um der Familienkarte Nürnberg zu dem gewünschten Erfolg zu verhelfen.

Das Konzept soll daher nach folgenden Gesichtspunkten umgebaut werden:

- Kostenlose Abgabe der Familienkarte.
- Versand der Familienkarte an alle ca. 45 000 Nürnberger Familien.
- Das bestehende Finanzierungskonzept ist auf die unabdingbar notwendigen Leistungen zu beschränken. Die Höhe des Budgets hat sich strikt an den Einnahmen zu orientieren.
- Ablösung des Bonuspartnerkonzeptes durch ein Vorteilspartnerkonzept.
- Das Vorteilsangebot ist zu straffen.
- Die Bedingungen für Vorteilspartner sind zu überarbeiten. Die Einstiegsschwelle ist abzusenken, d.h. keine Teilnahmegebühren mehr für Partnerunternehmen. Dem muss allerdings ein Angebot gegenüberstehen, das bestimmten Mindestkriterien entspricht.

Innerhalb der Stadtverwaltung wird derzeit geprüft, inwieweit

- die bestehenden Kartensysteme, wie z. B. der Ferienpass und die Schülerkulturkarte, in die Familienkarte integriert werden können,
- Tarifiermäßigungen und Leistungen der Familienkarte (Umstellung der Ermäßigung auf Familienkarteninhaber, grundsätzlich, alternativ oder ergänzend) verknüpft und die Gebührensatzungen entsprechend angepasst werden könnten,
- auch Dienststellen, die nicht unmittelbar Angebote und Leistungen für Familien ausdrücken, z. B. klassische Verwaltungsdienststellen, Familien Vorteile gewähren könnten (z. B. bevorzugte Bearbeitung, besondere Wartebereiche etc.),
- der Nürnberg-Pass als Instrument der Armutsprävention mit den Leistungen der Familienkarte abzustimmen ist, um einkommensschwache Familien besonders zu unterstützen.

Nach einem erfolgreichen Umbau der Familienkarte zu einer Kommunikationsplattform für alle Nürnberger Familien gewinnt die Familienkarte mit ihren Werbemedien (Mailing beim Kartenversand, Internet, Familienmagazin) enorm an Reichweite und somit an Attraktivität für Werbepartner und Sponsoren. Zugleich steigt durch den Wegfall der Teilnahmegebühren der Anreiz für Unternehmen, sich mit Vorteilen für Familien zu beteiligen.

Voraussetzung für den Neustart der Familienkarte Nürnberg ist die Sicherstellung einer dauerhaften Finanzierung. Für den Erstversand an alle Familien müssen Sponsoren ebenso gewonnen werden wie für den laufenden Unterhalt (Informationsmaterialien, Veranstaltungen, Familienmagazin etc.). Das regelmäßig erscheinende Familienmagazin spielt dabei eine große Rolle als attraktiver Werbeträger für Unternehmen mit der Zielgruppe Familien.

Das Steuergremium erarbeitet derzeit unter Berücksichtigung dieser Weichenstellungen ein Konzept für den Neustart der Familienkarte. Ziel ist es, den Umbau in den kommenden Monaten abzuschließen. Sollte der Neustart aus finanziellen Gründen nicht gelingen, wird in Absprache mit den Vertragspartnern Bayerisches Staatsministerium und defacto marketing eine Strategie für die Beendigung des Projekts verhandelt werden müssen.

II. Beilage
Antrag der CSU-Stadtratsfraktion vom 25.10.2004

III. **Beschlussvorschlag**
siehe Beilage

IV. **Herrn OBM**

V. **Herrn Ref. V**

Am 12.05.2005
Referat V