

MÖGLICHKEITEN DER FINANZIERUNG POSITIVER INHALTE UND ANGEBOTE

Die Tabelle vermittelt einen Überblick über bestehende Finanzierungsmöglichkeiten oder –konzepte. Sie enthält Erläuterungen zu deren Funktionsweise, hebt Vor- und Nachteile hervor und bietet Empfehlungen zur erfolgreichen Umsetzung.

Sie soll

+ erklären, was diese Methoden und Konzepte für verschiedene Anbieter und Produzenten bieten können, welche Unterstützung sie bieten können, und

+ aufzeigen, dass jedes Konzept Vor- und Nachteile vereint, die es sorgfältig abzuwägen gilt.

FINANZIERUNGSMETHODE	ERKLÄRUNG	BEISPIELE	PRO	CONTRA	SPEZIELLER HINWEIS
Öffentliche Fördermittel	<ul style="list-style-type: none">Finanziert mit öffentl. Geldern: Zuschüsse, Projektfinanzierung, Anbieter sind öffentl. Institutionen usw.	<ul style="list-style-type: none">öffentl. RundfunkanstaltenRegierung/Ministerienöffentl. Sektorstaatl. FinanzierungsprogrammeSubventionenStipendien	<ul style="list-style-type: none">Sicherheit der Finanzierungguter Ruf und VertrauenswürdigkeitKontinuitätNetzwerk und Koordinationgroße Reichweitenicht-kommerzieller Einsatz	<ul style="list-style-type: none">begrenzte FinanzmittelEinschränkungenoftmals keine Gesamtfinanzierung (nur Teilfinanzierung)öffentl. Finanzierungsprogramme mit komplizierten Verfahren/Hürden	<ul style="list-style-type: none">öffentliche Finanzierung/Förderung auf verschiedenen Ebenen möglich: Europa, staatlich, Bundesland, regional/kommunalSuchen Sie auf allen Ebenen und kombinieren Sie ggf. verschiedene Formen.
Werbung	<ul style="list-style-type: none">Werbung direkt in das Angebot integrieren	<ul style="list-style-type: none">Werbung in Form von Bannern, Rectangles, Pop-up Fenster, Werbe-Clips usw.Werbung innerhalb von Spielen und Apps	<ul style="list-style-type: none">kann eine effiziente Einnahmequelle für Projektinvestitionen sein.einfache Online-Werbung kann problemlos erstellt werdenkann ein großes Zielpublikum erreichen	<ul style="list-style-type: none">unsicher: potenziell gefährliche externe Links/Landing Pagesschwierig zu überwachennegative Reputationmanche Formen können auf Benutzer störend und irritierend wirkenAbstimmung mit anderen Partnern kann schwierig sein, besonders mit öffentl. Institutionen	<ul style="list-style-type: none">Werbung muss sorgfältig implementiert werden. Grenzen bei der Nutzung von Online-Werbungen innerhalb positiver Inhalte und Angebote sowie komplexe Überwachung müssen akzeptiert werden. <p>→ siehe auch POSCON-Kriterien für kommerzielle Elemente positiver Inhalte und Angebote (Werbung, Sponsoring, Online Shopping usw.)</p>
Sponsoring	<ul style="list-style-type: none">ähnlich wie WerbungUnterstützung durch Marke/Unternehmen und Investition in ein Projekt, Bekanntheit steigern	<ul style="list-style-type: none">Sponsoring des gesamten Inhalts/Angebots oder nur von Teilen (bestimmtes Projekt, Veranstaltung usw.)	<ul style="list-style-type: none">Chance, mehr im Rahmen Ihres Projektes zu realisierenMöglichkeit der Zusammenarbeit und Vernetzunggrößere öffentliche Wahrnehmung: breitere Streuung und Sichtbarkeit durch SponsorAnreiz für Marken (positive Reputation, Steueranrechnung)	<ul style="list-style-type: none">Sponsor schwer zu findenEntscheidung für Sponsor kann schwierig sein: Geschichte/Reputation der Marke, moralische Aspektekeine langfristige TragfähigkeitMöglichkeit der Einflussnahme durch den Sponsor	<ul style="list-style-type: none">auch staatl. Institutionen können als Sponsor agierenviele Unternehmen bieten USV-Programme (CSR - Corporate Social Responsibility/unternehmerische Sozialverantwortung), die genutzt werden könnenSponsoren müssen nicht zwingend nah am Thema des Projekts/Angebots arbeitenes können mehrere Sponsoren gleichzeitig angesprochen werden <p>→ siehe auch POSCON-Kriterien für kommerzielle Elemente positiver Inhalte und Angebote (Werbung, Sponsoring, Online Shopping usw.)</p>
Unternehmen	<ul style="list-style-type: none">Unternehmen realisieren eigene positive Inhalte und Angebote für Kinder innerhalb ihres Fachgebiets	<ul style="list-style-type: none">kommerzielle Unternehmenprivate RundfunkanstaltenVerlage	<ul style="list-style-type: none">sind auf ihr Fachgebiet fokussiert, haben Erfahrungsind interessiert an der Erstellung von Inhalten für ihre Zielgruppenunterstützt durch Erfolg des Unternehmens (Ressourcen, Publicity, Reputation)	<ul style="list-style-type: none">Populär/Beliebt vs. positiv: müssen kommerziell erfolgreich seinFortbestand des Projekts hängt vom kommerziellen Erfolg des Unternehmens ab	<ul style="list-style-type: none">Möglichst hohe Transparenz bieten bzgl. des kommerziellen Hintergrunds und darüber, wer hinter dem Projekt steht, wer die Inhalte umsetzt. <p>→ siehe auch POSCON-Kriterien für kommerzielle Elemente positiver Inhalte und Angebote (Werbung, Sponsoring, Online Shopping usw.)</p>
Bezahlinhalte	<ul style="list-style-type: none">Kosten/GebührenMitgliedschaft/kostenpflichtige KontenFreemium-ModelleOnline ShopIn-App Kaufmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none">kostenpflichtige App (Download-Gebühr)komplexe Plattformen/ Online-SpieleMerchandisingKostenlose/Lite-Versionen mit Premium-/Upgrade-MöglichkeitIn-App Kaufmöglichkeiten (innerhalb der App)	<ul style="list-style-type: none">Einnahme der Produktionskosten und Möglichkeit des Gewinns/Profitstragfähige und langfristige Finanzierungsmöglichkeit	<ul style="list-style-type: none">Ärger und Enttäuschung bei Kindern und Eltern, wenn unerwartete oder sogar versteckte Kosten anfallenNegative Reputation (aggressives Vorgehen, undurchsichtige Methoden) muss überwunden werden	<ul style="list-style-type: none">Bieten Sie höchstmögliche Transparenz bzgl. Kosten/Gebühren/Kaufmöglichkeiten Ihrer Inhalte/des Angebots. Es kann durchaus vernünftig sein, für ein umfangreiches Angebot eine Gebühr zu verlangen, aber diese sollte transparent kommuniziert werden. <p>→ siehe auch POSCON-Kriterien für kommerzielle Elemente positiver Inhalte und Angebote (Werbung, Sponsoring, Online Shopping usw.)</p>
Crowdsourcing/-funding	<ul style="list-style-type: none">Geld sammeln von Online-Community/Öffentlichkeit über Online-SpendenplattformenUND/ODERErfahrungen und Fachwissen für die Umsetzung teilen und nutzen (z.B. durch ehrenamtliche/freiwillige Mitarbeit)	<ul style="list-style-type: none">Das Projekt oder Teilbereiche über öffentl. Spenden mithilfe bestimmter Plattformen finanzieren, z. B. kickstarter, betterplace, startnext, indiegogo usw.Realisierung von Projekten mithilfe von Freiwilligen, die ihr Fachwissen aus bestimmten Bereichen zur Verfügung stellen: Design, Programmierung, Lehrtätigkeit, PR usw.	<ul style="list-style-type: none">Bestimmte Zielgruppen einbeziehen und mitwirken lassen, wie z. B. Elternkeine Kosten bis Finanzierungsziel erreicht isterforderlicher Betrag kann in bestimmter Höhe gewonnen/eingenommen werdenhohe Motivation und Interesse der Freiwilligen	<ul style="list-style-type: none">Erfolg nicht planbarkeine nachhaltige Finanzierung für langfristige Projektehoher Verwaltungsaufwand bei vielen Spendern/FreiwilligenProjektanforderungen können nicht immer erfüllt werden	<ul style="list-style-type: none">Online Crowdfunding-Plattformen verwenden Belohnungsmechanismen: Spender/Geldgeber erhalten ein Dankeschön (Vorschau, Einladung zur Einführungsfeier, eine aktive Rolle im Gestaltungsprozess usw.). Dies gilt auch für Freiwillige und Fachleute, die ihr Fachwissen und Leistungen einbringen. Listen Sie evtl. Beteiligte auf, versenden Sie Empfehlungsschreiben oder stellen Sie Zertifikate aus (bes. für Studenten).
Gemeinnütziges Engagement	<ul style="list-style-type: none">gemeinnützige Initiativen, Stiftungen	<ul style="list-style-type: none">von Mitgliedern finanzierte Vereine (z. B. Unternehmen)von Stiftungen finanzierte ProjekteFinanzierungen über Spenden	<ul style="list-style-type: none">nicht-kommerzielle Zielevertrauenswürdige, positive Reputationhohe Qualität steht im Fokus	<ul style="list-style-type: none">abhängig von fortlaufender externer Finanzierung: durch Unternehmen, Zuschüsse, Stiftungenkeine Teilhabe an gewinnbringenden Aktivitäten/Finanzierungsmethoden der kommerziellen Partner	<ul style="list-style-type: none">breites Spektrum möglicher Finanzierungspartner: öffentl. und privater Sektor, evtl. auch Sponsoren und Spendenviele Unternehmen bieten USV-Programme (CSR - Corporate Social Responsibility/unternehmerische Sozialverantwortung), die genutzt werden könnenPartner/Mitglieder sollten nah am Thema des Projekts/Angebots arbeiten
Privates Engagement	<ul style="list-style-type: none">Privatperson/jur. Person, die ein Projekt mit eigenen Mitteln realisiert, ohne externe Finanzierung	<ul style="list-style-type: none">Blogs, Apps, Online-Spiele	<ul style="list-style-type: none">sehr freie Entscheidungsfindung, keine Bindung an Partnermit Leidenschaft engagierthohe Qualität und positive Resultateermöglicht Entwicklung von Graswurzelinitiativen	<ul style="list-style-type: none">Zukunftsfähigkeit hängt von persönlicher Motivation und Engagement abZeit- und RessourcenmanagementBedarf an Partnern und zusätzlichen Ressourcen bei zunehmender Projektgröße	<ul style="list-style-type: none">Eine Idee kann Schritt für Schritt mit begrenzten Ressourcen, durch Learning by Doing mit kostenlosen Tools und frei zugänglicher Software umgesetzt werden. Bei zunehmender Projektgröße können Partner einsteigen und Fachwissen oder Geldmittel einbringen.