

MEDIA ▶ FORWARD FUND

in Kooperation mit der
Wissenschafts-Pressekonferenz



Info-Event: 5. März 2025

Förderlinie Wissenschafts- und Datenjournalismus

Launch Grants

Agenda

- › 11:15-11:30 Uhr: Ergebnisse Begleitforschung zu WPK-Innovationsfonds ~ 15 Min.
- › 11:30-11:35 Uhr: Über den MFF und die WPK ~ 5 Min.
- › 11:35-11:40 Uhr: Wie wir fördern ~ 5 Min.
- › 11:40-11:50 Uhr: Wonach und wie wir auswählen ~ 10 Min.
- › 11:50-12:00 Uhr: Wie ihr euch bewerben könnt ~ 10 Min.
- › 12:00-13:00 Uhr: Eure Fragen ~ 60 Min.



Fragen werden in den letzten 60 Minuten aufgegriffen und können gern jederzeit in den Chat gepostet werden.

Learnings aus der Transformativen Forschung

Der WPK-Innovationsfonds

➤ Der WPK-Innovationsfonds (August 2022 bis März 2025) wurde von:

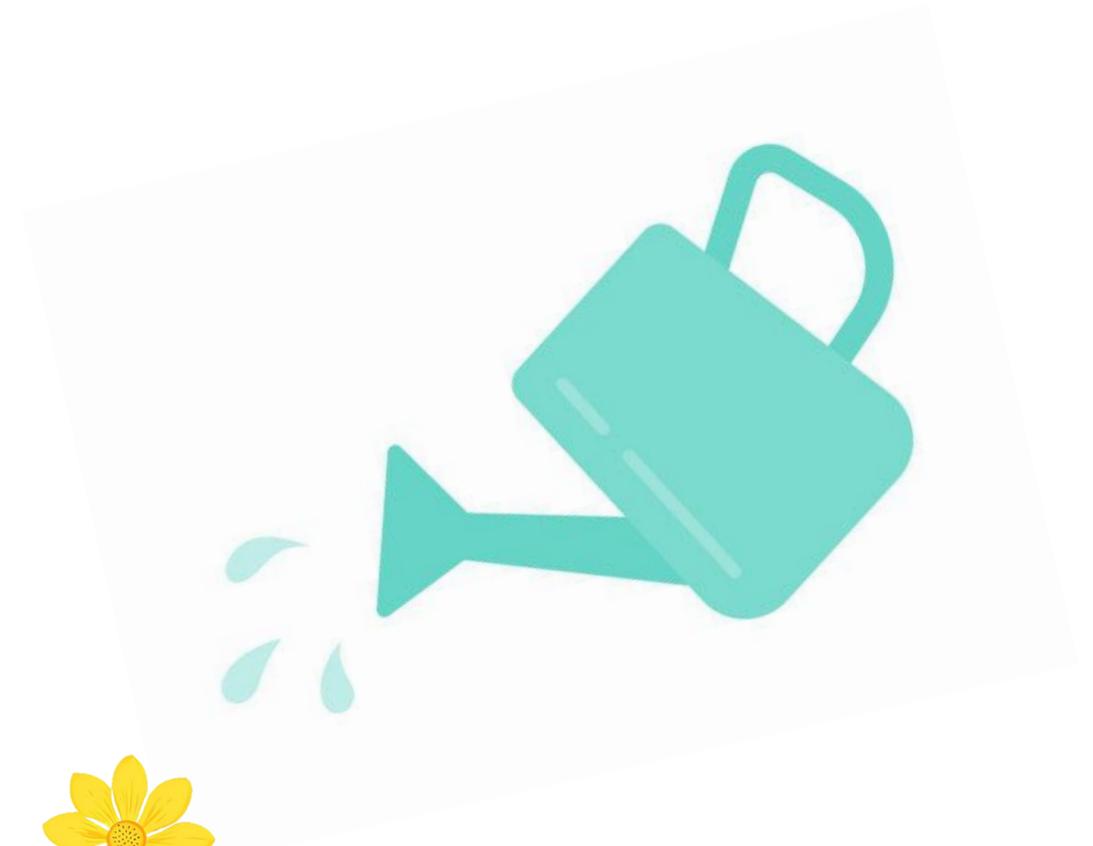
- › der WPK **organisiert**
- › Joachim Herz Stiftung, Schöpflin Stiftung, Rudolf Augstein Stiftung, ZEIT Stiftung, Volkswagen Stiftung, Madsack Stiftung und Stifterverband **finanziert** und
- › der Bauhaus-Universität Weimar **wissenschaftlich begleitet**

Gefördert wurde in Förderlinie A mit bis zu 10.000 EUR und Förderlinie B mit bis zu 75.000 EUR. Zusätzlich gab es Coachings durch das Media Lab Bayern sowie selbstorganisierte Unterstützung.

Der Beginn einer Blumenwiese

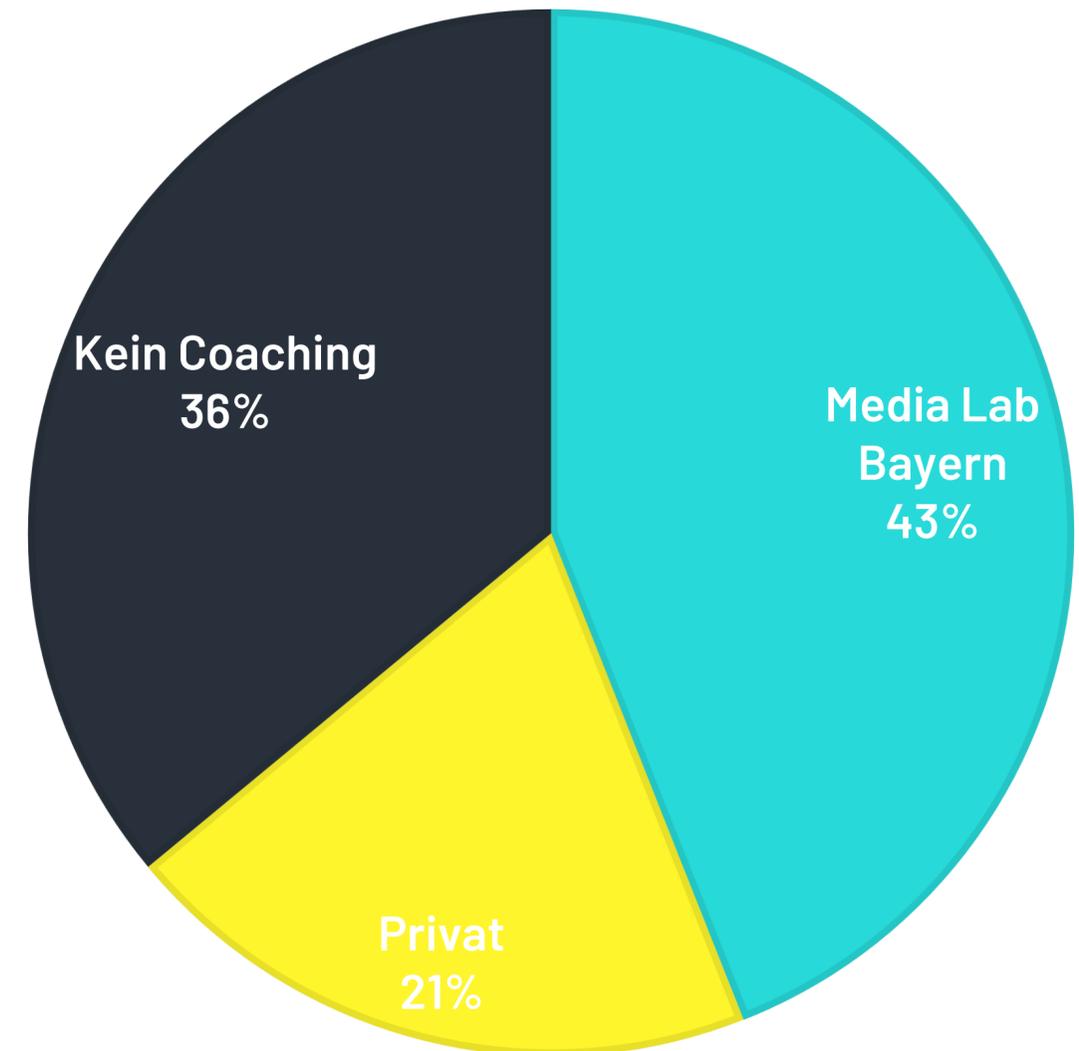
➤ Der WPK-Innovationsfonds hat in die Breite gefördert:

- › ...131 Einreichungen, 28 geförderte Projekte (**Förderquote: 21,37%**); knapp über die Hälfte ist derzeit noch aktiv
- › **verschiedene wissenschaftliche Felder** abgedeckt (Medizin, Biodiversität, Klima, Nachhaltigkeit, Datenjournalismus generell)
- › mehr als **55% unter einem Jahr alt**
- › **18% von außerhalb** des (Wissenschafts-)Journalismus
- › über **50% technische Lösungen** (Chatbot, GenAI, Software etc.)



Die Relevanz von Capacity-Building

- Das Unterstützungsangebot der WPK wurde von **knapp 65% der Geförderten** angenommen:
- › Besonders geschätzt wurden **rechtliche und geschäftsmodell-bezogene Workshops**, z.B. zu Steuer-, Marken- und Wettbewerbsrecht, Marketing, Unternehmensgründung sowie Business Model/Value Propositioning
 - › Das Angebot sollte an das **Entwicklungsstadium** der Projekte angepasst werden: Experimenters, Pioneers, Experts
 - › Vernetzungsangebote wurden positiv bewertet



Erkenntnisse

- Der Fonds hat sich als **Innovationsmotor** im (wissenschafts-)journalistischen Ökosystem etabliert; er hat qualitativ und quantitativ überzeugt. Besonders relevant für die Fortführung sind folgende Bereiche:
- **Coaching:** Kombination aus 1on1-Beratungen, Best Practices, Ressourcen-Sharing und Gruppensessions zu Product-, Business- und Rechtsfragen.
- **Vernetzung:** Austausch unter Geförderten sowie mit relevanten Stakeholdern stärken.
- **Koordinierung:** Zahlungsmodalitäten und Reporting transparent, nachvollziehbar und ohne unnötige Bürokratie ermöglichen.

Über den MFF und die WPK

Was will der Fund?

➤ Der Media Forward Fund soll zu **mehr unabhängigen Qualitätsmedien mit tragfähigen Geschäftsmodellen** führen, die starke, vertrauenswürdige Inhalte publizieren und sich langfristig nachhaltig finanzieren.

Damit sollen der **Journalismus und damit die Demokratie gestärkt** werden.

Besonderes Augenmerk liegt auf Medien, die

- › Lücken in der **überregionalen/ nationalen** Berichterstattung und **thematische Nischen** füllen
- › Lücken in der **regionalen/ lokalen Berichterstattung füllen (Nachrichtenwüsten)**
- › sich an bislang oder mittlerweile **unterversorgte Zielgruppen** richten

Initiatoren- & Partner

eine Initiative von 10 Stiftungen, 1 Impact Investor:



fördernde Partner:



in Kooperation mit:



gefördert durch:



»Der Journalismus braucht jetzt **viel mehr Geld von viel mehr Menschen**. Dann haben unsere Demokratien eine Chance.«



Hans Schöpflin
Vorstands-
vorsitzender
Schöpflin Stiftung

»Niemand investiert in Medien – das **muss sich dringend ändern**.«



Sebastian Klein
Gründer Karma Capital /
Neue Narrative

»Für eine wehrhafte Demokratie braucht es eine lebendige Medienlandschaft.«



Manuel Hartung
Vorstandsvorsitzender
ZEIT STIFTUNG BUCERIUS

Kooperation mit der WPK

- › Die WPK hat den vorherigen „Innovationsfonds Wissenschaftsjournalismus“ initiiert und erstmals relevante Stiftungen für die Förderung von Journalismus zusammengebracht.
 - › In der neuen Förderlinie übernimmt die WPK die wissenschaftsjournalistische Begleitung und Qualitätssicherung.
 - › Die Förderlinie soll den unabhängigen Wissenschafts- und Datenjournalismus nachhaltig stärken.
- Wir wollen Medien fördern, die neue, durchdachte **Ideen für gemeinwohlorientierte Geschäftsmodelle** im Wissenschafts- und Datenjournalismus ausprobieren wollen.
- › Die Entscheidung über die Förderungen trifft eine von den Geldgebern und vom Fund unabhängige Jury – mit wissenschafts- und datenjournalistischen Expert:innen.

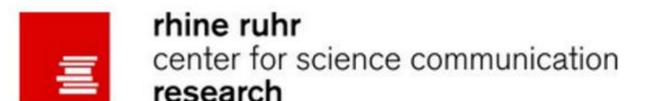


Die Wissenschaftsjournalisten

„Wissenschaftsjournalismus ist mehr als die Vermittlung von Fakten. Er ist ein Dialog zwischen Wissenschaft und Gesellschaft – und erste Verteidigungslinie gegen Desinformationen.“

WPK – Die Wissenschaftsjournalist:innen

- › Bundesverband der Wissenschaftsjournalisten (www.wpk.org)
- › 270 Mitglieder: Festangestellte und freie Journalist:innen aus Print, Hörfunk, TV, Online
- › Ziel: **Qualität im Wissenschaftsjournalismus** fördern
- › Seminare, Hintergrundgespräche, Recherchereisen, Workshops zur beruflichen Fortbildung
- › Diskussionsrunden für den Dialog zwischen Wissenschaft, Politik und Gesellschaft
- › Intermediäre für die digitale Transformation des Journalismus (SMC, Innovationsfonds)
- › gegründet 1986 nach Tschernobyl | seit Ende 2015 Sitz in Köln (mit SMC)



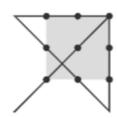
Neue Förderlinie „Wissenschafts- & Datenjournalismus“

Die neue Förderlinie bündelt Fördermittel von bislang **acht Stiftungen**, die die Förderlinie mit **1,4 Millionen Euro** dotieren:

JOACHIM
HERZ
STIFTUNG



Klaus Tschira
Stiftung



MADSACK STIFTUNG



STIFTERVERBAND



VolkswagenStiftung



RUDOLF
AUGSTEIN
STIFTUNG

Schöpflin Stiftung:

ZEIT
STIFTUNG
BUCERIUS

Call 1 (ab 10. März) mit einjährigen **Launch Grants** von je 75.000 Euro für wissenschafts- & datenjournalistische Medienprojekte, die eine noch unerprobte Produktidee auf den Markt bringen wollen, um den Product-/Market-Fit zu belegen.

Call 2 (in 2026) mit zweijährigen **Projekt- und Organisationsförderungen** von bis zu 400.000 Euro für Medienprojekte, die erste Erfolge auf dem Markt vorweisen können und ihre gemeinwohlorientierten Erlösquellen ausbauen wollen.

Wie wir fördern

Überblick Förderlinie

	Wissenschafts- & Datenjournalismus – Launch Grants
journalistischer Arbeitsfokus	ausschließlich für Wissenschafts- und Datenjournalismus
Proof of Concept	in Aussicht
Product Market Fit	wird angestrebt im Verlauf der Förderung
Geschäftsmodell	Validierung bzw. Schärfung des jeweiligen Geschäftsmodells
Ziel für Einsatz der Förderung	Launch und Marktvalidierung eines für die Organisation noch am Markt unerprobten Angebots, Formats, Vertriebswegs oder Erlösquelle für das ein im Vorfeld ermitteltes Nutzerbedürfnis besteht
Förderart	ausschließlich Projektförderung für konkretes Launch-Vorhaben

Förderangebot



01

Open Calls



02

Upskilling



03

Community

Launch Grants

• Non-Profit

• For-Profit

Bruttoangaben



≤ 30 VZÄ



Projektförderung

75.000,- €

Projektfinanzierung



12 Monate



keine Förderquote

Derzeit keine Förderungen für:

- ✗ Schulen, Hochschulen, öffentliche Forschungseinrichtungen
 - ✗ öffentlich-rechtliche Medien
 - ✗ Interessensverbände
 - ✗ Einzelunternehmen oder Einzelpersonen, die nicht Teil einer Organisation sind
 - ✗ Serviceanbieter (z.B. Copyright-Verwaltung)
 - ✗ Plattformen, die mehrheitlich journalistische Inhalte Dritter kuratieren
 - ✗ PR- oder Nachrichtenagenturen, die nicht selbst journalistisch tätig ist
 - ✗ Produktionsfirmen
 - ✗ Organisationen oder Projekte, die sich noch in der Ideenphase bzw. in Gründung befinden
-
- ✗ Kongress- oder Netzwerkanlass, Events
 - ✗ Studien, Begleitforschung, einzelne Recherchevorhaben
 - ✗ Stipendium
 - ✗ Launch einer technischen Lösung oder eines Services für Medienschaffende oder (Pilotierung) technischer Lösungen oder eines Services für Medienschaffende oder Medienhäuser (Infrastruktur)
 - ✗ Nachfinanzierung eines bereits laufenden Projekts

Wonach und wie wir auswählen

Must-haves

- Gesamtorganisation hat **registrierten Hauptsitz entweder in Deutschland, Österreich oder der Schweiz**
- **≤ 30 VZÄ** in der Gesamtorganisation
- überzeugender **gemeinwohlorientierter Unternehmergeist**
- Arbeit auf Grundlage **anerkannter journalistisch-redaktioneller Standards** und Verpflichtung zu den Grundsätzen des **landespezifischen Presserats**. Wenn zu zutreffend, außerdem **etablierte Richtlinien für Medienkooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen**
- (in Aussicht stehende) **strukturelle und personelle Trennung** zwischen **redaktionell-inhaltlicher** und **kommerzieller Leitung**
- Bei Vorhaben handelt es sich um ein für die Organisation noch am Markt **unerprobtes und damit neues** Angebot, Format, Vertriebswegs oder Erlösquelle **im publizistisch-journalistischen Bereich**
- Nachweise für die **Qualifikation** und bereits **erfolgte Vorarbeit** mit dem vorgesehenen **wissenschafts- oder datenjournalistischen Mitglied in der Projektleitung**

Leitlinien für die Auswahl

Transformation

onward and upwards

Wir prüfen unter anderem:

- › das Transformationspotenzial der Förderung nach innen und nach außen
- › ob das zu lancierende Vorhaben Potenzial hat, auch nach der Förderphase im Markt fortzubestehen und zu wachsen,
- › die Verhältnismäßigkeit von Kosten und erwartbarer Wirkung im Förderantrag
- › und ob das Vorhaben Teil einer langfristigen Strategie ist

Nutzerzentrierung

Zielgruppe im Fokus

Wir prüfen unter anderem:

- › den nutzerzentrierten Arbeitsfokus,
- › die Bedarfsanalyse in der Zielgruppe,

Vielfalt

diverse Perspektiven

Wir prüfen unter anderem:

- › die Adressierung einer Lücke im Wissenschafts- oder Datenjournalismus,
- › den partizipativen und inklusiven Charakter der Berichterstattung insbesondere für „underserved communities“,
- › und die Repräsentation dieser Zielgruppe in den eigenen Reihen

Unabhängigkeit

Pressefreiheit als Grundpfeiler

Wir prüfen unter anderem:

- › die (nachweisbar vorgesehene) strukturelle und personelle Trennung zwischen redaktionell-inhaltlichen und kommerziellen Bereichen,
- › die inhaltliche Unabhängigkeit im Kontext von Medienkooperationen mit wissenschaftlichen Einrichtungen und von Anzeigenaufträgen
- › und die Krisenresilienz durch eine strategisch ausgerichtete Arbeitsweise auf organisatorischer und wirtschaftlicher Ebene

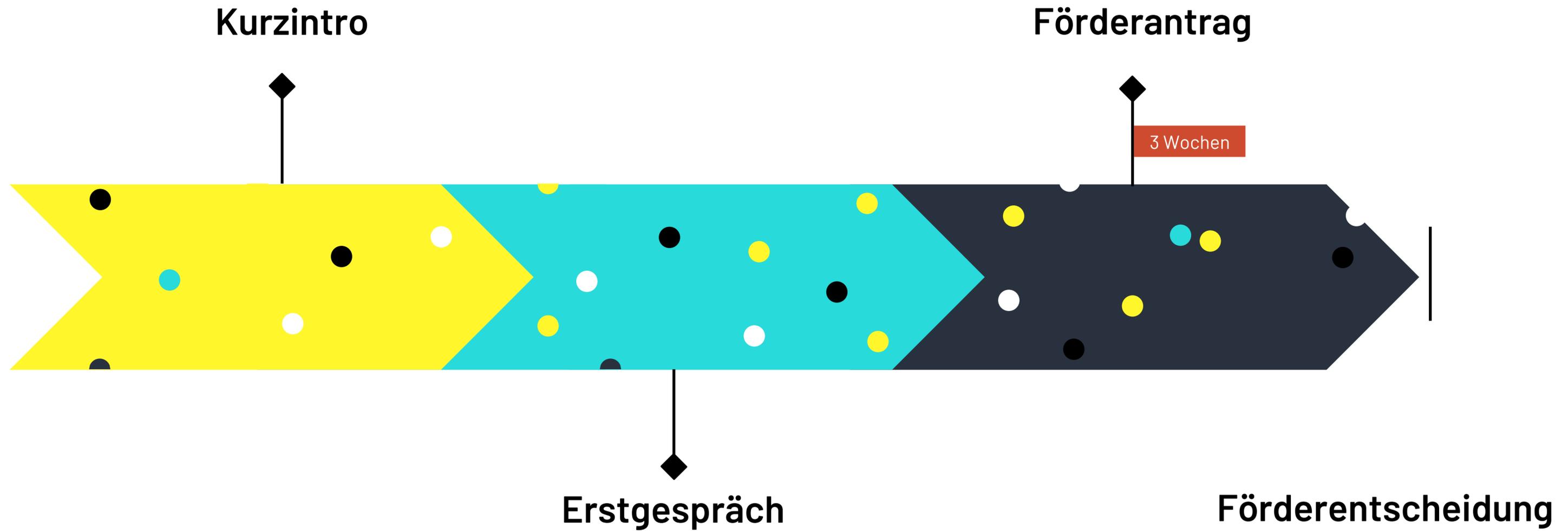
Qualität

höchste Standards

Wir prüfen unter anderem:

- › die Selbstverpflichtung zur Arbeit nach den Grundsätzen des länder-spezifischen Presserats
- › festgeschriebene redaktionelle Standards und institutionalisierte Mechanismen, um diese zu überwachen,
- › die Qualität der eingereichten Referenzpublikationen und die wissenschafts- oder datenjournalistische Kompetenz des vorgesehenen Mitglieds in der Projektleitung
- › die Offenlegung von Finanzquellen

Auswahlprozess

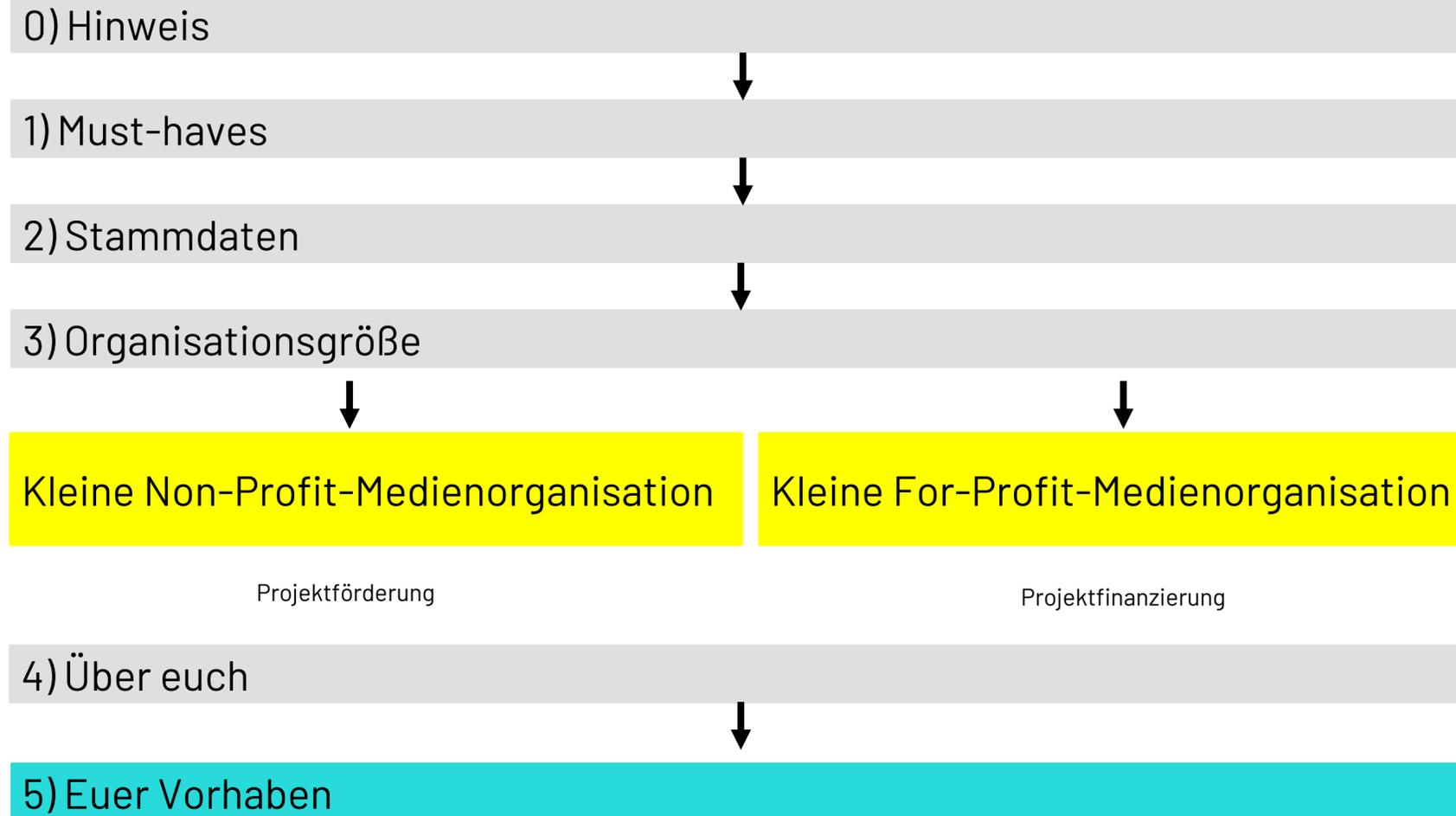


Wie ihr euch
bewerben könnt

Transformationspotenzial

- 
- Launch eines für euch am Markt noch unerprobten und damit neuen Angebots, Formats, Vertriebswegs oder Erlösquelle, das
- › ...eine **Lücke im Wissenschafts- oder Datenjournalismus** schließt
 - › ...durch den Einsatz **neuer Herangehensweisen** einen transformativen **Mehrwert im Medien-sektor** schaffen kann
 - › ...einen besonderen Fokus auf **die partizipative oder interaktive Einbindung** und/oder **Erreichung von Zielgruppen** hat, die bisher noch von Medien **vernachlässigt werden**

Kurzintro



Angaben in der Kurzintro können nicht zwischen- gespeichert werden.

Förderantrag

Allgemeine Angaben

Eure Organisation

1. Leitung und Team
2. Status-quo
3. Strategie

Geschäftsmodell und journalistische Arbeit

4. Geschäftsmodell
5. journalistische Qualitätssicherung

Euer Vorhaben

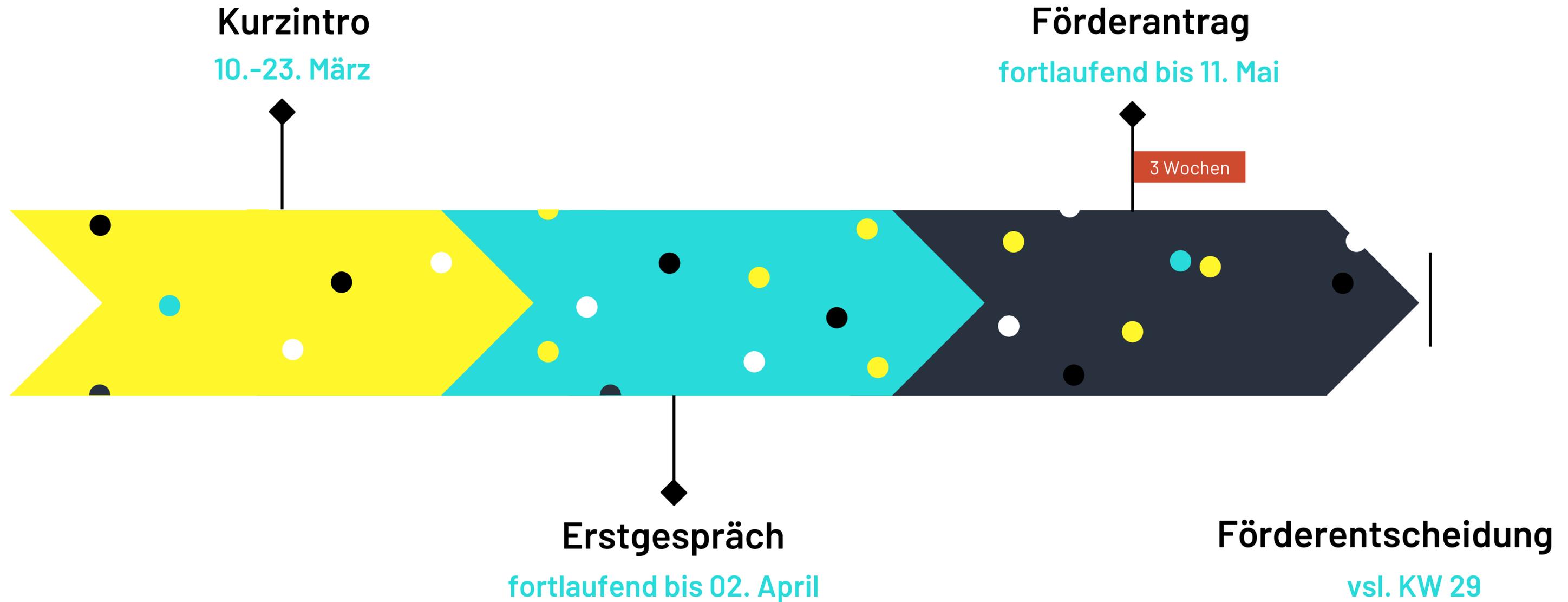
6. Vorhabenbeschreibung*
7. Transformations- und Alleinstellungspotenzial
8. Zielgruppe und Bedarfsanalyse
9. Launchplan auf Grundlage von Meilensteinen 
10. Kosten- und Finanzierungsplan 
11. Team für Vorhabenumsetzung
12. Herausforderungen

Wirkung

14. Wirkung auf finanzielle Nachhaltigkeit*

* Antworten aus der Kurzintro werden ergänzt und überarbeitet.

Timeline 2025



Eure Fragen

Danke !



Gründungsgeschäftsführer

Martin Kotynek

martin@mediaforwardfund.org



Vorstand WPK

Nicola Kuhrt

nicola@kuhrt.de



Leiter Geschäftsstelle WPK

Holger Hettwer

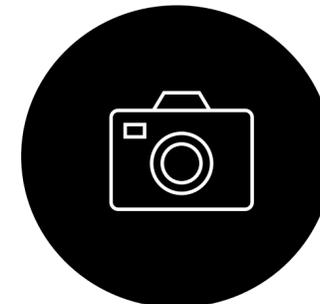
holger.hettwer@wpk.org



Leitung Förderungen

Anne M. Jacob

anne@mediaforwardfund.org



Projektmanager Förderungen

Jascha Galaski

jascha@mediaforwardfund.org



funding@mediaforwardfund.org

Anhang (WPK)

WPK – Die Wissenschaftsjournalist:innen

- › Bundesverband der Wissenschaftsjournalisten (www.wpk.org)
- › 270 Mitglieder: Festangestellte und freie Journalist:innen aus Print, Hörfunk, TV, Online
- › Ziel: **Qualität im Wissenschaftsjournalismus** fördern
- › Seminare, Hintergrundgespräche, Recherchereisen, Workshops
- › Diskussionsrunden für den Dialog zwischen Wissenschaft, Politik und Gesellschaft
- › gegründet 1986 | nach Tschernobyl | seit Ende 2015 Sitz in Köln

