

BADEN REGION Aktualisiert um 13:56 von Sabina Galbiati

Die Jungen pfeifen auf die Schnäppchenkarte



«Wir merkten schnell, dass es Knochenarbeit ist, Unternehmer zu finden, die beim Projekt mitmachen.» Sandra Perego, Leiterin der Fachstelle Jugendarbeit Region Baden
Quelle: zvg

Die Infocard für Jugendliche findet in der Region Baden keine Interessenten – und das trotz Win-Win-Situation. Nun hoffen Jugendarbeiter auf ihr eigenes Netzwerk. von Sabina Galbiati

Wissen was in der Region Baden läuft?
Hier anmelden für den täglichen Newsletter.

E-Mail-Adresse

OK

Kommentare

Jugendliche in der Region Baden scheinen gegen Schnäppchen immun zu sein – zumindest wenn es um Sport, Kultur oder Bildung geht.

Für zehn Franken im Jahr könnten Teenager und junge Erwachsene zwischen 12 und 26 Jahren die «Infocard» nutzen.

Firmen, Kulturbetriebe oder Sportvereine bieten ihre Dienstleistungen und Produkte den Infocardbesitzern zu einem Rabattpreis an.

Doch trotz Win-win-Situation will das Projekt Infocard nicht vom Fleck kommen. Bereits Anfang 2015 zeigte sich, dass die Rabatt-Karte eher einer Huhn-Ei-Situation gleicht: Unternehmer machen erst mit, wenn viele Jugendliche die Karte nutzen und Jugendliche nutzen die Karte erst, wenn sie gute Angebote finden.

Werbeoffensive blieb erfolglos

Die Fachstelle Jugendarbeit Region Baden beteiligt sich mit ihren 13 Mitgliedsgemeinden seit fast zwei Jahren an der Infocard. Diese wurde von «Info-click – Kinder- und Jugendförderung Schweiz» lanciert.

Schon als man Anfang Jahr in die Werbeoffensive ging, sagte Fachstellenleiterin Sandra Perego: «Es ist Knochenarbeit, Unternehmer zu finden, die beim Projekt mitmachen.»

Seither ist aus dem Ei immer noch kein Huhn geschlüpft. Weder haben sich mehr Jugendliche eine Schnäppchenkarte bestellt, noch liessen sich die lokalen Unternehmer durch die regionale Bus-Werbung überzeugen, die man für die Infocard während mehreren Wochen laufen liess.

Nun hat das Jugendarbeit-Team um Perego einen Entschluss gefasst: Die Karte bekommt eine letzte Chance. «Wir versuchen es jetzt auf der persönlichen Ebene und nutzen unser eigenes Netzwerk vor Ort, um Unternehmer für die Karte zu gewinnen», sagt sie.

Auch den Jugendlichen wollen die Jugendarbeiter die Karte nochmals in Erinnerung rufen. Sollte auch dieser Effort nicht den gewünschten Erfolg bringen, «werden wir das Projekt Infocard Ende Jahr abbrechen», sagt die Fachstellenleiterin.

Warum sich die potenziellen Anbieter von Rabattangeboten so schwertun, kann Perego nur vermuten. «Vielleicht haben sie grundsätzlich viele Anfragen für Projekte und Sponsoring oder scheuen einen möglichen Mehraufwand.»

Es gebe aber für Firmen kaum Mehraufwand, da die Angebote über die zentrale Onlineplattform Infocard.ch laufen. «Hat der Anbieter sein Angebot aufgeschaltet, braucht er nichts weiter zu tun.»

Wie viel Geld die Fachstelle bereits in die Infocard gesteckt hat, will Perego nicht sagen. Sie ist nach wie vor überzeugt, dass die Karte für Jugendliche eine sinnvolle Sache ist und bei den Angeboten gäbe es theoretisch keine Grenzen. «Ein Bäcker kann einen Rabatt auf Sandwichs geben; ein Velomech auf Reparaturen», sagt sie.

(az Aargauer Zeitung)