**1. Stand der Dinge**

Sehr viele Kinderseiten in Deutschland haben keine zuverlässige Finanzierung. Die meisten von ihnen halten sich notdürftig mit gelegentlichen Förderungen von Stiftungen oder staatlichen Stellen über Wasser. Dabei handelt es sich jedoch in der Regel nur um Zuschüsse für technische Updates oder meistens sogar für die Erstellung eines weiteren Moduls auf der Website. Die Übernahme von Eigenleistungen wird fast immer vorausgesetzt. Darüber hinaus verursachen die neuen Module auch langfristig Mehrarbeit und Mehrkosten. Denn je größer und bekannter ein Internetprojekt wird, desto mehr User nutzen es, desto mehr Zeit verschlingt es, die den Anbietern fehlt, um wieder neues Geld zu akquirieren, damit wieder neue Module zu erstellen, die wiederum mehr Arbeit verursachen und noch mehr Geld kosten...

Der Kollaps ist also vorprogrammiert. Dabei mangelt es in Deutschland und der EU keineswegs an Geld. Mit hoher Wahrscheinlichkeit gibt es sogar viele potentielle Partner, die gerne in digitale Bildungsprojekte für Kinder und damit in die Zukunft auch ihrer eigenen Unternehmen investieren würden.

**2. Das Dilemma**

Die allermeisten Macher/innen der Kinderseiten verfügen

* über keinen auch nur ansatzweise ausreichenden Überblick über den Dschungel an Finanzierungsmöglichkeiten,
* über keine Zeit, sich diesen Überblick zu verschaffen
* über keine Kontakte zu Entscheidungsträgern z.B. in der Wirtschaft

**3. Potentielle Geldquellen für Kinderseiten:**

Förderungen: Staat, Stiftungen, Organisationen

Gegengeschäfte: Wirtschaft

Kooperationen: Unis, Wirtschaft, Vereine, Verbände

Schulungen: Kultusministerien, Lehrerseminare, andere Ausbildungseinrichtungen

Spenden Wirtschaft, Privatpersonen

Testamente Privatpersonen

Werbung Wirtschaft, Vermarkter

Wettbewerbe Diverse

**4. Lösungsidee**

Die Einrichtung einer Partnervermittlung für Geldgeber auf der einen und Kinderseiten auf der anderen Seite.

**Workshop 3 – AG 1: Partnervermittlung**

Gesucht: Antwort auf die Fragen:

* Über welche Kompetenzen und Kontakte muss eine Partnervermittlung für Kinderseiten und ihre potentiellen Geldgeber verfügen?
* Wo ist die Partnervermittlung angesiedelt?
* Wie wird die Partnervermittlung organisiert?
* Wie wird sie finanziert?

**Workshop 3 – AG B: Werbung**

Gesucht: Antwort auf die Frage: Welche Chancen bietet adkids und wie lassen sie sich besser transportieren?

**Teilnehmer/innen**

Kirsten Kramer – Erfurter Netcode, Thüringer Landesmedienanstalt

Daniel Brochwitz - kidsinteractive

Uwe Stranzl - junge-klassic.de, trompi.de

Michael Schulte – Ohrka.de, klexikon.de

Stephanie Landa – Audiyou.de, audiyoukids.de

Jan Rooschüz – kijufi.de, Landesverband Kinder- und Jugendfilm Berlin e. V. (kijufi)

Cornelia Baumgart - Thüringer Staatskanzlei / Siegelausschuss Erfurter Netcode

**Ergebnisse des Workshops**- Bedarf
- eigene Ressourcen
- Stärken/Schwächen

1) Die Teilnehmer entschieden, sich auf das WS-Thema 1 zu beschränken und konzentrierten sich im Wesentlichen auf Erfahrungsberichte über den Umgang mit Stiftungen und hier auf die Suche nach Optimierungen.

Angeregt wurde, über den deutschen Stiftungsverband dessen Mitglieder auf die Kinderseiten aufmerksam zu machen bzw. Lobbyarbeit zu betreiben und damit den Kinderseiten den Zugang zu potentiellen Förderern zu erleichtern und das Verfahren der „Überzeugungsarbeit“ zu verkürzen.

Die TeilnehmerInnen entwarfen in der Diskussion ein einfaches Strukturmodell (s.u.), an dem sich die Vertiefung in einem Arbeitskreis orientieren könnte.

Vermittlungsagentur (VA)
- Profil
- Leistungen
- Anforderungen an KS
- Finanzierung mit Fördermitteln?

Stiftungen / Sponsoren (SS)
- Interessen
- Anforderungen an KS

Kinderseiten (KS)
- Bedarf
- eigene Ressourcen
- Stärken/Schwächen

Leistungen

Es wurde deutlich, dass über alle 3 Größen im Modell noch zu wenig Detailwissen vorliegt:

* Kinderseiten: Ausdifferenzierung der Bedarfe und Ressourcen mit Hilfe der ENfK-Studie, der JFF-Studie und Abfrage bei Seitenstark-Mitgliedern
* Vermittlungsagentur: Profil unklar (Person, Unternehmen, öffentliche Einrichtung), Was will die VA von den Kinderseiten (Zuarbeiten, Öffentlichkeitsarbeit), Was leistet die VA? Wer finanziert sie?
* Stiftungen / Sponsoren: Wer kommt in Frage? Stiftungsverzeichnis, Beratung notwendig (Professur an der Uni Jena?), Unternehmen als Sponsoren, Was haben sie für Interessen, Wie können sie erreicht werden?

2) Drei Teilnehmer/Innen haben Interesse an der Mitarbeit in der bereits bestehenden „Zaster-Gruppe“ bekundet:

Michael Schulte, Stephanie Landa, Jan Rooschütz