

BESTAANDE METHODEN VOOR DE FINANCIERING VAN POSITIEVE CONTENT EN DIENSTEN

De tabel met financieringsconcepten geeft een overzicht van de bestaande financieringsmogelijkheden, licht toe hoe deze werken, legt de voor- en nadelen ervan uit en biedt advies over succesvol gebruik ervan.

Deze tabel is bedoeld om

+ u inzicht te geven in wat deze categorieën voor alle soorten producenten en aanbieders kunnen doen, hoe zij deze kunnen steunen en

+ te laten zien dat elk concept zowel voor- als nadelen heeft die zorgvuldig moeten worden afgewogen.

Financieringsmethode	Toelichting	Voorbeelden	Voor	Tegen	Specifiek advies
Overheidsgelden	<ul style="list-style-type: none"><li>Gefinancierd door overheidsgelden: subsidies, projectfinanciering, publieke instellingen fungeren als aanbieders enz.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Publieke omroep</li><li>Regering/ministeries</li><li>Publieke sector</li><li>Publieke financieringsprogramma's</li><li>Subsidies</li><li>Beurzen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Financieringszekerheid</li><li>Positieve reputatie en vertrouwen</li><li>Continuïteit</li><li>Netwerk en coördinatie</li><li>Groot publiek</li><li>Niet-commerciële missie</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Beperkte financiering</li><li>Beperkingen</li><li>Veelal geen complete financiering (alleen delen worden gefinancierd)</li><li>Publieke financieringsprogramma's die gepaard gaan met complexe procedures/barrières</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Publieke financieringsmogelijkheden zijn op diverse niveaus mogelijk: Europees, nationaal, federaal of via regionale overheden, op gemeentelijk niveau</li><li>Bekijk alle niveaus en kies eventueel voor een combinatie van verschillende vormen.</li></ul>
Reclame	<ul style="list-style-type: none"><li>Gebruik van advertenties die rechtstreeks over de inhoud/diensten gaan</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Advertenties in de vorm van banners, rectangles, pop-ups, pre-rolls enz.</li><li>In-game of -app advertenties</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Dit kan een effectieve manier zijn om geld op te halen dat in het project kan worden geïnvesteerd</li><li>Eenvoudige online-reclame is makkelijk te maken</li><li>Kan een grote doelgroep bereiken</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Onbetrouwbaar: potentieel schadelijke externe links/landingspagina's</li><li>Complex in beheer</li><li>Negatieve reputatie</li><li>Sommige vormen kunnen storend en irritant zijn voor gebruikers</li><li>Niet makkelijk af te stemmen op andere partners, met name publieke instellingen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Advertenties moeten met zorg worden geïmplementeerd. Beperkingen bij het gebruik van online advertenties over positieve content en diensten en een complex beheer moeten hierbij worden geaccepteerd.</li></ul> <p>→ Zie tevens de POSCON-criteria voor commerciële elementen van positieve content en diensten (reclame, sponsoring, online-winkelen enz.)</p>
Sponsoring	<ul style="list-style-type: none"><li>Vergelijkbaar met reclame</li><li>Merk/bedrijf dat een project steunt en hierin investeert, zichtbaarheid creëren</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Volledige sponsoring van of investeringen in content/diensten of in delen (bepaalde projecten, evenementen, enz.)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Kans om meer binnen uw project te realiseren</li><li>Mogelijkheid om samen te werken en te netwerken</li><li>Meer publiciteit: bredere verspreiding en zichtbaarheid dankzij sponsor</li><li>Prikkels voor merken (positieve reputatie, belastingvoordeel)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Moeilijk te vinden</li><li>Keuze voor sponsor kan moeilijk zijn: geschiedenis/reputatie van merk, morele kwesties</li><li>Geen duurzaamheid op de lange termijn</li><li>Kans dat sponsor invloed wil uitoefenen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ook publieke instellingen kunnen als sponsor fungeren</li><li>Veel commerciële bedrijven hanteren programma's voor maatschappelijk verantwoord ondernemen die kunnen worden aangesproken</li><li>Sponsors hoeven niet per se dicht bij de doelstellingen van het project te staan</li><li>U kunt meer dan één sponsor tegelijk benaderen</li></ul> <p>→ Zie tevens de POSCON-criteria voor commerciële elementen van positieve content en diensten (reclame, sponsoring, online-winkelen enz.)</p>
Bedrijf	<ul style="list-style-type: none"><li>Bedrijven maken eigen positieve content/diensten voor kinderen binnen hun vakgebied</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Commerciële bedrijven</li><li>Commerciële omroepen</li><li>Uitgeverijen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Gericht op hun vakgebied, ervaren</li><li>Zijn geïnteresseerd in het maken van content voor hun doelgroep</li><li>Ondersteuning door bedrijfssucces (middelen, publiciteit, reputatie)</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Populair versus positief: behoefte om commercieel succesvol te zijn</li><li>Het voortbestaan van het project is afhankelijk van het commerciële succes van het bedrijf</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Wees zo transparant mogelijk over de commerciële achtergrond en over wie de content/dienst ontwikkelt.</li></ul> <p>→ Zie tevens de POSCON-criteria voor commerciële elementen van positieve content en diensten (reclame, sponsoring, online-winkelen enz.)</p>
Betaalde content	<ul style="list-style-type: none"><li>Kosten/vergoedingen</li><li>Lidmaatschapscontributie/accountkosten</li><li>Freemium-modellen</li><li>Online-shop</li><li>In-app aankopen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Betaalde apps (downloadkosten)</li><li>Complexe platforms/online-spellen</li><li>Merchandising</li><li>Gratis/light versie met mogelijkheid tot premium versie of upgrade</li><li>In-app aankopen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Terugverdienen van productiekosten en mogelijk winst maken</li><li>Duurzame en langdurige financieringsmogelijkheid</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Boosheid en frustratie bij kinderen en ouders als de kosten onverwacht of zelfs stiekem worden berekend</li><li>Negatieve reputatie (agressieve tactiek, niet-transparante methoden) moet worden overwonnen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Wees zo transparant mogelijk over kosten/vergoedingen/aankoopmogelijkheden voor uw content/diensten. Het vragen van een vergoeding voor uitgebreide content kan zeer redelijk zijn, maar dient op een zeer transparante manier te worden gecommuniceerd.</li></ul> <p>→ Zie tevens de POSCON-criteria voor commerciële elementen van positieve content en diensten (reclame, sponsoring, online-winkelen enz.)</p>
Crowd-sourcing/-funding	<ul style="list-style-type: none"><li>Geld ophalen via de online community/publiek via online donatieplatformen</li></ul> <p>EN/OR</p> <ul style="list-style-type: none"><li>Het delen van ervaringen en kennis (vrijwilligerswerk) voor projecten</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Financiering van projecten of delen ervan via publieke donaties door middel van aangewezen platformen, zoals kickstarter, betterplace, startnext, indiegogo enz.</li><li>Realisering van projecten via vrijwilligerswerk van experts op specifieke gebieden: ontwerp, programmering, onderwijs, public relations enz.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Betrekken van specifieke doelgroepen bij het project, zoals ouders</li><li>Geen kosten, totdat financieringsdoel is bereikt</li><li>Het specifieke bedrag dat nodig is, kan worden opgehaald</li><li>Hoge motivatie en belangstelling van vrijwilligers</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Succes is niet te voorspellen</li><li>Niet houdbaar voor lange-termijnprojecten</li><li>Het is lastig om de verschillende vrijwilligers te managen</li><li>De projectdoelstellingen kunnen niet altijd worden gerealiseerd</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Online crowd-funding-platformen werken met beloningsmechanismen: contribuanten en donateurs krijgen als tegenprestatie een cadeau (sneak preview, uitnodiging voor het introductiefeest, een actieve rol binnen het ontwerpproces enz.). Dit werkt ook voor vrijwilligers en experts die expertise en inspanningen investeren. Denk erover na om de contribuanten met naam te noemen, aanbevelingsbrieven te schrijven of certificaten uit te geven (met name voor studenten).</li></ul>
Financiering door instellingen zonder winstoogmerk	<ul style="list-style-type: none"><li>Initiatieven, stichtingen zonder winstbejag</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Verenigingen die door leden zijn opgericht (bijv. bedrijven)</li><li>Projecten die door stichtingen worden gefinancierd</li><li>Gefinancierd door middel van donaties</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Niet-commerciële doelstellingen</li><li>Betrouwbare, positieve reputatie</li><li>Hoge kwaliteit staat centraal</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Afhankelijk van een doorlopende externe financiering: via bedrijven, subsidies, stichtingen</li><li>Geen deelname aan winstgevende activiteiten/financieringsmethoden van commerciële partners</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Breed spectrum aan mogelijke financieringspartners: zowel publieke als private sector, ook sponsoren en donateurs zijn mogelijk</li><li>Veel commerciële bedrijven hanteren programma's voor maatschappelijk verantwoord ondernemen die kunnen worden aangesproken.</li><li>Partners/leden zouden zich nauw aan de doelstellingen van het project moeten blijven oriënteren.</li></ul>
Financiering door privé-personen	<ul style="list-style-type: none"><li>Privé-persoon/-entiteit realiseert een project zelfstandig zonder een externe financiering</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Blogs, apps, online-spellen</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Zeer vrij op het gebied van besluitvorming, niet gebonden aan partners</li><li>Gedreven door passie</li><li>Hoogwaardige en positieve resultaten</li><li>Biedt mogelijkheid tot ontwikkeling vanaf de basis</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>De duurzaamheid is afhankelijk van de persoonlijke motivatie en betrokkenheid</li><li>Beheer van tijd en middelen</li><li>Behoeft aan partners en middelen als het project wordt uitgebreid</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Een idee kan stap-voor-stap met beperkte middelen worden gerealiseerd, binnen een sfeer van "leren door doen" met gratis software en tools. Naarmate het project wordt uitgebreid, kunnen partners instappen en hun kennis of geldelijke middelen inbrengen.</li></ul>