

MEDIA ▶ FORWARD FUND

● in Kooperation mit



ECPMF

EUROPEAN CENTRE
FOR PRESS & MEDIA
FREEDOM

Info-Event: 07. August 2025

Fokus: Ostdeutschland

Allgemeine Förderlinie

Agenda

- › 12:25-12:30 Uhr: Über den MFF und den ECPMF ~ 5 Min.
- › 12:30-12:40 Uhr: Medien- und Pressefreiheit im Lokaljournalismus ~ 10 Min.
- › 12:40-12:50 Uhr: Zunehmende Medienlücken in Ostdeutschland ~ 10 Min.
- › 12:50-13:20 Uhr: Die Arbeitsweise und der Bewerbungsprozess vom MFF ~ 30 Min.
- › 13:20-13:30 Uhr: Wie ihr euch bewerben könnt ~ 10 Min.
- › 13:30-14:00 Uhr: Eure Fragen ~ 30 Min.



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

Medien- und Pressefreiheit im Lokaljournalismus

Das Europäische Zentrum für Presse- und Medienfreiheit

Eine Einführung

Das Europäische Zentrum für Presse- und Medienfreiheit (ECPMF) ist eine Watchdog-Organisation, die gegründet wurde, um die Einhaltung der Europäischen Charta für Pressefreiheit zu fördern und ihre Verabschiedung zu einer Bedingung bei den Verhandlungen über den EU-Beitritt zu machen. Es wurde 2015 in Leipzig von 25 Organisationen aus 16 Ländern gegründet

SUPPORTED BY



Co-funded by
the European Union



Die Beauftragte der Bundesregierung
für Kultur und Medien



Auswärtiges Amt



Freistaat
SACHSEN



Stadt Leipzig



NATIONAL
ENDOWMENT
FOR
DEMOCRACY
SUPPORTING FREEDOM AROUND THE WORLD





THERE IS **NO FREEDOM**
WITHOUT MEDIA FREEDOM

Unsere Vision

Unsere Vision ist eine Gesellschaft, in der ein offener und umfassender Diskurs möglich ist und in der alle Bürgerinnen und Bürger vertrauenswürdige Informationen suchen, erhalten und weitergeben können



Unser Auftrag

Unsere Aufgabe ist es, die Presse- und Medienfreiheit zu fördern, zu erhalten und zu verteidigen. Wir tun dies, indem wir Verstöße überwachen, Journalisten praktische Unterstützung bieten und uns für den Schutz des Medienraums einsetzen



Unsere Hauptaktivitäten



Dokumentation

Wir verfolgen Verstöße gegen die Medienfreiheit in den EU-Mitgliedstaaten und den Beitrittsländern, veröffentlichen Vorfälle auf einer öffentlichen Website, Mapping Media Freedom, und verbreiten Warnmeldungen über unser Netzwerk



Unterstützung

Wir bieten Journalisten, Medienschaffenden und Verfechtern der Pressefreiheit Unterstützung in Form von Rechtsbeistand, vorübergehender Umsiedlung, Hilfe für Journalisten im Exil und Finanzierung von investigativem Journalismus. Diese Schutzmaßnahmen ermöglichen es den Medienschaffenden, trotz Bedrohung oder Belästigung weiter zu arbeiten



Kommunikation

Wir sensibilisieren für die Ergebnisse unserer Überwachungsarbeit durch Kampagnen und Advocacy-Missionen, die einflussreiche Akteure auf allen Ebenen erreichen. Wir mobilisieren die europäische Mediengemeinschaft durch Konferenzen, Gipfeltreffen und Plug-in-Veranstaltungen



Lokaljournalismus



Rechtsruck und medienfeindliches Klima auf kommunaler Ebene

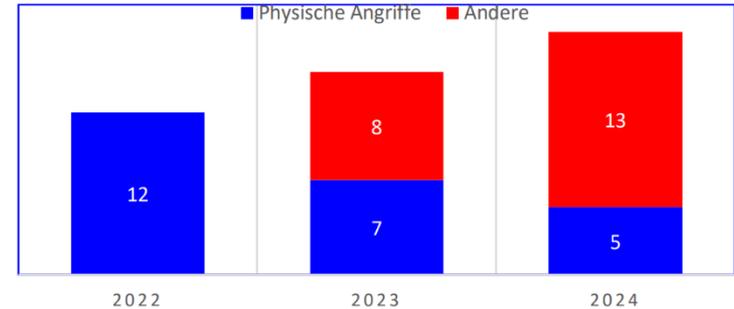
- Zunehmende Wahlerfolge der extremen Rechten – auch auf kommunaler Ebene
- Medienfeindlichkeit als Teil politischer Strategie
- Autoritäre und verschwörungsideologische Einstellungen auch in der Bevölkerung
- *„Es ist jetzt schon ein latentes Spannungsverhältnis. Ich sag mal, es ist auch nicht unnormale, dass ein AfD-Fraktionschef am Pult vorbeischiebt, eine Bemerkung fallen lässt oder versucht jemanden einzuschüchtern oder von der Berichterstattung abzuhalten.“*



Zwischen Einschüchterung und offener Gewalt

- Manipulierte Fahrzeuge, Exkrememente, Grabkerzen an Haustüren
- „Mahnwachen“ an Redaktionen & Privatadressen
- Übergriffe bei Veranstaltungen, Drohungen im Stadtrat
- *„Diese Androhung von Gewalt auf einer Stadtratssitzung, beziehungsweise dass sie bei einer Stadtratssitzung erfolgen sollte, das kannte ich so vorher nicht.“*

VERLETZUNGEN DER PRESSEFREIHEIT IM LOKALEN



Lokaljournalismus in der Grenzrolle

- In Kleinstädten keine Anonymität – persönliche Angreifbarkeit
- Konfliktreiche Themen mit hohem Rechercheaufwand
- Personalmangel, Überlastung, fehlende Rückendeckung
- Folge: eingeschränkte Berichterstattung, Selbstzensur
- *„Da saßen ein Kollege von mir und ich unter den ganzen Teilnehmern. Und der Herr marschierte da hin und her und hat dann gesagt: ‚Wenn wir in die Verantwortung kommen, werden wir als erstes die Ministerien und Redaktionsstuben säubern‘, und stellte sich vor uns hin. Also diesem Druck ist man ständig ausgesetzt.“*



Zwischen Belastung und erster Unterstützung

- Hohe Resilienz vieler Journalist*innen
- Arbeitgeber und Behörden ergreifen erste Schutzmaßnahmen
- Maßnahmen überwiegend positiv bewertet, aber noch ausbaufähig
- Bedarf an langfristiger Unterstützung & klaren Ansprechpersonen



Pressefreiheit braucht Schutz – besonders im Lokalen

- Bedrohungen gefährden nicht nur Personen, sondern die Demokratie
- Unabhängige lokale Berichterstattung braucht: Sicherheit, strukturelle Unterstützung, Rückendeckung
- Fortlaufende Evaluation & politische Anerkennung notwendig



Zunehmende Medienlücken in Ostdeutschland

Vorstellung

- › Hintergrund
- › Warum ich mich mit Medien im Osten beschäftige
- › Zugang zu Informationen als demokratisches Grundrecht
- › Ziel: lokale Medien stärken, die für Vielfalt und Teilhabe sorgen

Aktuelle Situation

- › Rückzug lokaler und regionaler Medien
- › Viele Landkreise ohne eigene Lokalredaktion
- › Anzeigebblätter werden von extrem rechten Akteuren übernommen
- › Soziale Medien als Hauptinformationsquelle mit Gefahr von Filterblasen und Desinformation
- › Folge: mangelnde Orientierung, Polarisierung und Vertrauensverlust

Perspektiven und Möglichkeiten

- › Demokratische Angebote schaffen für alle Zielgruppen in diversen Formaten (Print, Audio, Video, soziale Medien..)
- › Austausch und Zusammenarbeit mit anderen Medienmacher:innen
- › Förderungen, wie der Media Forward Fund

Über den Media Forward Fund

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

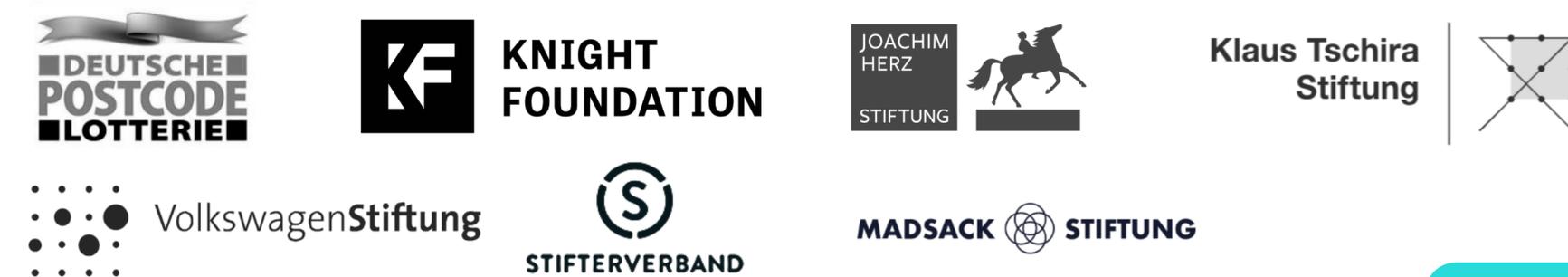
- › Lücken in der **überregionalen/ nationalen** Berichterstattung und **thematische Nischen** füllen
- › Lücken in der **regionalen/ lokalen Berichterstattung füllen (Nachrichtenwüsten)**
- › sich an bislang oder mittlerweile **unterversorgte Zielgruppen** richten

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

Wie wir fördern

Überblick Allgemeine Förderlinie (GEN)

	ALLGEMEINE FÖRDERLINIE (GEN)
Journalistischer Arbeitsfokus	keine Einschränkung
Förderdauer	max. 24 Monate
Fördersumme	max. 400.000, - bzw. 200.000, - €
Organisationsgröße	> 30 VZÄ: Projektförderung ≤ 30 VZÄ: Organisationsförderung
Proof of Concept	vorhanden
Product-/ Market-Fit	vorhanden
Geschäftsmodell	Weiterentwicklung eines bestehenden Geschäftsmodells
Ziel für Einsatz der Förderung	<i>Wachstum eines bestehenden Angebots, Formats, Vertriebswegs oder Erlösquelle</i>
Förderart	Organisationsförderung* oder Projektförderung für konkretes Vorhaben <i>*bei OF können projektungebundene (Overhead-) Kosten eingereicht werden</i>

Förderangebot



01

Open Calls



02

Upskilling



03

Community

Förderungen Allgemeine Förderlinie

Non-Profit

For-Profit

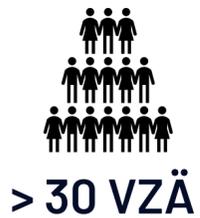
Bruttoangaben



Organisationsförderung*

i.d.R. 400.000,- €

Projektfinanzierung



Projektförderung

i.d.R. 200.000,- €

Projektfinanzierung



50% Förderquote, wenn > 30 VZÄ



max. 24 Monate

* projektungebundene Kosten können eingereicht werden.

Derzeit keine Förderungen für:

- ✗ Schulen, Hochschulen, öffentliche Forschungseinrichtungen
- ✗ Öffentlich-rechtliche Medien
- ✗ Interessensverbände
- ✗ Einzelunternehmen oder Einzelpersonen, sowie Personengesellschaften (für DT: GbR, OHG, KG, PartG; für AT: OG, KG, e.U. GesbR; für CH: e.G. , KIG, KG)
- ✗ Service- und Technologieanbieter
- ✗ Plattformen, die mehrheitlich journalistische Inhalte Dritter kuratieren
- ✗ PR- oder Nachrichtenagenturen, die nicht selbst journalistisch tätig ist
- ✗ Produktionsfirmen ohne innovative Ansätze
- ✗ 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 **Hauptsitz entweder in Deutschland, Österreich oder der Schweiz**
- **gemeinwohlorientiert**
- Arbeit auf Grundlage **anerkannter journalistisch-redaktioneller Standards** und Verpflichtung zu den Grundsätzen des **landespezifischen Presserats**
- (in Aussicht stehende) **strukturelle und personelle Trennung** zwischen **redaktionell-inhaltlicher** und **kommerzieller Leitung**
- Organisation hat **funktionierendes** gemeinwohlorientiertes **Geschäftsmodell**. D.h. es kann ein **Proof-of-Concept** für das journalistische Angebot und ein **Product-/Market-Fit** nachgewiesen werden, der **erste Umsätze aus mehreren gemeinwohlorientierten Erlösquellen** aus dem **DACH-Raum** belegt
- Vorhaben der Organisation zielt auf **Wachstum ihrer gemeinwohlorientierten Erlösquellen** ab

Leitlinien für die Auswahl

Transformation

onward and upwards

Wir prüfen unter anderem:

- › das Transformationspotenzial der Förderung nach innen und nach außen
- › ob ein tragfähiges & zukunftsfähiges Geschäftsmodell in Aussicht steht,
- › Skalierungspotenzial vorliegt
- › 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 Community-zentrierten Arbeitsfokus,
- › die Bedarfsanalyse in der Zielgruppe,

Vielfalt

diverse Perspektiven

Wir prüfen unter anderem:

- › die Adressierung struktureller Lücken in der Berichterstattung,
- › die Zugänglichkeit der Berichterstattung insbesondere für „underserved communities“,
- › und die Repräsentation dieser Communities 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 von Anzeigenkunden,
- › und die Krisenresilienz durch eine strategische Organisationsentwicklungs- und langfristig nachhaltige Finanzplanung

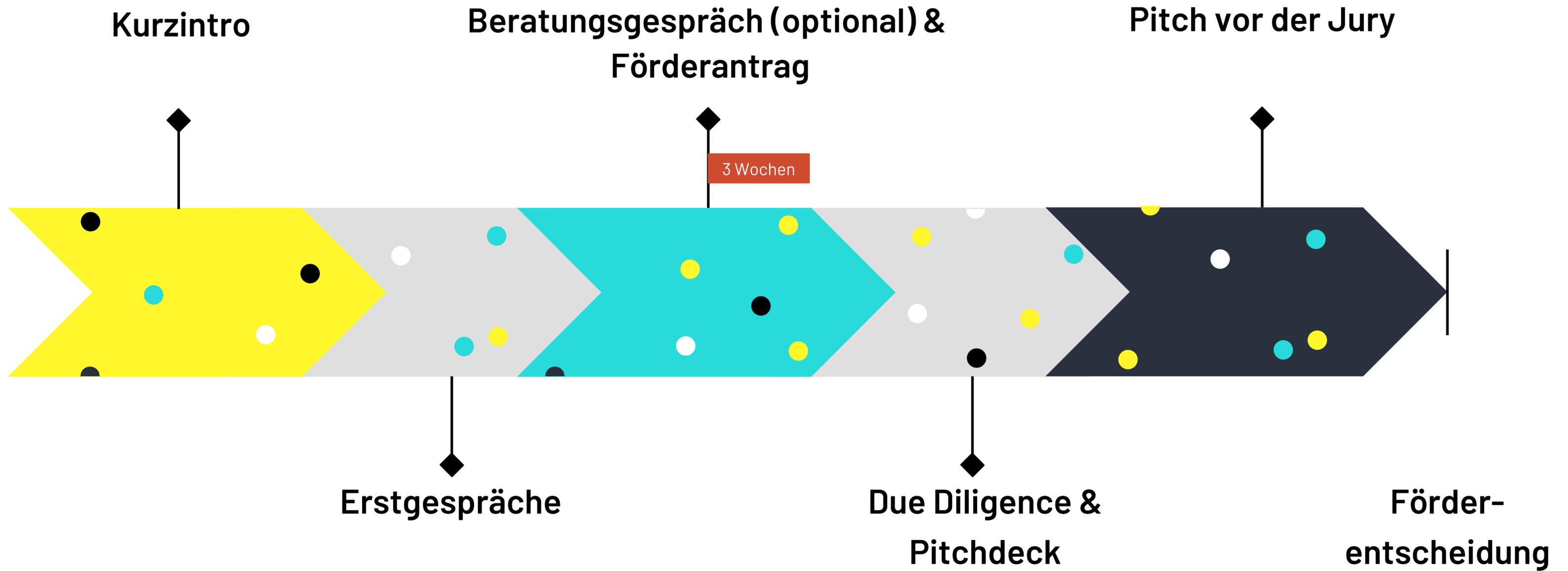
Qualität

höchste Standards

Wir prüfen unter anderem:

- › die Selbstverpflichtung zur Arbeit nach den Grundsätzen des länderspezifischen Presserats
- › festgeschriebene redaktionelle Standards und institutionalisierte Mechanismen, um diese zu überwachen,
- › das Vorhandensein fachlicher und journalistischer Kompetenz,
- › die Offenlegung von Finanzquellen

Auswahlprozess



Wie ihr euch
bewerben könnt

Transformationspotenzial

- ▶ Ein Vorhaben, das als nächster Entwicklungsschritt zum **Ausbau eurer finanziellen Tragfähigkeit** beiträgt und dabei...
 - › ...eine **Lücke** in der Berichterstattung schließt
 - › ...durch den Einsatz **neuer Herangehensweisen** einen transformativen Mehrwert im Medien-sektor schaffen kann
 - › ...einen besonderen Fokus auf die **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

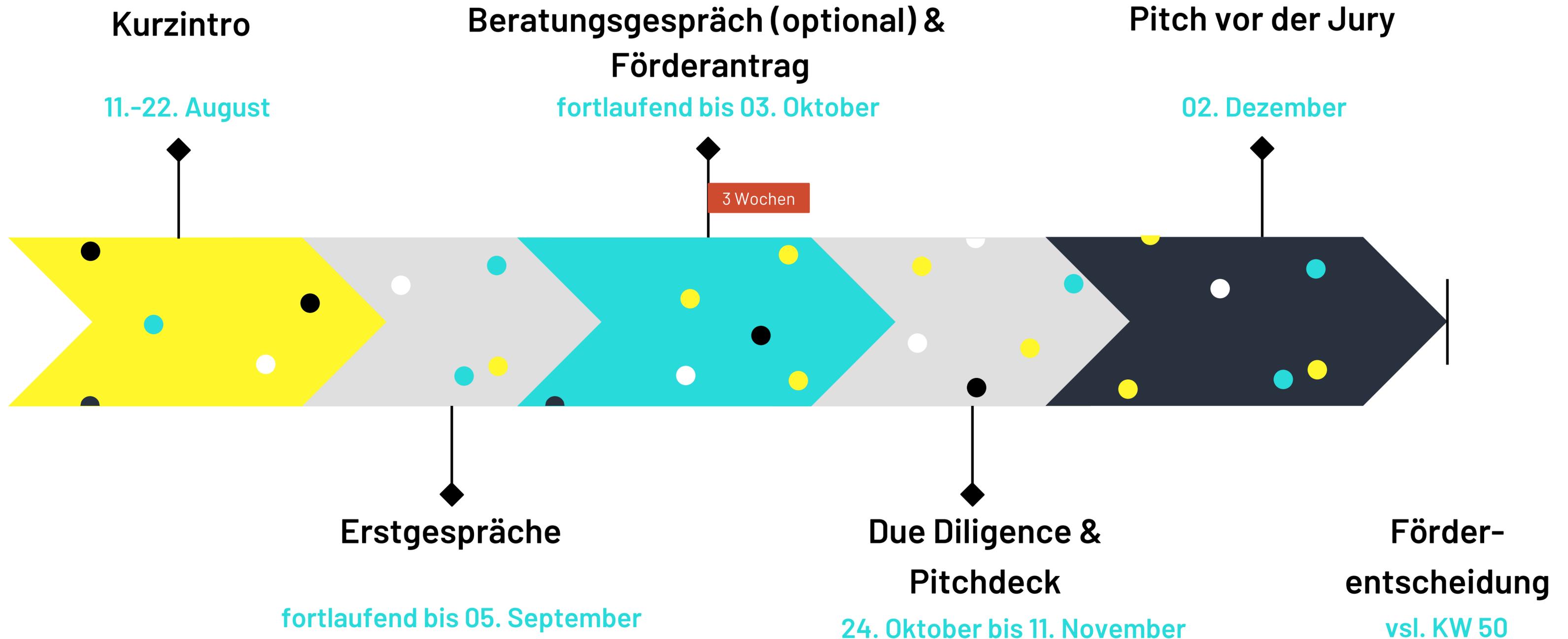
6. Vorhabenbeschreibung*
7. Plan für Vorhabenumsetzung 
8. transformativer Mehrwert
9. Zielgruppe und Zusammenarbeit
10. Bedarfsanalyse
11. Markt- und Wettbewerbsanalyse
12. Finanzübersicht und -planung 
13. Team für Vorhabenumsetzung

Wirkung

14. Wirkung auf Gesamtstrategie*

* Antworten aus der Kurzintro werden ergänzt und überarbeitet.

Timeline 2025



Eure Fragen

Danke !



Gründungsgeschäftsführer

Martin Kotynek

martin@mediaforwardfund.org



Managing Director

Andreas Lamm

andreas.lamm@ecpmf.eu



Grants Managerin

Hanna Seifert

hanna@mediaforwardfund.org



Head of Partnerships

Katharina Binder

partnerships@mediaforwardfund.org



Repräsentantin Ostdeutschland

Ulrike Teschke

ulrike@mediaforwardfund.org



Leitung Förderungen

Anne M. Jacob

anne@mediaforwardfund.org



Repräsentantin Romandie

Olga Baranova

olga@mediaforwardfund.org



Projektmanager Förderungen

Jascha Galaski

jascha@mediaforwardfund.org



funding@mediaforwardfund.org

Eignungsquiz

